



Analisi VOX Febbraio 2022

Sondaggio supplementare e analisi
sulla votazione popolare del 13 febbraio 2022

Team addetto al progetto

Lukas Golder: co-direttore

Martina Mousson: responsabile del progetto

Tobias Keller: responsabile del progetto

Aaron Venetz: responsabile del progetto data projects/programmatore

Olga Jenzer: collaboratrice scientifica Data Science

Margret Tschanz: collaboratrice al progetto / collaboratrice amministrativa

Roland Rey: collaboratore amministrativo

Indice

1	RISULTATI PRINCIPALI	4
2	L'AFFLUENZA	7
3	LA FORMAZIONE DELL'OPINIONE	11
3.1	L'importanza delle proposte	11
3.2	Le difficoltà di comprensione e il momento della decisione	12
3.3	L'acquisizione di informazioni	13
4	DIVIETO DI ESPERIMENTI SUGLI ANIMALI	16
4.1	Situazione di partenza, proposta e suggerimenti	16
4.2	La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali	16
4.3	I motivi	20
4.4	La risonanza degli argomenti della votazione	22
5	DIVIETO DI PUBBLICITÀ PER IL TABACCO	24
5.1	Situazione di partenza, proposta e suggerimenti	24
5.2	La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali	25
5.3	I motivi	28
5.4	La risonanza degli argomenti della votazione	31
6	TASSE DI BOLLO	33
6.1	Situazione di partenza, proposta e suggerimenti	33
6.2	La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali	34
6.3	I motivi	37
6.4	La risonanza degli argomenti della votazione	40
7	PACCHETTO DI MISURE IN FAVORE DEI MEDIA	42
7.1	Situazione di partenza, proposta e suggerimenti	42
7.2	La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali	43
7.3	I motivi	46
7.4	La risonanza degli argomenti della votazione	49
8	APPENDICE	51
8.1	Relazione tecnica	51
8.2	Sullo studio	55
8.3	gfs.bern-Team	56

1 Risultati principali

Il 13 febbraio l'elettorato ha votato due volte a favore della salute della popolazione e due volte contro nuove fonti di finanziamento per aziende e corporazioni. Il Sì al divieto di pubblicità per il tabacco è stato un segnale chiaro a favore della protezione della salute di fanciulli e adolescenti. L'elettorato ne accetta le conseguenze economiche negative, ad es. derivanti dai minori introiti della sponsorizzazione degli eventi. Il No al divieto degli esperimenti sugli animali si è basato anch'esso sulle preoccupazioni in merito al tema della salute: gli elettori svizzeri non vogliono scendere a compromessi per quanto riguarda le cure mediche e il ruolo della Svizzera come polo scientifico. I due No alle tasse di bollo e al pacchetto di misure a favore dei media sono derivati dalla percezione di una distribuzione iniqua del denaro: l'elettorato non ha trovato alcun motivo per cui le corporazioni e le aziende non debbano più pagare le tasse di bollo, soprattutto perché era preoccupato di dover pagare più tasse. Batte sullo stesso chiodo l'argomento centrale del pacchetto di misure a favore dei media: l'elettorato ha ritenuto che non si debbano spendere altri soldi dei contribuenti per sovvenzionare i media, perché ciò porterebbe a una maggiore dipendenza dei media, ne danneggerebbe la credibilità e creerebbe una distorsione nel mercato. Questo lo dimostrano i risultati dell'interrogazione di 3'168 aventi diritto di voto dell'analisi VOX del febbraio 2022. Lo studio è stato condotto da gfs.bern e finanziato dalla Cancelleria federale.

Segnale chiaro per la protezione della Svizzera come polo scientifico

Iniziativa popolare «Sì al divieto degli esperimenti sugli animali e sugli esseri umani – Sì ad approcci di ricerca che favoriscano la sicurezza e il progresso»

