



Analyse VOX Novembre 2020

Complément d'enquête et analyse
sur les votations populaires du 29 novembre 2020

Equipe de projet

Lukas Golder: Co-directeur

Martina Mousson: Cheffe de projet

Tobias Keller: Chef de projet en formation

Aaron Venetz: Chef de projets de données/programmeur

Valentina Rötheli: Collaboratrice de projet

Table des matières

1	LES PRINCIPAUX RÉSULTATS	4
2	LA PARTICIPATION	7
3	LA FORMATION DE L'OPINION	11
3.1	La signification des projets	11
3.2	Les difficultés de compréhension et le moment de décision	11
3.3	L'acquisition d'information	12
4	ENTREPRISES RESPONSABLES – POUR PROTÉGER L'ÊTRE HUMAIN ET L'ENVIRONNEMENT	15
4.1	La situation de départ, projet et recommandations	15
4.2	La décision de vote en fonction de paramètres sociaux et politiques	15
4.3	Les motifs	20
4.4	La résonance des arguments des votations	23
5	POUR UNE INTERDICTION DU FINANCEMENT DES PRODUCTEURS DE MATÉRIELS DE GUERRE («INITIATIVE CONTRE LE COMMERCE DE GUERRE»).....	26
5.1	La situation de départ, projet et recommandations	26
5.2	La décision de vote en fonction de paramètres sociaux et politiques	26
5.3	Les motifs	30
5.4	La résonance des arguments des votations	32
6	ANNEXE	35
6.1	Rapport technique	35
6.2	A propos de l'étude	39
6.3	L'équipe du gfs.bern	40

1 Les principaux résultats

Avec L'initiative pour des multinationales responsables et l'initiative contre le commerce de guerre ont échoué lors des votations du 29 novembre 2020, deux initiatives qui mettaient en débat le comportement éthique des entreprises. L'initiative pour des multinationales responsables, qui a échoué sur la majorité des cantons, a recueilli la majorité du peuple grâce au soutien des électeurs du centre de l'échiquier politique, des jeunes et des femmes. L'analyse montre que le souhait que le monde des affaires se comporte de manière fair-play et éthique est largement diffusé dans la population. Ce sont des préoccupations économiques qui ont majoritairement conduit au rejet de l'initiative contre le commerce de guerre. Tels sont, les résultats de l'enquête menée auprès de 3'054 titulaires du droit de vote lors de l'analyse VOX de novembre 2020. L'étude a été menée par gfs.bern et financée par la Chancellerie fédérale.

Un Oui de justesse à la responsabilité des multinationales: les électeurs du centre gauche s'opposent au Non

Initiative populaire «Entreprises responsables – pour protéger l'être humain et l'environnement» («Initiative pour des multinationales responsables»)

Depuis 1955, l'initiative pour des multinationales responsables est seulement la deuxième initiative populaire à échouer devant la majorité des cantons malgré la majorité acquise dans la population. L'initiative a atteint la majorité populaire en réussissant à convaincre, outre une grande partie des électeurs de la gauche et la moitié du centre politique, la majorité des femmes et des moins de 50 ans. Plus d'un quart de l'électorat PDC et près des deux tiers de celui du PVL ont permis, grâce au très fort soutien des sympathisants du PS et des Verts, que le Oui populaire l'emporte. Cependant, dans les cantons finalement victorieux, les forces de centre droit se sont avérées dominantes. En effet, les sympathisants de l'UDC (85 %) et ceux du PLR (81 %) ont massivement rejeté l'initiative. Par ailleurs, les liens politiques se sont avérés plus efficaces que les liens religieux : l'électorat de confessions protestante réformée et catholique a en majorité rejeté l'initiative, les électeurs sans confession l'ont majoritairement approuvée.

Ce Oui populaire de justesse était associé à une opinion défendant plus d'interventions publiques dans l'économie en général et dans l'environnement en particulier. L'électorat a en outre été nombreux, par son Oui, à manifester son soutien aux organisations de défense des droits de l'Homme et sa méfiance envers les multinationales basées en Suisse : un argument important du Oui se référait aux expériences jusqu'à présent faites et qui montreraient que des interventions de l'Etat seraient nécessaires. Le cap de l'initiative vers plus de responsabilité globale des multinationales avait servi de motif pertinent du Oui pas seulement à la plupart des votant-e-s en faveur du Oui : même des votants en faveur du Non avaient adhéré à cet argument. D'où l'importance de plus de fair-play et d'éthique dans le monde des affaires, afin qu'aucune entreprise ne puisse obtenir d'avantage concurrentiel aux frais des droits de l'Homme ou de l'environnement.

Le camp du Non, victorieux grâce aux cantons, avait émis des réserves dans trois domaines : Il craignait, dans une proportion presque similaire, des problèmes de mise en oeuvre (bureaucratie et frais pour l'entreprise comme pour l'Etat, ainsi que certains avantages de la contre-proposition) et un préjudice économique. En outre, des doutes

ont également été exprimés quant à l'effet d'une démarche isolée et quant à l'effet dans les pays en développement. Par ailleurs, ceux qui ont voté Non ont eu tendance à considérer que la crise du Coronavirus avait plutôt influencé leur propre décision.

Trop délicate sur plan économique et probablement productrice de trop peu d'effets L'initiative «Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre» («Initiative contre le commerce de guerre»)

L'initiative contre le commerce de guerre a été dans le même sens que l'initiative pour des multinationales responsables. Elle a certes pu se placer dans le sillage de l'autre projet, mais dans l'ensemble elle n'est pas parvenue à s'imposer. Elle a été refusée par le peuple avec 42,6% de Oui. Cependant, et malgré le refus de l'initiative contre le commerce de guerre, elle est parvenue à recueillir une part relativement forte de Oui. En effet, comparé aux projets antérieurs pacifistes tels que «Pour une Suisse sans armée et pour une politique globale de paix» (part de Oui 36 %) ou «Économiser dans l'armée et la défense générale» (part de Oui 38 %), elle est parvenue à mobiliser nettement plus de monde.

Les voix du Oui venaient principalement de l'électorat idéologiquement de gauche. Les sympathisants des Verts ainsi que du PS, qui ont pu être fortement mobilisés, ont déposé en grande majorité un bulletin Oui. En revanche, les sympathisants du centre et de la droite ont très fréquemment voté Non et ainsi fait pencher la balance de leur côté. Seuls les sympathisants du PVL ont été divisés : Ils ont voté à 50% Oui. Une situation similaire se dessine, au sein de l'électorat qui a voté Oui, quant à sa confiance envers le Groupe pour une Suisse sans armée (GSsA) et la Banque nationale suisse (BNS) : plus une personne fait confiance au GSsA et moins confiance à la BNS d'une part, et plus il est probable qu'elle vote en faveur de l'initiative contre le commerce de guerre d'autre part.

Au niveau du contenu, les aspirations éthiques de l'initiative contre le commerce de guerre ont certes déclenché un écho en majorité positif au sein de votants, mais elle a trop peu convaincu en raison de son effet limité et de ses conséquences économiques négatives. Ainsi, par exemple, une forte majorité était d'accord avec l'affirmation selon laquelle l'argent des caisses de pension suisses ne devait pas servir à produire du matériel qui tue des personnes ; cependant, le vide laissé par le retrait des investissements suisses serait comblé par d'autres acteurs, la Suisse ne pourrait pas empêcher des guerres et se retrouverait financièrement fragilisée.

Mobilisation forte des jeunes femmes, un niveau de participation élevé au centre gauche

La participation

Les votations du 29 novembre 2020 ont été marquées par la participation, comme traditionnellement, des personnes intéressées par la politique et des votants plutôt aisés, rattachés à un camp politique précis. La forte mobilisation dans le camp politique de gauche et chez les jeunes femmes explique en partie la participation légèrement accrue au vote.

Les projets présentés aux votations

Au cours des votations du 29 novembre 2020, il a été demandé au peuple suisse de voter au sujet de deux projets. L'initiative populaire «Entreprises responsables – pour protéger l'être humain et l'environnement» («Initiative pour des multinationales responsables») et l'initiative populaire «Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre» («Initiative contre le commerce de guerre»). Ces deux projets ont été refusés.

2 La participation

Le 29 novembre 2020, les électeurs suisses ont voté sur deux projets:

1. L'initiative populaire «Pour des entreprises responsables – pour protéger les personnes et l'environnement» («Corporate responsibility initiative»)
2. L'initiative populaire «Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre» («Initiative contre le commerce de guerre»)

La participation aux votations a été de 47 % pour l'«Initiative pour des multinationales responsables» et de 46,9 % pour l'«Initiative contre le commerce de guerre».¹ La participation aux votations est inférieure de plus de 10 % à celle de la dernière votation en septembre 2020, mais supérieure d'environ 7% à celle de février 2020. En moyenne 49,4 % électeurs inscrits ont participé aux votations en 2020. La participation aux votations de 2020 est donc plus élevée que celles des années précédentes (par exemple en 2019 : 40.9 %).²

Le tableau 1 représente la participation aux votations assortie de paramètres sociodémographiques sélectionnés. Les dépendances par âge et par sexe méritent d'être notées. La participation augmente certes avec l'âge, mais la corrélation s'avère plus faible que d'habitude. En outre, 49 % de femmes – contre seulement 45 % d'hommes – ont participé aux votations du 29 novembre 2020. Habituellement les sexes sont représentés à parts approximativement égales lors des votations, bien que les femmes soient plus nombreuses à détenir le droit de vote. Cela tient à la participation, supérieure à la moyenne, des hommes d'un âge avancé. Dans le groupe des 65 ans, les hommes ont été plus nombreux que les femmes à participer au vote le 29 novembre 2020. Dans la cohorte d'âge moyen (40-64 ans), les hommes et les femmes ont participé à un degré comparable. Mais avec 56 %, les votations du 29 novembre 2020 ont vu les femmes âgées de 18 à 39 ans participer en nombre nettement plus grand que les hommes de la même tranche d'âge, lesquels ont été moins nombreux que la moyenne à participer. Ainsi s'explique exceptionnellement la part supérieure de femmes lors de ce vote.

Comme d'habitude, la participation révèle une nette dépendance vis-à-vis d'une couche sociale et cette dépendance va au-delà des différences de sexe ou d'âge. Plus le revenu du foyer ou le diplôme de fin d'études est élevé et plus ces détenteurs ont participé aux votations du 29 novembre 2020.

¹ [Lien vers bfs.admin.ch](#)

² [Lien vers bfs.admin.ch](#)

Tableau 1: Participation selon des paramètres sociodémographiques (en % des électeurs inscrits)

Paramètres	Participation (%) (pondérée)	N	V de Cramer / Erreur type
Total	47	3054	
Age			V = .17***
18-29 ans	43	428	± 4.7
30-39 ans	44	383	± 5
40-49 ans	42	498	± 4.3
50-59 ans	43	628	± 3.9
60-69 ans	43	566	± 4.1
70 ans et plus	64	522	± 4.1
Sexe			V = .04*
Femmes	49	1569	± 2.5
Hommes	45	1456	± 2.6
Sexe et âge			V = .20***
Femmes / 18-39	56	441	± 4.6
Hommes / 18-39	32	370	± 4.8
Femmes / 40-65	41	732	± 3.6
Hommes / 40-65	44	698	± 3.7
Femmes / 65+	54	396	± 4.9
Hommes / 65+	65	388	± 4.8
Niveau d'éducation			V = .20***
Sans formation post-obligatoire	38	325	± 5.3
Formation professionnelle de base/ Apprentissage	39	1041	± 3
Maturité/Éducation professionnelle supérieure	54	825	± 3.4
HES/Université/EPF/Doctorat	62	731	± 3.5
Revenu du foyer			V = .16***
Jusqu'à 3'000 CHF	27	134	± 7.5
3'000-5'000 CHF	42	407	± 4.8
5'000-7'000 CHF	45	518	± 4.3
7'000-9'000 CHF	50	478	± 4.5
9'000-11'000 CHF	49	373	± 5.1
Plus de 11'000 CHF	59	643	± 3.8

Est indiqué chaque fois le nombre non pondéré d'enquêtés (n) dans chaque groupe paramétrique (niveau de confiance = 95 %). Tests V de Cramer et erreurs types. *** = $p < 0.001$, ** = $p < 0.01$, * = $p < 0.05$.

La participation aux votations révèle des différences marquantes concernant les paramètres politiques (tableau 2). Comme d'habitude, elle est déterminée le plus fortement par l'intérêt politique. L'auto-évaluation gauche-droite montre que les personnes qui se classent «complètement à gauche» (68) ont été le plus fréquemment mobilisées pour les votations. L'intensité de la mobilisation des personnes qui se classent «à gauche» (55 %) et «complètement à droite» (54 %) a été similaire. Cela montre, comme lors des votations du 27 septembre 2020, que l'aile «gauche» (y compris «complètement à gauche») a été mieux mobilisée que le «centre» (39 %) ou l'aile «droite» (51 %) (y compris «complètement à droite»).

Tableau 2: Participation selon des paramètres politiques (en pourcentage des électeurs inscrits)

Paramètres	Participation (%) (pondérée)	N	V de Cramer / Erreur type
Total	47	3054	
Autoclassement à gauche/à droite (0-10)			V = .18***
Complètement à gauche (0-2)	68	347	± 4.9
À gauche (3,4)	55	575	± 4.1
Au centre (5)	39	821	± 3.3
À droite (6,7)	51	630	± 3.9
Complètement à droite (8-10)	54	339	± 5.3
Sympathie pour un parti			V = .26***
PLR	60	461	± 4.5
PDC	48	220	± 6.6
PS	58	501	± 4.3
UDC	42	470	± 4.5
PVL	64	224	± 6.3
Verts	70	243	± 5.8
Autre parti	55	243	± 6.3
Aucune	27	323	± 4.8
Intérêt politique			V = .44***
Très intéressé	85	530	± 3
Plutôt intéressé	56	1547	± 2.5
Plutôt pas intéressé	26	770	± 3.1
Pas du tout intéressé	10	151	± 4.8

Un tableau similaire, mais moins clair, se dégage concernant la sympathie envers les partis: Certes les sympathisants des Verts ont pu être le plus fortement mobilisés (70 %),

mais les membres du PS (58 %) n'ont pas été plus mobilisés que ceux du PVL (64 %) ou du PLR (60 %). En revanche, les sympathisants de l'UDC et du PDC ont été moins mobilisés.

Le corps électoral continue donc de se composer plus que proportionnellement de personnes politiquement intéressées, liées à des orientations précises, détentrices d'un haut niveau d'éducation et jouissant d'un revenu supérieur à la moyenne. La mobilisation comparativement élevée dans le camp de gauche et chez les jeunes femmes mérite d'être notée.

Un peu plus de la moitié des électeurs inscrits n'a pas participé aux votations du 29 novembre 2020 (tableau 3). 25 % des non-participants ont indiqué qu'ils avaient oublié de voter ou qu'ils avaient été empêchés (22 %). Un motif cité avec une étonnante fréquence a été la difficulté à se décider (21 %). La complexité des thèmes a aussi été en partie citée (12 %). Autre motif indiqué: le désintérêt (19 %). Les motifs suggérant une lassitude envers la politique et la démocratie ont été plus rarement mentionnés. Les places du bas du tableau sont occupées par les motifs suivants: les votations ne changeront de toute façon rien (8 %), pas de participation par principe (6 %), une voix isolée ne fera pas pencher la balance (6 %), une méfiance envers les processus démocratiques (3 %).

Tableau 3: Motifs de non-participation aux votations (en % des non-participants)

Motifs de non-participation	Part (%)	N
J'ai oublié de participer aux votations.	25	272
J'ai été empêché.	22	185
Je n'ai pas pu me décider.	21	183
Les thèmes des votations ne m'intéressaient pas.	19	170
Les thèmes des votations étaient trop compliqués.	12	103
Je pense que les votations ne changent rien de toute façon.	8	65
Je ne participe jamais, par principe, aux votations.	6	56
Je pense que ma voix personnelle, de toute façon, ne fera pas pencher la balance.	6	52
Je me méfie des processus démocratiques.	3	25
Je suis parti du principe que le résultat des votations allait être clair.	3	19
Ne sais pas / pas de réponse	5	48

La cohorte de non-participants se chiffre à 912. Des indications multiples étaient possibles.

3 La formation de l'opinion

3.1 La signification des projets

Les répondants ont été priés d'indiquer l'importance que chaque projet revêtait à leurs yeux (tableau 4).

L'initiative pour des multinationales responsables a reçu une note d'importance de 7.1 sur une échelle comprise entre 0 et 10. Il s'agit d'une valeur plutôt élevée. L'initiative contre le commerce de guerre s'est vue attribuer une importance un peu moins élevée. En moyenne, une note d'importance de 6.7 lui a été attribuée. Il convient de noter qu'il existe une très forte corrélation entre le vote sur les deux propositions et l'importance qui leur est accordée. Les votants en faveur du Oui ont attaché une bien plus grande importance aux initiatives (initiative pour des multinationales responsables: 8.3 ; initiative contre le commerce de guerre: 8.0) que les votants en faveur du Non (initiative pour des multinationales responsables: 5.9 ; initiative contre le commerce de guerre: 5.8).

Tableau 4: Importance personnellement accordée aux projets
(parts de perception de l'importance en pourcentage des votants en faveur du Oui ou du Non)

Niveau d'importance	Initiative pour des multinationales responsables		Initiative contre le commerce de guerre	
	Votants en %	n	Votants en %	n
très faible (0-1)	4	79	5	99
faible (2-4)	12	211	14	273
moyen (5)	12	245	14	282
élevé (6-8)	36	741	38	749
très élevé (9-10)	35	692	29	552
Valeur moyenne (totale)	7.1	1968	6.7	1955

Remarques: Entrent dans l'analyse uniquement les personnes qui ont voté soit Oui soit Non. Les réponses «ne sais pas» ou les refus de répondre n'ont pas été pris en compte. Résultats pondérés. En raison des arrondis, le total peut différer légèrement de 100 %.

3.2 Les difficultés de compréhension et le moment de décision

Il a été également demandé aux votants s'ils avaient perçu les textes des projets comme faciles ou difficiles à comprendre (tableau 5). L'initiative pour des multinationales responsables a été jugée à 74 % facile à comprendre, et l'initiative contre le commerce de guerre l'a également été à 81 %. L'analyse détaillée montre que la formation de l'opinion a été un processus un peu plus complexe s'agissant de l'initiative pour des multinationales responsables en comparaison aux initiatives sur des thèmes sur lesquelles les opinions étaient déjà formées tels que dans le domaine de la migration. En outre, les votants en faveur du Non ont eu un peu plus de difficultés à se décider que ceux en faveur du Oui.

Tableau 5: Difficulté de compréhension (en % des votants)

Difficultés de compréhension	Initiative pour des multinationales responsables		Initiative contre le commerce de guerre	
	Votants en %	n	Votants en %	n
plutôt facile	74	1353	81	1428
plutôt difficile	26	495	19	391
N (total)		1848		1819

Le tableau 6 se réfère au moment de décision et indique l'intensité d'anticipation de l'opinion envers les projets. Concernant l'initiative pour des multinationales responsables, 61 % se rappellent avoir eu une opinion bien arrêtée dès le début. Dans ce groupe, l'initiative a été majoritairement acceptée. Chez les 39 % qui se sont décidés soit pendant la campagne pour les votations soit au dernier moment, des majorités se sont prononcées contre l'initiative pour des multinationales responsables.

68 % se rappellent avoir été décidés dès le début en faveur de l'initiative contre le commerce de guerre. Dans ce groupe, les rapports des voix entre le Oui et le Non sont assez équilibrés. Chez les 32 % qui se sont décidés soit pendant la campagne pour les votations soit au dernier moment, le camp du Non détient des parts nettement plus importantes.

Tableau 6: Moment de décision (en % des votants)

Moment de décision	Initiative pour des multinationales responsables		Initiative contre le commerce de guerre	
	Votants en %	n	Votants en faveur du Oui, en %	n
clair depuis le début	61	1134	68	1239
pendant la campagne des votations	32	622	24	482
au dernier moment	7	155	8	167
N (total)		1911		1888

3.3 L'acquisition d'information

Le tableau 7 indique par quels canaux d'information les votants se sont informés sur les projets proposés aux votations. D'une part est indiquée la part d'utilisateurs, d'autre part l'intensité (échelle: de 1 à 10) avec laquelle ils ont utilisé ce canal d'information.

Les articles de journaux (85 %), la brochure fédérale sur les votations (83 %) et les émissions télévisées sur les votations (76 %) ont été les trois principaux canaux qui leur ont permis de s'informer sur les projets. Avec des moyennes de 6 ou plus, ces sources ont aussi été prises en compte plus intensément que la totalité des autres sources. Les sources en ligne revêtent également une haute importance: Avec 68 % d'attention portée

aux pages d'actualités sur Internet, cette source occupe la quatrième place, aussi en termes d'intensité d'utilisation, elle figure parmi le top 5. Les réseaux sociaux, ainsi que les commentaires en ligne, jouent comparativement un rôle moins d'important, mais atteignent une audience cependant respectable. Par exemple, ils ont été 32 % à regarder des vidéos ou films en streaming. Ce canal a donc bénéficié d'une audience d'une intensité similaire à celle des réseaux sociaux (Facebook, Twitter ou Instagram).

Les sources non rédactionnelles, que ce soit sous forme de courriers des lecteurs ou de commentaires, aident également dans la recherche d'informations sur les projets de votations. Parmi les formats publicitaires, les journaux sur les votations ou dépliants arrivent absolument en tête; de leur côté, les encarts de presse et les affiches dans la rue retiennent aussi l'attention de plus de la moitié.