L'iniziativa popolare per il divieto degli esperimenti sugli animali e sugli esseri umani ha chiesto un divieto incondizionato agli esperimenti sugli animali e sugli esseri umani e all'importazione di prodotti sviluppati in questo modo. L'elettorato ha chiaramente respinto l'iniziativa. Non è stato possibile formare una maggioranza in favore dell'iniziativa, né tra le persone più anziane né tra quelle più giovani, né tra quelle di sinistra né tra quelle di destra. Neppure tra quelle che hanno grande fiducia nelle organizzazioni per la protezione degli animali. Le motivazioni dei votanti Sì sono state soprattutto due: rafforzare la protezione degli animali e chiedere alla scienza di ottenere nuove conoscenze senza gli esperimenti sugli animali e sugli uomini. Ma l'opinione secondo cui questo progresso sarebbe possibile senza esperimenti è stata molto controversa. Per i votanti No gli esperimenti sono essenziali, proteggono la Svizzera come polo scientifico e assicurano le cure mediche. Inoltre, la stragrande maggioranza della popolazione crede che il numero attuale di esperimenti sugli animali sia già limitato allo stretto necessario. Di conseguenza, per l'elettorato è più importante garantire le cure mediche e non indebolire la Svizzera come polo scientifico piuttosto che estendere la protezione degli animali.

Proteggere meglio i fanciulli dalla tentazione di fumare

Iniziativa popolare «Sì alla protezione di fanciulli e adolescenti dalla pubblicità per il tabacco» (Fanciulli e adolescenti senza pubblicità per il tabacco)

Il divieto di pubblicità per il tabacco chiede una protezione completa per fanciulli e adolescenti dalla pubblicità per il tabacco, comprese le sigarette elettroniche. Il Consiglio federale e il Parlamento hanno elaborato una controproposta indiretta. L'iniziativa popolare è stata approvata dall'elettorato. Le persone più giovani, quelle più istruite e la classe media hanno votato a maggioranza Sì. Grande sostegno è giunto anche dallo spettro politico di sinistra e di centro. I simpatizzanti di PLR e UDC hanno votato invece a maggioranza contro. I votanti No credono che siano più importanti la responsabilità personale e la libera concorrenza. Ritengono che il divieto di pubblicità sia inutile e che metta a rischio, con troppi divieti, una società libera. Tuttavia, la stragrande maggioranza (anche dei votanti No) sente come un dovere proteggere fanciulli e adolescenti e promuovere il loro sviluppo sano. Per i votanti Sì è dunque chiaro che il divieto di pubblicità proteggerà i fanciulli e promuoverà la salute della popolazione. L'elettorato ha inviato un chiaro segnale per una maggiore protezione dei fanciulli e degli adolescenti, accettando con ciò un'intromissione nella libertà economica.

Niente sgravi fiscali per aziende e corporazioni

Modifica della legge federale sulle tasse di bollo (LTB)

La modifica della legge sulle tasse di bollo mirava ad abolire la tassa d'emissione. Questo avrebbe alleggerito il peso sulle imprese in tempi difficili per l'economia e rafforzato la crescita economica. Il comitato referendario argomentava che ne avrebbero beneficiato soprattutto le corporazioni, le banche e le compagnie di assicurazione, che secondo loro però non avrebbero bisogno di sgravi. Nonostante abbia ottenuto il sostegno di UDC, PLR, Centro e PVL, la modifica è stata respinta. Solamente tra le persone che si posizionano "a destra" e tra i simpatizzanti di UDC e PLR la maggioranza ha votato a favore della modifica. I votanti Sì si caratterizzano anche per l'alto livello di fiducia nelle associazioni economiche, nelle banche e nelle corporazioni. La stragrande maggioranza dell'elettorato però la pensava diversamente. Per questi, il sostegno della piazza economica era poco importante. Centrale era invece il fatto che ne traggono vantaggio soprattutto le corporazioni, che i minori introiti fiscali ricadono sulle tasche della popolazione e che il cambiamento rappresenta uno sgravio fiscale per i ricchi non trasparente. Pertanto, l'elettorato conta sul fatto che l'economia sia abbastanza stabile da crescere anche in periodi difficili con le tasse di bollo.

L'economia di mercato regola l'industria dei media e i media restano indipendenti