Tableau 7: Utilisation des médias (parts en % des votants)

Canaux d'information	Part d'utilisation en %	Intensité d'utilisation Valeur moyenne	Nombre d'indications (non pondérées)
Articles dans les journaux	85	6.3	1752
Brochure fédérale	83	6.5	1716
Émissions sur les votations à la télévision	76	6.0	1589
Pages d'actualités sur Internet	68	5.3	1380
Émissions sur les votations à la radio	64	5.4	1357
Journaux sur les votations ou dépliants	62	4.7	1305
Courrier des lecteurs dans les journaux ou commentaires des lecteurs dans les forums Internet	58	4.5	1186
Annonces dans les journaux	55	4.0	1158
Affiches dans la rue	56	3.6	1132
Sondages d'opinion	51	3.9	1025
Commentaires sur les portails d'actualité en ligne	45	4.5	931
Communication sur le lieu de travail	34	4.1	664
Films et clips vidéo sur Internet, sur YouTube par exemple	32	4.0	646
Réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou Instagram	32	4.3	624
Application VoteInfo de la Confédération	26	4.9	522

Résultats pondérés. Remarques: La deuxième colonne («Part d'utilisation en %») indique la part de votants qui ont utilisé les canaux d'information respectifs. La troisième colonne («Intensité d'utilisation») informe en rechange sur l'intensité d'utilisation du média respectif (moyenne arithmétique de l'intensité d'utilisation, entre 1 et 10). A cette fin, seules les indications fournies par les utilisateurs du média respectif ont été prises en compte. $n = 2'033$.

Les canaux publicitaires ont été intensément utilisés par les deux camps s'agissant de l'initiative pour des multinationales responsables, sachant que les comités ont recouru à des stratégies différentes. En effet, le camp du Non a misé, selon l'analyse des journaux

et des annonces réalisée par l'Année Politique Suisse, plus fortement sur les annonces³ et a compté sur l'obtention d'une majorité des cantons.⁴ Le camp du Oui a dès le début misé sur la mobilisation de la société civile. Les drapeaux sont devenus le symbole de la campagne pour le Oui, qui a utilisé également le multimédia. Elle proposait, par exemple, des films en streaming, tout comme le camp adverse.

L'exposition aux médias peut renforcer l'éventuelle décision de vote ou influencer la formation de l'opinion. Des différences sont observables entre un canal de communication principal et le comportement de vote. 16 % indiquent actuellement qu'ils s'informent principalement en ligne. Ce groupe aurait majoritairement accepté les deux initiatives. 43 % indique s'informer tout autant en ligne que hors ligne. Une personne s'informant de cette façon "hybride" aurait encore accepté avec une majorité de justesse l'initiative pour des multinationales responsables. Seuls les 39 % qui s'informent hors ligne via les médias imprimés, la télévision ou la radio ont rejeté les deux initiatives. La corrélation est certes faible, mais révélatrice d'un fossé numérique concevable au sujet de la formation de l'opinion. Les votants en faveur du Non tiennent compte des canaux établis ou leur font plutôt confiance. Une personne qui utilise la Brochure fédérale a eu plutôt tendance à voter Non aux deux initiatives, et à suivre ainsi la recommandation du Conseil fédéral et du Parlement.

Tableau 8: Mode d'information politique (en % des votants)

Canaux de communication	Initiative pour des multinationales responsables (comportement de vote)			Initiative contre le commerce de guerre (comportement de vote)		
	Votants en faveur du Oui, en %	n	Erreur type	Votants en faveur du Oui, en %	n	Erreur type
en ligne (via Internet)	60	269	± 5.9	52	263	± 6
les deux approximativement à égalité	50	774	± 3.5	43	763	± 3.5
hors ligne (presse imprimée, télévision ou radio)	48	882	± 3.3	40	861	± 3.3
N (total) / V de Cramer		1925	V = .09**		1922	V = .08**

³ Voir: swissvotes.ch

⁴ Lien vers tagesanzeiger.ch

4 Entreprises responsables – pour protéger l'être humain et l'environnement

4.1 La situation de départ, projet et recommandations

L'initiative populaire «Entreprises responsables – pour protéger l'être humain et l'environnement» («Initiative pour des multinationales responsables») a été lancée le 21 avril 2015 par une alliance de plus de 60 ONG. L'initiative exigeait des entreprises suisses qu'elles vérifient si les droits de l'Homme et les normes environnementales internationalement reconnus sont respectés dans leurs activités et celles de leurs filiales. En cas d'infractions, elles devraient prendre des mesures, rendre des comptes et assumer les dommages provoqués par les entreprises dont elles ont le contrôle. Elles ne seraient pas tenues pour responsable si elles avaient respecté les obligations de vérification. Après un débat intense et quelques controverses, le Parlement a adopté une contre-proposition indirecte, atténuée, introduite par le Conseil des États, qui entre en vigueur après le rejet de l'initiative.

Le Conseil des États et le Parlement ont rejeté l'initiative estimant notamment que les règles concernant la responsabilité allaient trop loin. Selon eux, cela mettait en danger, en raison de l'insécurité juridique, à la fois l'emploi et la prospérité. Le Comité et ses organisations responsables issues de la société civile et des Églises ont argumenté, de leur côté, que la très grande majorité des entreprises suisses n'aurait pas été affectée. Celles, par contre, qui le seraient, ne devraient pas, du fait de leur absence de scrupules, posséder un avantage concurrentiel.

Le 29 novembre 2020, l'«Initiative pour des multinationales responsables» a été rejetée. Bien que 50,7 % des votants aient dit «Oui», le projet a échoué sur la majorité des cantons. Le «Oui» n'a recueilli la majorité populaire que dans 8 1/2 cantons, tandis que le «NON» a recueilli 12 5/2 des voix⁵.

Depuis l'introduction du droit de vote pour les femmes et une initiative de 1955 pour la protection des locataires, c'est seulement la deuxième initiative à échouer devant la majorité des cantons. La majorité populaire s'est formée avec 37'500 voix «Oui» de plus que de voix «Non». Pour obtenir la majorité des cantons, 8'508 voix «Oui» en provenance des cantons aux résultats les plus serrés auraient théoriquement suffi. Dès le lundi qui a suivi les votations, un débat s'est ouvert sur des réformes de la majorité des cantons, débat qui a été lancé par les partis de gauche à nouveau⁶.

4.2 La décision de vote en fonction de paramètres sociaux et politiques

En présence d'une majorité populaire aussi ténue, il est intéressant de savoir comment les majorités diffèrent en fonction de paramètres sociodémographiques. Le tableau 9

⁵ [Lien vers bfs.admin.ch](https://www.bfs.admin.ch)

⁶ [Lien vers bfs.admin.ch](https://www.bfs.admin.ch)

montre que l'ampleur du «Oui» diffère de manière significative dans un certain nombre de ces variables : **Age**, **sexe**, couche sociale (de façon différente pour **le niveau d'éducation** et le **revenu**) ainsi que la **confession**.

Dans l'ensemble, les personnes réunissant les paramètres sociodémographiques suivants ont plutôt voté «Oui»: les personnes âgées ou les femmes, les détenteurs d'un niveau d'éducation élevé, les employés plutôt à temps partiel, les personnes n'appartenant à aucune confession religieuse (sauf celles fréquentant régulièrement le service religieux protestant-réformé).

Il s'est avéré en **détail** que l'initiative pour des multinationales responsables aurait été adoptée à 56 % si seulement les personnes d'un **âge** inférieur à 50 ans avaient voté. Les personnes d'un âge inférieur ou égal à 40 ans étaient le plus nettement pour l'initiative; en revanche, celles âgées de plus de 70 ans étaient le plus fortement contre. Le **fossé entre les sexes** s'est très nettement manifesté: 57 % des femmes auraient très nettement accepté le projet, tandis que seulement 43 % des hommes ont dit «Oui» à l'initiative pour des multinationales responsables. Les différences de plus de 10 points de pourcentage entre les sexes sont rares.

La corrélation avec la classe socioprofessionnelle n'est pas nette: L'acceptation du projet tend à augmenter avec le **niveau d'éducation**, mais inversement à s'abaisser avec le revenu disponible du foyer. Toutefois, les différences en fonction du **taux d'occupation** sont assez nettes: Les personnes travaillant à plein temps ou au moins à 90 % de ce temps ont nettement refusé l'initiative, tandis que toutes les autres exerçant un métier avec temps de travail partiel ont en nette majorité accepté l'initiative.

Dans de nombreuses localités, les Églises ont défendu l'initiative pour des multinationales responsables. L'effet a cependant été limité: Les personnes sans appartenance à une **communauté religieuse** ont eu plus tendance à voter pour le projet (62 %) que les membres d'Églises (45 %). Le cas échéant, un effet peut être postulé sur les membres d'Églises très pratiquants. 68 % des Réformés se rendant à un service religieux au moins une fois par mois ont accepté le projet. Toutefois, un tel effet n'est pas reconnaissable chez les catholiques qui sont allés au moins chaque mois à la messe (40 % de «Oui»).

Tableau 9: Comportement de vote selon des paramètres sociodémographiques (en pourcentage des votants effectifs)

Paramètres	Oui (en %) (pondéré)	N	V de Cramer / Erreur type
Total	50.7	2031	
Age			V = 0.18***
18-29 ans	64	228	± 6.2
30-39 ans	61	197	± 6.8
40-49 ans	52	312	± 5.6
50-59 ans	49	422	± 4.8
60-69 ans	49	442	± 4.7
70 ans et plus	39	430	± 4.6
Sexe			V = 0.14***
Femmes	57	1028	± 3
Hommes	43	1003	± 3.1
Niveau d'éducation			V = 0.17***
Sans formation post-obligatoire	43	186	± 7.1
Formation professionnelle de base/Formation professionnelle	42	639	± 3.8
Maturité/Éducation professionnelle supérieure	50	592	± 4
HES/Université/EPF/Doctorat	63	561	± 4
Revenu du foyer			V = 0.13***
Jusqu'à 3'000 CHF	53	66	± 12.1
3'000-5'000 CHF	64	254	± 5.9
5'000-7'000 CHF	55	346	± 5.2
7'000-9'000 CHF	50	326	± 5.4
9'000-11'000 CHF	45	257	± 6.1
Plus de 11'000 CHF	45	494	± 4.4
Confession			V = 0.16***
Sans appartenance à une communauté religieuse	62	749	± 3.5
Membre d'une communauté religieuse	45	1227	± 2.8

Tandis que les variables sociodémographiques n'ont montré qu'isolément des différences nettes, les paramètres politiques ont influencé plus nettement la décision de vote relative à l'initiative pour des multinationales responsables (tableau 10).

Dans l'ensemble, les paramètres politiques suivants ont tendu à conduire au «Oui»: Les personnes qui idéologiquement se situent à gauche, qui se disent proches du PS ou des Verts ou qui défendent des valeurs relatives à la protection de l'environnement et qui font confiance aux organisations de défense des droits de l'Homme.

Il s'avère **en détail** que plus une personne se classe à gauche en matière d'**idéologie** politique et plus elle a voté en faveur de l'initiative pour des multinationales responsables. Ainsi, par exemple, les personnes «complètement à gauche» ont livré une part de Oui de 97 %, contre seulement 10 % des personnes «complètement à droite». Il est remarquable que l'initiative ait été acceptée par des personnes qui se classent elles-mêmes au milieu de l'échiquier politique. Cela illustre bien le caractère d'un projet émanant du cœur de la société civile et symbolise la majorité populaire dans son ensemble. Cela ne réussit généralement pas aux initiatives assorties d'un profil d'acceptation clairement à gauche et sans composante écologique conservatrice.

Un regard sur la **sympathie envers les partis** livre le même schéma. Plus le parti auquel une personne s'identifie se situe à gauche et plus la part de «Oui» est élevée. Chez les sympathisants des Verts (96 %) et du PS (89 %), le soutien était pratiquement complet. Au centre se neutralisent plus ou moins les sympathisants du PVL, dont presque les deux-tiers ont voté pour le projet, et du PDC, qui pour presque les trois-quarts ont voté contre le projet. Chez les partisans du PLR (19 %) et de l'UDC (15 %), l'initiative pour des multinationales responsables n'a reçu qu'un soutien marginal.

Certaines **valeurs politiques** ont nettement marqué le comportement de vote. La corrélation la plus frappante peut être constatée autour de la question de savoir si en cas de conflit la protection de l'environnement doit prendre la priorité sur la prospérité économique. Qui a répondu «Oui» à cette question a beaucoup plus nettement voté pour l'initiative pour des multinationales responsables que les personnes aux valeurs politiques mitigées ou que celles concédant la priorité à l'économie en cas de conflit. Ainsi la référence de l'initiative avec l'environnement et le climat a joué un rôle plus important dans le vote que la foi en la religion chrétienne. Plus une personne se range aux valeurs de gauche et écologique et plus elle a été encline à voter pour l'initiative pour des multinationales responsables. Il existe des corrélations d'une intensité comparable par exemple sur la question fondamentale de l'intervention de l'État dans l'économie ou quant à l'attitude et aux valeurs relatives à la sortie du nucléaire.

Vu le débat sur les conséquences juridiques d'une norme constitutionnelle suisse en matière de comportement des multinationales à l'étranger, la corrélation nette entre la décision de vote et les conceptions que l'on se fait du droit international est révélatrice: Plus un répondant concède au droit international la primauté sur le droit suisse et plus il a voté pour l'initiative.

Tableau 10: Comportement de vote selon des paramètres politiques (en % des votants effectifs)

Paramètres	Oui (en %) (pondéré)	N	V de Cramer / Erreur type
Total	50.7	2031	
Autoclassement à gauche/à droite (0-10)			V = 0.61***
complètement à gauche (0-2)	97	274	± 2
à gauche (3-4)	77	424	± 4
au centre (5)	50	501	± 4.4
à droite (6-7)	21	457	± 3.7
complètement à droite (8-10)	10	247	± 3.7
Sympathie pour un parti			V = 0.63***
PLR	19	351	± 4.1
PDC	28	150	± 7.2
PS	89	375	± 3.2
UDC	15	304	± 4
PVL	63	185	± 7
Verts	96	207	± 2.7
autre parti	56	166	± 7.6
aucune	45	152	± 7.9
Valeurs personnelles: «Une Suisse où la protection de l'environnement est plus importante que la prospérité économique, ou une Suisse où la prospérité économique est plus importante que la protection de l'environnement.»			V = 0.53***
La protection de l'environnement est plus importante	80	842	± 2.7
Valeurs personnelles mitigées	34	860	± 3.2
La prospérité économique est plus importante	12	225	± 4.3
Valeurs personnelles: «Une Suisse où le droit suisse prime sur le droit international ou une Suisse où le droit international prime sur le droit suisse.»			V = 0.32***
Le droit suisse prime sur le droit international	35	1071	± 2.9
Valeurs personnelles mitigées	59	528	± 4.2
Le droit international prime sur le droit suisse	76	269	± 5.1
Confiance envers les organisations de défense des droits de l'Homme			V = 0.55***
très faible (0-4)	13	433	± 3.2
moyenne (5)	35	394	± 4.7
élevée (6-7)	58	453	± 4.6
très élevée (8-10)	82	682	± 2.9

Paramètres	Oui (en %) (pondéré)	N	V de Cramer / Erreur type
Confiance envers les multinationales basées en Suisse			V = 0.30***
très faible (0-4)	65	910	± 3.1
moyenne (5)	39	530	± 4.2
élevée (6-7)	34	299	± 5.4
très élevée (8-10)	27	137	± 7.5
Influence de la Covid sur la décision de vote			V = 0.11***
pas influencé	53	1572	± 2.5
influencé	38	332	± 5.2

La **confiance** largement intacte envers les organisations de défense des droits de l'Homme en tant que principales responsables de l'initiative a également contribué au soutien. Sur une échelle de zéro à dix, plus d'un tiers des votants donnent une note de confiance d'au moins huit à ces organisations. Dans ce groupe, le «Oui» à l'initiative pour des multinationales responsables a été massif avec 82 %. Situation inverse pour la confiance envers les multinationales internationales qui avaient fait campagne pour le «NON». Dans le contexte du débat sur l'initiative, presque la moitié a manifesté une très faible confiance à de telles multinationales, avec des notes comprises entre zéro et quatre sur cette même échelle. Ce groupe a lui aussi très nettement approuvé l'initiative. Cependant, dès que la confiance envers les groupes arrivait au moins à la moyenne (5), le soutien apporté à l'initiative descendait clairement en dessous du seuil de majorité.

Isolément, dans les questions ouvertes, la pandémie de Covid a été citée comme motif des votants en faveur du «Non» (voir le chapitre 4.3 pour les questions les plus fréquentes sur les motifs). Le risque possible que, par exemple, l'économie déjà affaiblie la pandémie soit menacée d'obligations supplémentaires, a visiblement joué un rôle dans le comportement de vote. Si les votants ont été concrètement interrogés sur une possible influence de la Covid sur leur décision personnelle, un léger lien apparaît: Si une personne a fait valoir une telle influence, elle a plutôt eu tendance à voter «Non».

4.3 Les motifs

Les principaux motifs d'un «Oui» ou d'un «Non» ont été sondés au moyen d'une question ouverte. Les tableaux 11 et 12 indiquent selon quelle fréquence les motifs ont été indiqués en premier (premières indications ou motif principal) et selon quelle fréquence ils ont au total été indiqués par les votants en faveur du Oui et du Non (toutes les indications).

Parmi les **motifs du Oui**, (tableau 11), ce sont surtout trois groupes de motifs qui ont été indiqués: La **responsabilité globale des multinationales et l'environnement** ont été indiqués comme motifs en liens différents (30 % de toutes les premières indications, 166 %

de toutes les indications), en moyenne même plus d'une fois par enquêté. Cette motivation référée à la façon globale de voir focalise le rôle des multinationales et la responsabilité qui découle respectivement de la prospérité en Suisse et de la création de valeur dans ce pays. Cela a été reconnu comme une obligation morale visiblement bien au-delà du camp politique de gauche. Pour les votants en faveur du «Oui», il s'est donc agi de l'égalité des droits des pays en voie de développement, de la responsabilité fondamentale ou globale des multinationales concernant les injustices (économiques) ou des problématiques juridiques ou, concrètement, de l'écologie et des normes environnementales qui doivent être mondialement applicables. Ce faisant, il a été fréquemment exprimé indirectement que les normes existantes ne suffisaient pas non plus pour les multinationales suisses. En deuxième ligne, [les rapports avec la Suisse et son rôle d'exemple notamment en liaison avec les droits de l'Homme](#) (le travail infantile par ex.) ont figuré au premier plan (28 % de toutes les premières indications, 97 % de toutes les indications). La troisième motivation a concerné [des raisons d'éthique économique fondamentales](#), sachant que le contrôle de l'économie a été exigé ou l'orientation unilatérale vers l'argent et le profit a été critiquée.

Tableau 11: Mode de décision Pour (en % des votants en faveur du Oui)

Motifs	Premières indications		Toutes les indications	
	en %	n	en %	n
Responsabilité globale des multinationales et environnement	30	318	166	1710
Égalité de droits des pays en voie de développement	2	23	25	243
Assumer de la responsabilité	3	39	22	223
Responsabilité globale des multinationales	4	36	21	220
Protection de l'environnement et normes environnementales	0	2	12	130
Droits de l'Homme et rôle de la Suisse	28	296	97	993
Respect des droits de l'Homme	14	144	43	437
Rôle d'exemplarité	2	17	8	78
Tradition humaniste	1	14	7	76
Motifs d'éthique économique	15	162	63	672
Le contrôle de l'économie, c'est important	9	94	22	229
L'argent et le profit, ce n'est pas tout	1	15	10	111
Considérations générale (par ex. bon projet, sympathique)	6	64	16	168
Autre	0	4	1	12
Réponses visiblement fausses / confusions	0	1	0	4
Recommandations (originaire de la politique ou de la parenté)	0	8	2	35
ne sais pas / aucun motif indiqué	21	233	58	652

Résultats pondérés. En raison d'arrondis, la somme de tous les motifs peut arriver à dépasser 100 %. Les enquêtés ont fréquemment noté plus d'un motif et indépendamment de cela ils ont aussi toujours été interrogés sur d'autres motifs. Les deux dernières colonnes tiennent compte de tous les motifs indiqués par les enquêtés. Le total général est donc supérieur à 100 %.

Parmi les **motifs du Non**, surtout trois aspects ont joué un rôle capital (tableau 12): les problèmes de mise en œuvre, des motifs économiques et des doutes quant à l'effet:

La crainte de **problèmes de mise en œuvre** a eu le plus tendance, avec les motifs économiques, à motiver les votants en faveur du «Non» (26 % des premières indications, 74 % de toutes les indications). Ces votants ont cité, outre leurs doutes de principe envers un contrôle public ou envers les difficultés de mise en œuvre, la bureaucratie, les problèmes éventuellement liés à une démarche en cavalier seul, des problèmes avec les rapports ou la menace d'une foule d'actions en justice. En liaison avec le rôle de l'État et avec le contrôle, les avantages de la contre-proposition ont aussi en partie été exprimés. Cette contre-proposition n'a toutefois pas figuré parmi les motifs spontanément cités.

Des **motifs économiques** ont été déterminants pour le «Non» dans la même ampleur pratiquement (21 % des premières indications, 69 % de toutes les indications). Ces motifs englobaient à leur tour deux types de craintes : Des dommages directs pour l'économie ou la pénalisation de la Suisse en tant que site économique.

Enfin, certains votants en faveur du «Non» n'ont pas vu l'effet ciblé. L'**effet manqué** (5 % des premières indications, 31 % de toutes les indications) a concerné aussi bien la mise en œuvre proprement dite que la démarche en cavalier seul de la Suisse.