Legge federale su un pacchetto di misure a favore dei media

Il paesaggio mediatico in Svizzera sta vivendo grandi cambiamenti. Per garantire la qualità e la pluralità dei media, è stato sviluppato un pacchetto di misure a favore dei media per promuovere i media online, aumentare il sostegno alle radio locali e alla televisione regionale e ampliare la distribuzione dei giornali in abbonamento. Il comitato

referendario sosteneva invece che i soldi dei contribuenti sarebbero confluiti nelle grandi società dei mass media, e che il sostegno avrebbe distorto il mercato e reso i media dipendenti. Questa linea argomentativa è risultata più convincente anche per la maggioranza dell'elettorato, pertanto il pacchetto di misure è stato respinto. Si rilevano chiare differenze tra i votanti Sì e i votanti No: le persone tra i 18 e i 29 anni, quelle di sinistra, i simpatizzanti di Verdi, PS, PVL e di Centro, e quelli che hanno un alto livello di fiducia nella SRG SSR, nei media locali e regionali, nelle grandi società di mass media e nei giornalisti hanno votato Sì a maggioranza. Con questo voto volevano allargare la pluralità dei media, fornire sostegno finanziario e rafforzare la democrazia. Tuttavia, sono risultati in minoranza. Per la maggioranza, infatti, compresi gli anziani, i simpatizzanti di UDC e PLR e le persone con poca fiducia nei media, era chiaro che il pacchetto di misure in favore dei media avrebbe portato a una distribuzione iniqua dei soldi, minacciato la democrazia rendendo i media dipendenti dallo Stato e non credibili, e distorto l'economia di mercato che regola anche l'industria dei media. La questione se i maggiori sussidi rendano i media dipendenti dallo Stato ha polarizzato maggiormente l'elettorato. L'elettorato conta sul fatto che l'economia di mercato garantisca l'indipendenza dei media dallo Stato e assicuri che restino credibili.

Il 2022 inizia con una forte mobilitazione e proposte con un significato personale profondo

L'affluenza

L'affluenza del 13 febbraio 2022 è stata relativamente bassa, intorno al 44%. Nel novembre 2021 è stato raggiunto un punteggio molto alto con il 65,7 per cento, dovuto anche al fatto che i temi in votazione hanno provocato una forte mobilitazione (ad es. la legge COVID 19). A confronto, l'importanza attribuita al voto di febbraio è stata molto più bassa: le proposte hanno ottenuto una valutazione d'importanza tra 5,6 e 6,6 su una scala da 1 a 10, cioè non sono stati valutati importanti quanto il voto di novembre 2021 sulla legge Covid 19 (8,8).

Testi in votazione

Alla votazione del 13 febbraio 2022 l'elettorato svizzero doveva decidere su quattro progetti. Il divieto di pubblicità per il tabacco è stato approvato, il divieto degli esperimenti sugli animali, le tasse di bollo e il pacchetto di misure in favore dei media sono stati respinti.

2 L'affluenza

Il 13 febbraio 2022 l'elettorato svizzero si è espresso in merito a quattro oggetti in votazione:

1. Iniziativa popolare "Sì al divieto degli esperimenti sugli animali e sugli esseri umani – Sì ad approcci di ricerca che favoriscano la sicurezza e il progresso" (Divieto degli esperimenti sugli animali)
2. Iniziativa popolare "Sì alla protezione di fanciulli e adolescenti dalla pubblicità per il tabacco" (Fanciulli e adolescenti senza pubblicità per il tabacco) (Divieto di pubblicità per il tabacco)
3. Modifica della legge federale sulle tasse di bollo (LTB) (Tasse di bollo)
4. Legge federale su un pacchetto di misure a favore dei media (Pacchetto di misure a favore dei media)

La partecipazione al voto per il divieto di pubblicità per il tabacco è stata del 44.23%.¹ Rispetto all'ultima votazione di novembre 2021 l'affluenza è stata molto più bassa. Per la Legge Covid-19, ad esempio, aveva votato il 65.72% dell'elettorato. Mentre a novembre la pandemia e i temi relazionati alla pandemia (la legge Covid-19 e l'iniziativa sulle cure infermieristiche) avevano provocato molto chiaramente una forte mobilitazione, a febbraio 2022 questo non è successo. Se il 2020 e il 2021 sono stati anni con una partecipazione al voto molto alta, il 2022 potrebbe essere di nuovo un anno con un'affluenza "media" o relativamente normale, inferiore al 50%. L'età media dell'elettorato è stata di 55 anni (mediana: 57). Nella tabella 1 la partecipazione al voto stimata viene documentata in base ad alcune caratteristiche sociodemografiche selezionate. La partecipazione secondo gruppi sociali indica il modello consueto: le persone più anziane hanno partecipato più spesso dei giovani; gli uomini hanno votato un po' più spesso, ma con una differenza non significativa. Le persone con un grado di formazione e un reddito più elevati hanno partecipato anch'esse più spesso delle persone con una formazione più breve e reddito inferiore.