Tableau 12: Motifs de décision Contre (en % des votants en faveur du Oui)

Motifs	Premières indications		Toutes les indications	
	en %	N	en %	n
Problèmes de mise en œuvre	26	229	74	639
Le contrôle par l'État est une erreur	4	35	16	138
Mise en œuvre difficile	6	47	13	105
Contre-proposition meilleure	3	32	7	71
Motifs économiques	21	201	69	637
Dommages pour l'économie	9	95	20	183
Désavantage pour le site économique suisse	2	15	19	172
Effet manqué	5	42	31	260
La mise en œuvre manque son but	0	0	13	104
Faire cavalier seul n'est pas judicieux	1	8	5	41
Général (par ex. instinctivement, affirmation généralement négatives)	19	186	49	449
Autre	0	4	1	8
Réponses visiblement fausses / confusions	0	0	0	2
Recommandations (provenant de la politique ou de la parenté)	4	43	6	66
ne sais pas / aucun motif indiqué	25	240	64	631

Résultats pondérés. En raison d'arrondis, la somme de tous les motifs peut arriver à dépasser 100 %. Les enquêtés ont parfois noté plus d'un motif et indépendamment de cela ils ont aussi toujours été interrogés sur d'autres motifs. Les deux dernières colonnes tiennent compte de tous les motifs indiqués par les enquêtés. Le total général est donc supérieur à 100 %.

4.4 La résonance des arguments des votations

Différents arguments Pour ou Contre ont été présentés aux enquêtés, qu'ils pouvaient accepter ou refuser (tableau 13). Ce n'est pas seulement l'acceptation ou le refus dans son ensemble qui a été pertinent pour l'analyse, il s'est également agi des arguments qui divisaient les votants en faveur du «Oui» et du «Non». De grandes différences d'évaluation des arguments entre les deux camps sont des signes que ces arguments ont été particulièrement pertinents pour la décision.

Dans l'ensemble, la décision de vote a reposé sur des motifs plus que moyennement solides⁷: 71 % des votants ont accepté le contenu des arguments Pour ou Contre respectifs, et ont voté en conséquence.

Pour résumer, les principes éthiques dans le monde du commerce international abordés par l'initiative ont été très largement acceptés, et presque dans leur quasi-totalité chez les votants en faveur du «Oui». Seul a été jugé de manière un peu plus polarisée l'argument Pour demandant si des mesures volontaires ne suffiraient pas. Les principes abordés par l'initiative n'ont toutefois pas été décisifs à eux seuls. Dans le camp du «Non» a figuré le dommage infligé au site économique suisse, les contrôles complexes à mettre nouvellement en place aussi pour les PME, et le possible retrait hors des pays en voie de développement vu les risques ont été convaincants pour une majorité de votants en faveur du Non, et fréquemment cela a aussi eu un effet sur la décision.

L'**argument Pour** qui a rencontré le plus de soutien a été celui s'opposant aux avantages concurrentiels des entreprises qui ne respectent pas les règles de fairplay et d'éthique dans le monde des affaires. Cela correspond à la motivation centrale en faveur de la responsabilité des multinationales. Il est remarquable que même 81 % des votants en faveur du «Non» se rangent à ce principe. Tous votants confondus, le soutien se chiffre à 88 % (94 % chez les votants en faveur du «Oui») Le deuxième axe central d'argumentation se réfère au dommage, pour la réputation de la Suisse, qu'un comportement non éthique peut provoquer. Les votants en faveur du «Oui» n'ont pas été les seuls à être d'accord. Au total, 79 % des votants ont suivi la ligne d'argumentation des partisans (69 % chez les votants en faveur du «Non»). La troisième position est occupée par l'argumentation relative à l'expérience faite jusqu'à présent, indiquant que les règlements d'aujourd'hui ne suffisent pas et que des conséquences sont nécessaires. Cet argument en faveur du «Oui» est jugé comme étant le plus polarisé. Les votants en faveur du «Oui» acceptent cet argument à 91 % tandis que les votants en faveur du «Non» sont de justesse une majorité (52 %) à juger de telles conséquences nécessaires.

⁷ [Lien vers l'article SPSR de Milic \(2015\)](#)

Tableau 13: Total des arguments Pour et Contre, et les parts de votants en faveur du Oui et du Non (en %)

Arguments pour		D'accord	Pas d'accord	Ne sais pas / pas de réponse
Il est important qu'il y ait plus de fairplay et d'éthique dans le monde des affaires. Aucune entreprise ne peut recevoir d'avantage concurrentiel pour avoir agi de manière irresponsable au détriment des droits de l'homme ou de l'environnement.	Total	88	6	6
	Votants en faveur du Oui	94	2	4
	Votants en faveur du Non	82	10	8
Lorsque des entreprises suisses provoquent l'exode de gens à l'étranger et polluent l'environnement, elles portent atteinte à la bonne réputation de la Suisse.	Total	79	15	7
	Votants en faveur du Oui	88	7	6
	Votants en faveur du Non	69	24	7
L'expérience montre que les mesures volontaires ne suffisent pas. Pour cette raison, il faut qu'un comportement socialement irresponsable ait des conséquences pour les multinationales.	Total	72	20	8
	Votants en faveur du Oui	91	4	5
	Votants en faveur du Non	52	38	10
Arguments contre				
Si mondialement seules des entreprises suisses doivent se plier à des règles aussi sévères, cela nuit à la Suisse en tant que site économique.	Total	60	32	8
	Votants en faveur du Oui	37	55	8
	Votants en faveur du Non	85	8	7
Cette initiative affecte non seulement les multinationales mais aussi les PME suisses qui importent des produits de l'étranger. Elles doivent mettre en place des contrôles coûteux.	Total	54	34	12
	Votants en faveur du Oui	34	53	14
	Votants en faveur du Non	76	15	9
Pour les entreprises suisses, il devient trop risqué de produire dans les pays en voie de développement. Elles vont s'en retirer, ce qui va gêner le développement et le progrès dans les pays pauvres.	Total	40	49	11
	Votants en faveur du Oui	15	74	11
	Votants en faveur du Non	65	24	11

Résultats pondérés. Les lignes mentionnent des pourcentages. En raison d'arrondis, les totaux sur chaque ligne n'atteignent pas partout 100 %. Exemple de lecture pour le premier argument: 88 % de tous les votants (ainsi que 94 % de tous les votants en faveur du Oui et 82 % de tous les votants en faveur du Non) se sont rangés à l'argument Pour selon lequel l'éthique et le fairplay sont importants dans le monde des affaires. 6 % de tous les votants ont indiqué ne pas être d'accord et 6 % ont répondu «Ne sais pas / pas d'indication ». N total pour tous les arguments 2'113, votants en faveur du Oui 1'086, votants en faveur du Non 945.

Dans l'ensemble, les arguments Contre ont beaucoup moins convaincu que les arguments Pour. A nouveau les contre-arguments visent des aspects qui ont été exprimés comme motifs capitaux (voir chapitre 4.3). 60 % des votants ont vu un dommage pour le site économique suisse si des règles aussi sévères s'appliquaient aux entreprises suisses (85 % de votants en faveur du «Non», 37 % de votants en faveur du «Oui»). Une majorité ténue de 54 % des votants a suivi l'argumentation selon laquelle des PME suisses seraient elles aussi touchées car elles devraient mettre en place des contrôles sévères à l'importation. N'a plus été majoritairement soutenue une problématique évoquée par le camp du Non au sujet de l'effet: 40 % ont adhéré à l'argument selon lequel un retrait hors des pays en voie de développement menace du fait de risque de production accrus. Les votants en faveur du Oui ont rejeté cet argument avec véhémence, presque les deux-tiers des votants en faveur du «Non» s'y sont rangés.

5 Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre («Initiative contre le commerce de guerre»)

5.1 La situation de départ, projet et recommandations

L'initiative populaire «Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre» («Initiative contre le commerce de guerre») a été lancée le 11 avril 2017 par le GSsA et les Jeunes Verts en tant que principaux initiateurs. L'initiative visait à interdire le financement de tous les matériels de guerre (par ex. la fabrication des fusils d'assaut et de leurs pièces). De la sorte, elle voulait empêcher outre l'octroi de crédits aux producteurs de matériel de guerre, également de posséder leurs actions ainsi que des produits de placement tels que les fonds incluant des actions de ces producteurs. Cela aurait entre autres concerné aussi la Banque nationale suisse, l'AVS/AI et les caisses de pension. En outre, la Suisse doit s'engager mondialement à ce que cette interdiction vaille pour les banques et les assurances.

Le Conseil fédéral et le Parlement ont rejeté cette proposition. L'interdiction de financement existante remplit selon eux déjà son but, l'initiative va trop loin et elle n'empêcherait pas des guerres. Pire, elle amenuiserait surtout le rendement de l'AVS/AI et des caisses de pension, menacerait la Suisse en tant que place financière et affaiblirait l'industrie suisse.

Le 29 novembre 2020, l'«Initiative contre le commerce de guerre» a été rejetée avec 42,6 % de voix «Oui». La majorité des cantons n'a pas été atteinte elle non plus (3 1/2 cantons pour le Oui et 17 5/2 cantons pour le «Non»)⁸.

L'Initiative contre le commerce de guerre n'a donc pas provoqué de surprise. Les recommandations et les arguments de la partie adverse se sont imposés. Il faut néanmoins retenir ceci: Comparé aux projets antérieurs portant sur la politique de paix, elle a obtenu nettement plus de voix «Oui» (comparé à «Pour une Suisse sans armée et pour une politique globale de paix» avec 36% de «Oui») ou à «Économiser dans l'armée et la défense générale» avec 38 % de «Oui»).

5.2 La décision de vote en fonction de paramètres sociaux et politiques

Les paramètres sociodémographiques énoncés (tableau 14) montrent que l'approbation de l'Initiative contre le commerce de guerre diffère significativement selon certaines des variables suivantes: **Age**, **sexe**, **niveau d'éducation**, **revenu du foyer** et **confession**. Bien que les effets soient significatifs, force est de constater que la puissance de ces effets est à classer comme (très) réduite en raison du faible V de Cramer.

⁸ [Lien vers bfs.admin.ch](https://www.bfs.admin.ch)

Dans l'ensemble, les paramètres sociodémographiques suivants ont tendu à conduire au «Oui»: Les personnes jeunes ou les femmes, les personnes qui ont reçu une éducation supérieure, celles dont le foyer dispose d'un revenu modeste ou qui se perçoivent comme membres d'une communauté religieuse.

Tableau 14: Comportement de vote selon des paramètres sociodémographiques (en pourcentage des votants effectifs)

Paramètres	Oui (en %) (pondéré)	N	V de Cramer / Erreur type
Total		1976	
Age			V = 0.17***
18-29 ans	56	225	± 6.5
30-39 ans	49	194	± 7.1
40-49 ans	43	299	± 5.6
50-59 ans	42	410	± 4.82
60-69 ans	41	427	± 4.7
70 ans et plus	31	421	± 4.4
Sexe			V = 0.12***
Hommes	36	986	± 3
Femmes	48	990	± 3.1
Niveau d'éducation			V = 0.16***
sans formation post-obligatoire	36	183	± 7
Formation professionnelle de base/Formation professionnelle	35	622	± 3.8
Maturité/Éducation professionnelle supérieure	41	578	± 4
HES/Université/EPF/Doctorat	55	546	± 4.2
Revenu du foyer			V = 0.12*
Jusqu'à 3'000 CHF	47	62	± 12.5
3'000-5'000 CHF	56	245	± 6.2
5'000-7'000 CHF	45	338	± 5.3
7'000-9'000 CHF	41	315	± 5.4
9'000-11'000 CHF	39	250	± 6.1
Plus de 11'000 CHF	38	480	± 4.3
Confession			V = 0.16***
Sans appartenance à une communauté religieuse	37	1198	± 2.7
Membre d'une communauté religieuse	53	728	± 3.6

En **détail**, il s'avère en matière d'**âge** des votants que les jeunes ont voté comparative-ment plus souvent que les moins jeunes en faveur du «Oui». Ainsi par exemple les 18-29 ans ont dit «Oui» à 56 %; en revanche, les personnes de 70 ans et plus n'ont fait de même qu'à 31 %. Une différence est à retenir également quant au **sexe**: Les hommes sont tout juste un tiers à avoir voté «Oui», alors que presque la moitié de l'ensemble des femmes ont fait de même (48 %). L'effet est toutefois très faible ($V = 0.12$).

L'appartenance à une classe sociale fait apparaître un tableau mitigé: Les personnes d'un **niveau d'éducation** réduit ont plus rarement voté «Oui» que celles détenant un niveau de formation élevé. Phénomène inverse avec le revenu du foyer: Les personnes disposant d'un **revenu** modeste ont plus fréquemment voté «Oui» que celles disposant d'un revenu élevé. Ainsi par exemple, les personnes dont le revenu mensuel du foyer est compris entre CHF 3'000 et 5'000 ont voté à 56 % «Oui», tandis que celles disposant d'un revenu supérieur à CHF 11'000 ont glissé à 38 % seulement un «Oui» dans l'urne. Il en ressort que ce sont plutôt les personnes éduquées disposant d'un revenu modeste qui ont voté pour l'Initiative contre le commerce de guerre.

Comme il y avait lieu de le supposer, **l'appartenance à une communauté religieuse** d'une personne est révélatrice de différences quant à ses intentions de vote. Contrairement aux résultats obtenus par l'Initiative pour des multinationales responsables, un schéma clair se dégage ici: Les personnes membres d'une communauté religieuse ont en majorité voté pour l'«Initiative contre le commerce de guerre» (53 %), celles non-membres d'une communauté religieuse ont en revanche peu voté pour cette initiative (37 %).

Comme pour l'Initiative contre le commerce de guerre, les paramètres politiques s'avèrent plus déterminants pour la décision de vote que les paramètres sociodémographiques (tableau 15). **L'idéologie, la sympathie pour un parti** et la **confiance** s'avèrent être des facteurs exerçant tous ensemble une plus forte influence sur la décision de vote que des paramètres personnels tels que l'âge, le sexe ou la formation.

Dans l'ensemble, les paramètres suivants d'une personne ont tendu à conduire au «Oui»: la gauche idéologique, les sympathisants du PS ou des Verts ou les personnes faisant amplement confiance au groupe GSSa pour une société suisse sans armée, ou peu confiance à la Banque nationale suisse.

En **détail**, l'**auto-évaluation gauche/droite** montre que l'Initiative contre le commerce de guerre a reçu un très vif soutien de l'électorat complètement à gauche (93 %) ainsi que de la gauche (69 %). Au centre (39 %) et à droite (12 %), le projet n'a bénéficié de pratiquement aucun soutien. Ce schéma se laisse également constater dans l'approbation sur la base de la **sympathie pour un parti**. Tandis que les sympathisants du PS et des Verts ont déposé une grande majorité de «Oui», cette valeur descend à 13 % chez les sympathisants du PLR et à 7 % chez eux de l'UDC. Tandis que les sympathisants du PDC se sont dits en grande partie contre (part de 22 % de «Oui»), les sympathisants du PVL ont voté presque ex-æquo pour et contre (49 %) L'autoclassement à gauche/à droite ainsi que la sympathie pour des partis ont les plus importants effets avec un V de Cramer de respectivement 0,63 et 0,64.

Les variables de **confiance** envers le groupe GSsA pour une Suisse sans armée et envers la Banque nationale suisse possèdent également une force explicative élevée. Plus la confiance envers le GSsA est élevée et plus la part de votants en faveur du Oui l'est aussi. Ceux qui font énormément confiance au GSsA (note de 8-10 donnée sur une échelle de 10 points), la part de «Oui» atteint presque 90 %. Phénomène inverse lorsqu'il s'agit de la confiance envers la Banque nationale suisse (BNS). Ceux qui font énormément confiance à la BNS ne sont 27 % à voter «Oui».

Tableau 15: Comportement de vote selon des paramètres politiques (en pourcentage des votants effectifs)

Paramètres	Oui (en %) (pondéré)	N	V de Cramer / Erreur type
Total		1976	
Auto-évaluation à gauche/à droite (0-10)			V = 0.63***
complètement à gauche (0-2)	93	263	± 3.1
à gauche (3-4)	69	417	± 4.4
au centre (5)	39	496	± 4.3
à droite (6-7)	12	442	± 3
complètement à droite (8-10)	5	242	± 2.8
Sympathie pour un parti			V = 0.64***
PLR	13	345	± 3.6
PDC	22	147	± 6.7
PS	81	366	± 4
UDC	7	295	± 2.9
PVL	49	184	± 7.2
Verts	91	200	± 4
autre parti	45	164	± 7.6
aucun parti	39	141	± 8.1
Confiance envers le groupe pour une Suisse sans armée (GSsA)			V = 0.57***
très faible (0-4)	20	1084	± 2.4
moyenne (5)	61	271	± 5.8
élevée (6-7)	76	216	± 5.7
très élevée (8-10)	89	228	± 4.1
Confiance envers la Banque nationale suisse			V = 0.31***
très faible (0-4)	69	256	± 5.7
moyenne (5)	55	364	± 5.1
élevée (6-7)	44	435	± 4.7
très élevée (8-10)	27	815	± 3

5.3 Les motifs

Les principaux motifs d'un «Oui» ou d'un «Non» ont été sondés au moyen d'une question ouverte. Les votants avaient la possibilité de noter plusieurs motifs. Les tableaux suivants indiquent selon quelle fréquence les motifs ont été indiqués en premier (premières indications ou motif principal) et selon quelle fréquence ils ont au total été indiqués par les votants en faveur du «Oui» et du «Non» (toutes les indications).

Pour les **motifs du Oui** (tableau 16), il est possible de dégager trois catégories principales: Considérations éthiques (24 % de premières indications, 70 % de toutes les indications), un arrêt du financement (respectivement 18 % et 58 %) et des motifs politiques (resp. 25 % et 56 %).

Tableau 16: Mode de décision Pour (en % des votants en faveur du «Oui»)

Motifs	Premières indications		Toutes les indications	
	en %	n	en %	n
Considérations éthiques	24	207	70	582
Antimilitarisme/pacifisme	8	67	19	159
Pas de profits au prix de vies humaines	3	26	13	110
Arrêt du financement	18	250	58	499
Pas de financement des producteurs de matériels de guerre	11	97	33	283
Pas d'argent à l'industrie des armements	3	34	13	110
Motifs politiques	25	246	56	327
Ne soutenir aucun acte de guerre	12	94	27	226
Neutralité suisse	11	85	17	141
Considérations générale (par ex. bon projet, sympathique)	6	57	12	111
Autre	0	4	1	8
Réponses manifestement fausses / confusions	0	4	0	5
Recommandations (provenant de la politique ou de la famille, etc)	0	3	2	10
Ne sais pas / aucun motif indiqué	25	147	66	382

Résultats pondérés. En raison d'arrondis, la somme de tous les motifs peut arriver légèrement au-dessus ou en dessous de 100 %. Les enquêtés ont parfois noté plus d'un motif, et indépendamment de cela ils ont aussi toujours été interrogés au sujet d'autres motifs. Les deux dernières colonnes tiennent compte de tous les motifs indiqués par les enquêtés. Le total général est donc supérieur à 100 %.

Le **motif principal du camp des Oui** était dû à des considérations éthiques. Ils ont le plus souvent indiqué avoir voté «Oui» par opposition fondamentale aux interventions militaires et parce qu'ils prônent le pacifisme (resp. 8 % et 19 %). Un peu moins souvent les votants en faveur du «Oui» ont argumenté ne pas admettre que des bénéfiques soient faits

au prix de vies humaines. Pour eux, ce n'est pas défendable au plan moral. Second argument capital des votants en faveur du «Oui»: leur objectif qui est de faire cesser le financement du matériel de guerre. Ce volet capital du projet a été réitéré comme argument par un grand nombre. D'un côté ils ont glissé un Oui dans l'urne parce qu'ils voulaient stopper le financement des producteurs de matériels de guerre (resp. 11 % et 33 %), ou parce qu'ils ne voulaient plus que de l'argent soit versé à l'industrie des armements (resp. 3 % et 13 %). Des motifs politiques enfin ont été fréquemment cités : Les votants en faveur du Oui ne voudraient pas que la Suisse soutienne des actes de guerre (resp. 12 % et 29 %) ou menace sa neutralité (resp. 11 % et 17 %)

Parmi les **motifs du Non**, surtout trois aspects ont joué un rôle capital (tableau 17): Le motif principal le plus cité englobe des motifs économiques (29 % de premières indications, 65 % de toutes les indications), le deuxième le plus cité est de nature sociale et politique diverse (respectivement 10 % et 32 %) et presque aussi souvent ont été cités des arguments éthiques (resp. 8 % et 29 %).

Tableau 17: Motifs de décision Contre (en % des votants en faveur du Oui)

Motifs	Premières indications		Toutes les indications	
	en %	n	en %	n
Motifs économiques	29	306	65	706
Préjudiciable à l'économie	13	141	26	291
Emplois	8	81	13	144
Motifs sociopolitiques	10	179	32	254
Protection des institutions de prévoyance	3	28	8	69
Inefficace	2	25	6	69
Considérations éthiques	8	163	29	313
Impossible d'empêcher les guerres	4	38	10	99
D'autres continueront d'investir de toute façon	2	25	7	5784
Considérations générale (par ex. bon projet, sympathique)	14	154	25	283
Autre	3	38	11	115
Réponses manifestement fausses / confusions	1	8	1	15
Recommandations (provenant de la politique ou de la famille)	3	34	6	63
Ne sais pas / aucun motif indiqué	32	376	73	828

Résultats pondérés. En raison d'arrondis, la somme de tous les motifs peut arriver légèrement au-dessus ou en dessous de 100 %. Les enquêtés ont parfois noté plus d'un motif, et indépendamment de cela ils ont aussi toujours été interrogés au sujet d'autres motifs. Les deux dernières colonnes tiennent compte de tous les motifs indiqués par les enquêtés. Le total général est donc supérieur à 100 %.

Comme **raison principale du côté Contre** ont été cités des motifs économiques. D'un côté il a été indiqué qu'un «Oui» serait nuisible à l'économie (resp. 13 % et 26 %). De l'autre, il a été également indiqué qu'une acceptation menacerait l'emploi (resp. 8 % et 13 %).