Tabella 1: Partecipazione stimata secondo le caratteristiche sociodemografiche (in % degli aventi diritto di voto)

Caratteristiche	Partecipazione al voto (%) (ponderata)	N	Cramér's V / Errore standard
Totale	44.2	3119	
Età			V = .25***
18-29 anni	31	464	± 4.2
30-39 anni	34	445	± 4.4
40-49 anni	36	442	± 4.5
50-59 anni	41	652	± 3.8
60-69 anni	54	554	± 4.2
70 anni e più	66	562	± 3.9

¹ [Link a bfs.admin.ch](https://bfs.admin.ch)

Caratteristiche	Partecipazione al voto (%) (ponderata)	N	Cramér's V / Errore standard
Sesso			V=.03
Donne	43	1601	± 2.4
Uomini	46	1518	± 2.5
Sesso e età			V=.24***
Donne / 18-39 anni	31	459	± 4.2
Uomini / 18-39 anni	34	450	± 4.4
Donne / 40-65 anni	39	731	± 3.5
Uomini / 40-65 anni	44	684	± 3.7
Donne / 65-39 anni	61	411	± 4.7
Uomini / 65+ anni	66	384	± 4.7
Grado di istruzione			V=.13***
Senza formazione postobbligatoria	39	325	± 5.3
Formazione professionale di base/apprendistato	38	1036	± 3
Maturità/formazione professionale superiore	45	823	± 3.4
SUP/Università/PF/Dottorato	55	808	± 3.4
Reddito familiare			V=.14***
fino a 3.000 CHF	29	161	± 7.1
3.000-5.000 CHF	38	392	± 4.8
5.000-7.000 CHF	41	484	± 4.4
7.000-9.000 CHF	46	468	± 4.5
9.000-11.000 CHF	50	402	± 4.9
Oltre 11.000 CHF	52	655	± 3.8

È indicato ogni volta il numero non ponderato di intervistati (n) in ogni gruppo di caratteristiche (livello di confidenza = 95%). Test Cramér's V (sulla dipendenza delle variabili, ovvero H0: V=0) e errori standard. *** = p < 0.001, ** = p < 0.01, * = p < 0.05.

Si riscontra anche una forte dipendenza della mobilitazione dalle caratteristiche politiche (tabella 2). Come di consueto, l'interesse di base per la politica contribuisce fortemente alla spiegazione della partecipazione: un grande interesse conduce ad una partecipazione elevata. La mobilitazione in base all'autoclassificazione sinistra-destra è stata di circa il 50-60 per cento, eccetto per coloro che si classificano di centro (39%). Questa discrepanza si rispecchia in modo meno marcato nella simpatia di partito: hanno partecipato al voto il 51% dei simpatizzanti del PS, il 46% dei simpatizzanti dell'UDC e il 48% dei simpatizzanti del Centro. I simpatizzanti dei Verdi hanno votato al 51% e i simpatizzanti del PLR al 56%. Tra chi ha dichiarato di non simpatizzare per nessun partito, ha votato solo il 23% – a novembre 2021 era stato invece il 48% (e per tutti i partiti circa 20

punti percentuali in più). È sulla stessa scia anche la correlazione con la fiducia nel Consiglio federale: appena un terzo di coloro che hanno una fiducia molto scarsa nel Consiglio federale è andato a votare - a novembre 2021 era stato il 73%. Evidentemente c'è stata una mobilitazione media tra gli elettori che hanno fiducia nei partiti e nel Consiglio federale; tuttavia, la mobilitazione è stata molto bassa tra coloro che non si sentono rappresentati dalla politica svizzera.

Tabella 2: Partecipazione secondo le caratteristiche politiche (in % degli aventi diritto di voto)

Caratteristiche	Partecipazione al voto (%) (ponderata)	n	Cramér's V / Errore standard
Totale	44.2	3119	
Autoclassificazione sinistra-destra (0-10)			V =.14***
Estrema sinistra (0-2)	54	335	± 5.3
Sinistra (3.4)	49	596	± 4
Centro (5)	39	848	± 3.3
Destra (6.7)	50	595	± 4
Estrema destra (8-10)	60	321	± 5.4
Simpatia per il partito			V =.23***
UDC	46	435	± 4.7
PLR	56	466	± 4.5
Il Centro	48	346	± 5.3
PVL	66	193	± 6.7
PS	51	510	± 4.3
Verdi	51	219	± 6.6
Altro partito	44	146	± 8.1
Nessuno	23	388	± 4.2
Interesse politico			V =.44***
Molto interessato	81	492	± 3.4
Abbastanza interessato	54	1560	± 2.5
Abbastanza disinteressato	23	840	± 2.8
Assolutamente disinteressato	9	183	± 4.1