Moins fréquemment mais pas moins capitaux ont été cités des arguments réunissant sous un même toit des motifs sociaux et politiques généraux: La politique doit protéger les institutions de prévoyance contre ce projet, faute de quoi elles devraient investir ailleurs l'argent placé. D'un autre côté, ce projet serait selon eux sans effet car il n'atteindrait pas son but. Et enfin les votants en faveur du «Non» ont également cités des considérations: L'acceptation de ce projet ne serait pas capable non plus d'empêcher les guerres (resp. 4 % et 10 %). Aussi parce que d'autres investiraient de toute façon dans ces opérations commerciales (resp. 2 % et 7 %).

5.4 La résonance des arguments des votations

Différents arguments Pour ou Contre ont été présentés aux enquêtés, qu'ils pouvaient accepter ou refuser (tableau 18). Ce n'est pas seulement l'acceptation ou le refus dans son ensemble qui a été pertinent pour l'analyse, il s'est également agi des arguments qui divisaient les votants en faveur du «Oui» et du «Non». De grandes différences d'évaluation des arguments entre les deux camps sont des signes que ces arguments ont été particulièrement pertinents pour la décision.

Dans l'ensemble, la décision de vote a reposé sur des motifs plus que moyennement solides⁹: 80 % des votants ont accepté le contenu des arguments Pour ou Contre respectifs, et ont voté en conséquence.

Dans l'ensemble, les aspirations éthiques de l'initiative contre le commerce de guerre ont certes déclenché un écho en majorité positif au sein de l'électorat, mais elles ont finalement trop peu convaincu vu leur effet trop réduit. En d'autres termes: D'une part les votants en faveur du «Non» étaient eux aussi d'accord pour que l'argent des caisses de pension suisses ne serve pas à financer du matériel qui tue des personnes. Mais, d'autre part, d'autres pays investiraient dans ce cas dans ce commerce et gagneraient de l'argent de cette manière. De même, les votants en faveur du «Non» n'étaient pas convaincus qu'un «Oui» réduirait les flux de réfugiés. De la sorte, l'orientation fondamentale du projet a certes sensibilisé une majorité, mais son efficacité a été jugée trop faible.

D'une manière fondamentale, tous les arguments Pour ont reçu beaucoup d'approbation. Le premier argument Pour selon lequel il y aurait moins de réfugiés si moins d'argent était investi dans le commerce de guerre, a été accepté par environ les trois-quarts des votants en faveur du «Oui», mais pas par les deux-tiers des votants en faveur du «Non». Visiblement, cette solution possible pour empêcher les flux de réfugiés a manifestement divisé les votants. Plus des deux-tiers de tous les votants – et la plupart au total – ont toutefois accepté que l'argent des caisses de pension suisse ne devait pas servir à produire du matériel qui tue des personnes. 96 % des votants en faveur du «Oui» ont été d'accord, de même que 49 % des votants en faveur du «Non». A également réuni une majorité l'argument Pour selon lequel les investissements suisses dans le commerce de guerre contredisent l'affirmation de neutralité et la crédibilité de la Suisse et leur nuisent. Au total ils ont été 56 % à se ranger à cette affirmation, sachant que ce pourcentage

⁹ Lien vers l'article SPSR de Milic (2015)

inclut 92 % des votants en faveur du «Oui» et 31 % des votants en faveur du «Non». Cet argument a lui aussi la société: 60 % des votants en faveur du «Non» ne l'ont pas accepté.

Dans l'ensemble, les **arguments Contre** ont plus fortement polarisé et ils ont eu tendance à être moins acceptés que les arguments Pour. Le premier argument Contre se focalise sur le préjudice économique qui affecte aussi la place financière suisse ainsi que les constructions mécaniques, l'industrie électronique et la métallurgie: Au total ils ont été 51 % à se ranger à cette affirmation, sachant que 73 % des votants en faveur du «Non» étaient d'accord et 64 % des votants en faveur du «Oui» n'étaient pas d'accord. De la sorte, cet argument a lui aussi fortement polarisé. De même a fortement polarisé le deuxième argument selon lequel les producteurs de matériels de guerre vont investir de toute façon dans ce commerce même si la Suisse s'en retirait. Certes, à nouveau, 58 % se sont dit d'accord avec cet argument. Ce pourcentage se compose d'une approbation par 78 % des votants en faveur du «Non» et d'un refus par 59 % des votants en faveur du «Oui». Le troisième argument Contre a reçu au total le moins d'approbation (40 %): L'initiative assigne des critères politiques à la politique de placements et menace de la sorte l'indépendance de la Banque nationale. Tout juste 61 % des votants en faveur du «Non» ont accepté cela, et mais pas un pourcentage presque identique (62 %) de votants en faveur du «Oui». Tout juste un quart des votants en faveur du «Oui» et du «Non» se sont abstenus d'approuver ou de refuser cet argument.

Tableau 18: Total des arguments Pour et Contre, et les parts de votants en faveur du Oui et du Non (en %)

Arguments pour		D'accord	Pas d'accord	Ne sais pas / pas de réponse
Beaucoup de gens fuient les guerres qui sévissent dans leurs pays d'origine. Si on ferme le robinet financier des guerres, il est possible de contrecarrer cette évolution.	Total	44	44	12
	Votants en faveur du Oui	74	17	9
	Votants en faveur du Non	23	66	11
L'argent de nos caisses de pension ne doit pas servir à produire du matériel qui tue des personnes.	Total	68	23	9
	Votants en faveur du Oui	96	2	3
	Votants en faveur du Non	49	40	11
Les investissements suisses dans le commerce de guerre contredisent l'affirmation de neutralité et nuisent à la fiabilité de la Suisse.	Total	56	36	8
	Votants en faveur du Oui	92	6	2
	Votants en faveur du Non	31	60	10
Arguments contre				
En raison de l'initiative, les caisses de pension ne sont pas les seules à perdre de l'argent. L'initiative nuit à la Suisse en tant que place financière mais aussi aux constructions mécaniques, à l'industrie électronique et à la métallurgie.	Total	51	35	15
	Votants en faveur du Oui	23	64	14
	Votants en faveur du Non	73	14	13
De l'argent est de toute façon investi chez les producteurs de matériels de guerre. Si nous ne le faisons pas, d'autres s'en chargeront et gagneront de l'argent de cette manière.	Total	58	31	11
	Votants en faveur du Oui	33	59	8
	Votants en faveur du Non	78	12	10
L'initiative assigne des critères politiques à la politique de placements et menace de la sorte l'indépendance de la Banque nationale.	Total	40	35	25
	Votants en faveur du Oui	15	62	23
	Votants en faveur du Non	61	16	24

Résultats pondérés. Les lignes mentionnent des pourcentages. En raison d'arrondis, les totaux sur chaque ligne n'atteignent pas partout 100 % Exemple de lecture pour le premier argument: 44 % de tous les votants (ainsi que 74 % de tous les votants en faveur du Oui et 23 % de tous les votants en faveur du Non) se sont rangés à l'argument Pour selon lequel moins de personnes fuiraient la guerre si l'on fermait le robinet de l'argent qui finance les matériels de guerre. 44 % de tous les votants ont indiqué ne pas être d'accord et 12 % ont répondu «Ne sais pas / pas d'indication ». N total pour tous les arguments 2'113, votants en faveur du Oui 852, votants en faveur du Non 1'124.

6 Annexe

6.1 Rapport technique

Le présent rapport VOX repose sur l'enquête qui a suivi les votations suisses du 29 novembre 2020 et qui a été réalisée par l'Institut de recherche gfs.bern sur mandat de la Chancellerie fédérale. L'enquête a été réalisée entre le 30 novembre et le 20 décembre. Le tableau ci-après livre un aperçu des principaux paramètres techniques de l'étude:

Tableau 19: Rapport technique succinct VOX – Votations populaires du 29 novembre 2020

Paramètre	Caractéristique
Commettant	Chancellerie fédérale
Population statistique	Électeurs inscrits domiciliés en Suisse
Origine des adresses	Cadre d'échantillonnage pour les enquêtes auprès des personnes et des ménages (SRPH) de l'Office fédéral de la statistique (OFS)
Relevé de données	Questionnaire papier: En ligne
Méthode de prélèvement d'échantillon Stratification par	Au hasard Régions linguistiques, âge, sexe
Période d'enquête	30 novembre – 20 décembre 2020
Taille de l'échantillon	3'000 minimum, taille réelle 3'054 (papier: 1'472, en ligne: 1'582) n DCH: 1835, n FCH: 861, n ICH: 358 (papier: n DCH: 810, n FCH: 470, n ICH: 192 (en ligne: n DCH: 1025, n FCH: 391, n ICH: 166
Erreur inhérente à l'échantillon	± 1.8 point de pourcentage pour une valeur de 50% (et une probabilité de 95 %)

6.1.1 Relevé de données

Le relevé de données a eu lieu paramétré en mode mixte (questionnaire en ligne ou sur papier). Le jour des votations, les personnes cibles issues de l'échantillon brut reçoivent par la poste un courrier les invitant à participer à l'enquête. Au courrier d'invitation est joint un questionnaire papier pour permettre aux personnes cibles de participer de cette manière si elles le souhaitent.

Environ une semaine après la réception du courrier d'invitation, un courrier de rappel est envoyé à toutes les personnes cibles qui jusqu'à présent n'ont rempli le questionnaire ni en ligne ni sur papier.

6.1.2 Echantillon brut

L'enquête repose sur un échantillon puisé dans le cadre d'échantillonnage pour les enquêtes auprès des personnes et des ménages (SRPH) de l'Office fédéral de la statistique

(OFS). Le cadre d'échantillonnage utilise des données provenant des registres de population des communes et des cantons actualisés chaque trimestre. Ainsi est garantie une couverture complète de la population cible (les électeurs inscrits suisses).

L'échantillon brut est stratifié par régions linguistiques, âge et sexe. La population statistique est subdivisée en trois strates linguistiques régionales (D/F/I) desquelles sont tirés des échantillons respectivement indépendants. L'échantillon total qui en résulte est stratifié disproportionnellement : Les participants en provenance de Suisse francophone et italophone sont plus que proportionnellement représentés pour saisir dans l'enquête suffisamment de cas en provenance de ces deux régions linguistiques. De la sorte, les affirmations sont statistiquement fiables aussi pour les petites régions linguistiques. Un procédé de pondération basé sur la conception corrige ce surpoids dans l'analyse ultérieure des données pour émettre des affirmations à l'échelle nationale (voir 6.1.4 Pondération).

Sur les 7'500 adresses commandées, nous en avons obtenu 7'445 de l'OFS, plus une réserve non utilisée de 1'499 adresses. Ces adresses forment la base de l'enquête.

6.1.3 Echantillon net

L'échantillon net, généré par l'enquête, de l'analyse VOX au sujet des votations du 29 novembre 2020 comprend au total 3'054 enquêtés, dont 60 % en provenance de Suisse allemande (n=1835), 28 % en provenance de Suisse francophone (n=861) et 12 % en provenance de Suisse italophone (n=358).

Tableau 20: Exploitation exhaustive des adresses

Paramètre	N
Échantillon brut SRPH	7'445
Retours postaux/Personnes-cibles décédées	88
Total adresses valides	7'357
Refus/déconnexions	37
Nombre total d'entretiens réalisés	3'148
Suppressions pour des motifs de qualité	94
Entretiens utilisés au final	3'054

Les personnes qui ont participé à la votation sont nettement surreprésentées dans l'échantillon, l'écart (+23 points de pourcentage) se situe cependant dans le cadre connu. L'écart entre l'échantillon non pondéré et le résultat effectif se chiffre, pour l'initiative populaire «Entreprises responsables – pour protéger l'être humain et l'environnement», à 2,8 points de pourcentage et, pour l'initiative populaire «Pour une interdiction du financement des producteurs de matériels de guerre», à 0,6 point de pourcentage.

Les données relevées ont été validées et contrôlées par gfs.bern. 94 entretiens n'ont pas satisfait aux exigences de qualité et ont été retirés du jeu de données final.

Les questions ouvertes ont été automatiquement codées au moyen d'un livre de code de qualité élaborée. Le jeu final de données contient les réponses codées ainsi que les indications originales des enquêtés.

Les données ont été anonymisées avant leur analyse. Pour des raisons liées à la protection des données, toutes les indications relatives aux personnes et à leur domicile ont été supprimées.

Le jeu de données anonymisés afférent à la présente analyse VOX ainsi que le schéma de code afférent sont librement accessible auprès de Swissvotes (Swissvotes.ch).

6.1.4 Pondération

Au cours d'une première étape, l'échantillon net est pondéré dans son ensemble selon un procédé de pondération basé sur la conception. Au centre de cette pondération basée sur la conception se trouve la correction du suréchantillonnage en Suisse francophone et Suisse italophone.

Au cours d'une deuxième étape, l'«Unit Non Response» (c'est-à-dire les cas manquants) est abordée. Pour ce faire, la pondération est calibrée à l'aide de paramètres sociodémographiques, géographiques et politiques (à savoir l'âge, le sexe, la langue, le canton, le parti préférentiel, la participation et le comportement de vote), afin que l'échantillon net corresponde à la population statistique suisse. A cette fin est choisi un schéma de pondération automatisé dans lequel la pondération est réalisée à la machine selon des critères prédéfinis quant à l'écart maximal. La fréquence ainsi que la chronologie des différentes étapes de pondération sont purement basées sur des indicateurs chiffrés quantitatifs, c'est-à-dire des écarts maximaux.

Une attention spéciale est apportée à la pondération de la participation aux votations. Pour la modélisation la plus optimale possible de la participation, il est fait appel non seulement aux données réelles de la votation mais aussi aux données historiques de participation par âge, sexe et région linguistique.

Au cours d'une troisième étape sont identifiés, au moyen d'un apprentissage automatique, les corrélations entre la participation aux votations et les comportements lors des votations, ainsi que des paramètres démographiques. L'estimation de ces corrélations permet de projeter les éléments de connaissance acquis sur les données de l'enquête structurelle suisse. A l'intérieur de ces données, des analyses au niveau de la plus petite unité géographique (niveau d'une commune) sont possibles. Ensuite est déterminée, au moyen d'un «Hot-One-Encoding» et des estimations relatives de participation et de comportement de vote ainsi que des données réelles des communes, la répartition la plus probable de la participation individuelle aux votations et du comportement de vote.

La pondération des grandeurs de mesure démographiques et politiques choisies dans les données recueillies est finalement effectuée au cours d'une quatrième étape à l'aide de

ces données structurelles. La configuration des données structurelles permet de procéder à la pondération pas uniquement sur la base de paramètres géographiques. Au contraire, les paramètres en présence permettent de pondérer des groupes de personnes définis en fonction de leurs valeurs modélisées.

6.1.5 Analyse et erreur inhérente à l'échantillon

Les valeurs d'une enquête s'assortissent toujours d'une erreur aléatoire. Dans l'analyse VOX, l'intervalle de confiance de 95 % est mentionné pour chaque valeur déterminée. Cet intervalle indique la largeur à l'intérieur de laquelle la valeur dans la population statistique vient se situer avec une probabilité de 95 %.

L'intervalle de confiance dépend de la taille de l'échantillon ainsi que de la distribution des valeurs des variables. En présence d'un rapport équilibré de voix Pour et Contre (c.-à-d. 50 % de voix Pour et 50 % de voix Contre) et un échantillon d'environ 1'000 enquêtés, l'erreur inhérente à l'échantillon est de +/-3.2 points de pourcentage. En d'autres termes: La part effective se situerait, dans cet exemple assorti d'une probabilité de 95 %, entre 46,8 et 53,2 % (intervalle de confiance).

L'erreur aléatoire augmente avec la diminution du nombre d'enquêtés. Surtout avec les petits sous-groupes, l'erreur inhérente à l'échantillon augmente à un point compromettant considérablement la sincérité des valeurs des échantillons.

Tableau 21: Erreur inhérente à l'échantillon

Erreurs statistiques d'échantillonnage choisies, par taille d'échantillons et répartition de base			
Taille de l'échantillon		Taux d'erreur de la répartition de base	
		50% - 50%	20% - 80%
N =	1'000	±3.2 points de pourcentage	±2.5 points de pourcentage
N =	600	±4.1 points de pourcentage	±3.3 points de pourcentage
N =	100	±10.0 points de pourcentage	±8.1 points de pourcentage
N =	50	±14.0 points de pourcentage	±11.5 points de pourcentage

Exemple de lecture : Avec environ 1'000 enquêtés et une valeur avérée de 50 %, la valeur effective est comprise entre 50 % et ±3.2 points de pourcentage; avec une valeur de base de 20 %, elle est comprise entre 20 % et ±2.5 points de pourcentage. La recherche sur les sondages fixe la plupart du temps une cote de sécurité de 95 %: en d'autres termes, on accepte avec une probabilité d'erreur de 5 % que la corrélation statistique prouvée ne soit pas présente ainsi au sein de la population.

Lors de l'analyse de la décision de vote, ce sont toujours les différences dans la décision matérielle, c'est-à-dire les différences entre les votants en faveur du «Oui» et ceux du «Non» qui ont été analysées. Les votants qui ont laissé des cases vides ou qui ne pouvaient pas se rappeler n'ont pas été pris en compte.

Comme critère relationnel pour les relations bivariées, le coefficient V de Cramer a été utilisé. Si ce coefficient prend la valeur zéro, il est possible de partir d'une absence de corrélation et, s'il prend la valeur un, d'une corrélation complète. Les valeurs pour les différentes relations bivariées ne sont toutefois pas directement comparables vu que pour les calculer il faut aussi faire appel au nombre de catégories de paramètres des deux variables et au nombre de cas.

6.2 A propos de l'étude

6.2.1 Le projet VOX aujourd'hui

Après chaque vote fédéral, gfs.bern mène un sondage représentatif pour le compte de la Chancellerie fédérale et interroge environ 3 000 électeurs choisis au hasard. Les motifs pour et contre la participation et les décisions des électeurs nous intéressent. Avant chaque vote, gfs.berne prépare le questionnaire pour le sondage VOX en collaboration avec Sébastien Salerno. La structure de ce questionnaire s'aligne aux questionnaires des précédentes analyses consécutives de VOX/VOTO. Pour préserver la valeur des séries de données, seules les questions spécifiques au projet à voter (par ex. les arguments pour ou contre un projet) sont reformulées à chaque fois. L'élaboration du questionnaire est de la seule responsabilité de gfs.berne.

Depuis novembre 2020, l'enquête est menée en ligne et sur des questionnaires papier. Auparavant, les données étaient recueillies par téléphone auprès de 1 500 électeurs. Dans le contenu, l'accent est mis sur les questions relatives à la participation au vote, aux décisions de vote et aux arguments. Par ailleurs, nous posons des questions au sujet des attitudes de principe et de l'utilisation des médias au moment des votes. Les questions statistiques (par exemple, l'éducation et l'état civil, l'origine, les conditions de vie, etc.) constituent la conclusion de chaque enquête, car nous savons combien ces variables sont importantes pour le comportement des électeurs politiques.

Une fois l'enquête terminée, toutes les données sont anonymisées. Ni les noms, ni les adresses ou les dates de naissance ne sont disponibles dans l'ensemble de données à analyser. Les données de contact des participants à l'étude seront supprimées après achèvement de l'enquête. Il est donc impossible de tirer des conclusions sur des personnes individuelles. Les données sont publiées sous forme anonymisée et peuvent être téléchargées gratuitement sur le site [Swissvotes](https://www.swissvotes.ch). Ceci est également valable pour tous les anciens enregistrements et comptes-rendus de VOX.

6.2.2 Qui finance les études de VOX ?

La Chancellerie fédérale suisse finance les études de VOX. Elle a lancé un appel d'offres public au nom du Conseil fédéral et a ensuite chargé l'institut de recherche gfs.bern de réaliser les sondages pour la législature en cours.

Toutes les informations relatives à l'étude VOX sont publiées sur www.vox.gfsbern.ch

6.3 L'équipe du gfs.bern

LUKAS GOLDER

Co-directeur et président du conseil d'administration de gfs.bern, politologue et spécialiste des médias, MAS FH en management des communications, enseignant à la ZHAW

✉ lukas.golder@gfsbern.ch

Spécialités:

Analyses intégrées de la communication et des campagnes, analyses d'image et de réputation, analyses des médias / de l'effet des médias, recherches sur la jeunesse et le changement sociétal, votations, élections, modernisation de l'État, réformes des politiques de santé

Publications dans des recueils, revues spécialisées, la presse quotidienne et sur Internet.



MARTINA MOUSSON

Directrice de projets, politologue

✉ martina.mousson@gfsbern.ch

Spécialités:

Analyse de thèmes et problématiques politiques, votations et élections nationales (SRG-Trend, analyses VOX, baromètre électoral), analyses d'image et de réputation, analyses intégrées de la communication, analyse de contenus médiatiques, méthodes qualitatives, thèmes de société (recherche sur la jeunesse, racisme, familles, classe moyenne)



TOBIAS KELLER

Directeur de projet en formation, scientifique spécialiste de la communication, docteur en philosophie

✉ tobias.keller@gfsbern.ch

Spécialités:

Communication politique, élections, votations, campagnes (numériques), veille thématique, analyses d'image et de réputation, analyses des médias, numérisation, réseaux sociaux, méthodes assistées par ordinateur, analyse quantitatives.

Publications dans des magazines spécialisés internationaux et nationaux, la presse quotidienne et sur Internet.





AARON VENETZ

Collaborateur scientifique, politologue et spécialiste scientifique des données

✉ aaron.venetz@gfsbern.ch

Spécialités:

Modélisations des données, méthodes qualitatives, recherches, analyse de données, programmations, analyses des médias, visualisations



VALENTINA RÖTHELI

Collaboratrice de projet / Administration, politologue

✉ valentina.roetheli@gfsbern.ch

Spécialités:

Recherches, relectures, visualisations, administration de projets

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
CH – 3011 Berne
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

L'Institut de recherche gfs.bern est membre de l'Association suisse des recherches de marché et sociales, il garantit qu'aucun entretien n'a lieu à des fins – manifestes ou cachées – publicitaires, de vente ou de passation de commande.

Plus d'infos sur www.schweizermarktforschung.ch

**SWISS INSIGHTS**
Institute Member

**gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.