Caratteristiche	Partecipazione al voto (%) (ponderata)	n	Cramér's V / Errore standard
Fiducia nel Consiglio federale			V = .13***
Da molto poca a poca (0-4)	37	346	± 5.1
Media (5)	38	503	± 4.2
Grande (6-7)	40	760	± 3.5
Molto grande (8-10)	51	1429	± 2.6

Il 34% di chi non ha partecipato ha indicato di essersi dimenticato di partecipare alla votazione (cfr. tabella 3). Un'ulteriore motivazione è stata non aver potuto partecipare per il fatto di essere stati impossibilitati (23%). Molte più persone del solito hanno detto che non erano interessate ai temi in votazione (19%, a novembre 2021: 6%). Il 9% ha indicato come motivo le difficoltà decisionali, una percentuale maggiore rispetto alle votazioni precedenti. I motivi che potrebbero indicare un malumore nei confronti della politica sono stati indicati da pochi: il 6% ha indicato che la propria opinione non cambia comunque nulla, rispettivamente il 5% che il singolo voto in ogni caso non conta. Il 5% ha indicato di non partecipare mai alle votazioni per principio. La stessa percentuale di persone ha dichiarato che il proprio voto in ogni caso non conta e il 4% che il risultato della votazione era comunque chiaro. Solo il 3% ha detto di diffidare dei processi democratici.

Tabella 3: Motivi per la mancata partecipazione alla votazione (in % dei non partecipanti)

Motivi per la mancata partecipazione	Percentuale stimata (%) (ponderata)	n
Ho dimenticato di partecipare alla votazione.	34	363
Sono stato impossibilitato.	23	236
I temi della votazione non hanno riscosso il mio interesse.	19	198
Non sono stato in grado di decidermi.	9	97
Sono dell'avviso che le votazioni non cambino comunque nulla.	6	59
I temi della votazione erano troppo complicati.	6	63
Per principio non partecipo mai alle votazioni.	5	54
Sono dell'avviso che il mio voto singolo non conti comunque.	5	46
Sono partito dal presupposto che il risultato della votazione fosse chiaro.	4	44
Diffido dei processi democratici.	3	25
Non so / nessuna risposta	6	73

Il numero di casi dei non partecipanti è di 1.050. Erano possibili più risposte.

3 La formazione dell'opinione

3.1 L'importanza delle proposte

Le persone intervistate sono state invitate a indicare l'importanza che attribuiscono personalmente ad ogni oggetto in votazione (tabelle 4 e 5). In media, su una scala da 0 a 10 è stata indicata un'importanza di 5.6 per il divieto degli esperimenti sugli animali, 6.6 per il divieto di pubblicità per il tabacco, 6.1 per le tasse di bollo e 6.6 per il pacchetto di misure in favore dei media. Il divieto di pubblicità per il tabacco e il pacchetto di misure in favore dei media sono stati i due progetti trainanti. L'importanza media rientra nella delle ultime votazioni (per fare un confronto: a novembre 2021 era stata straordinariamente alta con l'8.8 per la Legge COVID-19, a settembre 2021 era stata simile con il 5.7 per la tassazione dei capitali e con il 6.8 per il matrimonio per tutti).

Tabella 4: Importanza personale degli oggetti in votazione
(Percentuali della percezione dell'importanza in % dei votanti favorevoli e contrari)

Livello di importanza	Divieto degli esperimenti sugli animali		Divieto di pubblicità per il tabacco	
	Votanti in %	N	Votanti in %	n
Molto bassa (0-1)	11	165	7	97
Bassa (2-4)	20	366	16	273
Media (5)	16	311	13	275
Alta (6-8)	35	686	32	634
Molto alta (9-10)	18	365	32	652
Valore medio (totale)	5.6	1893	6.6	1931

Note: nell'analisi vengono incluse solo persone che hanno votato Sì oppure No. Le risposte Non sa e Non risponde non sono state prese in considerazione. Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti, il totale può differire leggermente dal 100%.

Tabella 5: Importanza personale degli oggetti in votazione
(Percentuali della percezione dell'importanza in % dei votanti favorevoli e contrari)

Livello di importanza	Tasse di bollo		Pacchetto di misure in favore dei media	
	Votanti %	n	Votanti %	n
Molto bassa (0-1)	6	98	5	74
Bassa (2-4)	19	303	13	246
Media (5)	18	312	16	301
Alta (6-8)	37	646	42	799
Molto alta (9-10)	21	324	25	417
Valore medio (totale)	6.1	1683	6.6	1837

Note: nell'analisi vengono incluse solo persone che hanno votato Sì oppure No. Le risposte Non sa e Non risponde non sono state prese in considerazione. Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti, il totale può differire leggermente dal 100%.

3.2 Le difficoltà di comprensione e il momento della decisione

Per due dei progetti, la maggior parte delle persone non ha avuto difficoltà di comprensione, mentre sono state di più le persone che hanno avuto difficoltà a capire gli altri due progetti (tabelle 6 e 7): il divieto di pubblicità per il tabacco è stato facile da comprendere per la maggioranza (94%), lo stesso vale per il divieto di esperimenti sugli animali (89%). Il pacchetto di misure in favore dei media è risultato un po' più complicato; tuttavia, tre persone su quattro hanno trovato comunque facile capire per che cosa stessero votando (72%). Per le tasse di bollo sono state un po' meno le persone per cui il progetto è risultato facile da comprendere (61%). I valori sono di nuovo molto simili, ad esempio, a quelli della votazione di settembre 2021 (tassazione dei capitali e matrimonio per tutti).

Tabella 6: Difficoltà di comprensione (in % dei votanti)

Difficoltà di comprensione	Divieto di esperimenti sugli animali		Divieto di pubblicità per il tabacco	
	Votanti %	n	Votanti %	N
Abbastanza facile	89	1598	94	1780
Abbastanza difficile	11	217	6	115
N (totale)		1815		1895

Tabella 7: Difficoltà di comprensione (in % dei votanti)

Difficoltà di comprensione	Tasse di bollo		Pacchetto di misure in favore dei media	
	Votanti %	N	Votanti %	N
Abbastanza facile	61	958	72	1247
Abbastanza difficile	39	635	28	523
N (totale)		1593		1770

Gli intervistati hanno indicato quando hanno deciso di votare Sì o No (tabella 8). I risultati rispecchiano quelli della valutazione della difficoltà di comprensione: mentre il divieto di esperimenti sugli animali e il divieto di pubblicità per il tabacco sono risultati facili da comprendere e molte persone hanno deciso presto di votare (71% e 79% rispettivamente), per gli altri due progetti, le tasse di bollo e il pacchetto di misure in favore dei media, sono state solo il 51% e il 53% rispettivamente. Nel caso dei progetti più difficili da comprendere, ha deciso di votare all'ultimo momento circa il 10% (12% e 9% rispettivamente).

Tabella 8: Momento della decisione (in % dei votanti)

Momento della decisione	Divieto di esperimenti sugli animali		Divieto di pubblicità per il tabacco	
	Votanti %	n	Votanti %	N
Chiaro sin dall'inizio	71	1298	79	1521
Durante la campagna elettorale	23	423	18	335
All'ultimo momento	5	122	3	71
N (totale)		1843		1927

Tabella 9: Momento della decisione (in % dei votanti)

Momento della decisione	Tasse di bollo		Pacchetto di misure in favore dei media	
	Votanti %	N	Votanti %	N
Chiaro sin dall'inizio	51	791	53	939
Durante la campagna elettorale	37	613	38	669
All'ultimo momento	12	219	9	191
N (totale)		1623		1799

3.3 L'acquisizione di informazioni

I canali utilizzati dai votanti per acquisire informazioni sulle proposte oggetto di votazione seguono un ordine simile a quello delle votazioni precedenti (tabella 10). Da una parte viene indicata la percentuale degli utilizzatori, dall'altra l'intensità (scala: 1-10) con la quale si sono informati con un determinato media.

Opuscolo informativo federale (85%), articoli sui giornali (83%) e trasmissioni televisive sulle votazioni (74%) sono stati nuovamente i tre canali di informazione centrali per informarsi sulle proposte. Queste fonti, con valori medi da 6 a 6.6, sono state anche consultate più intensamente di tutte le altre. Le trasmissioni sulle votazioni alla radio (64%) e i siti internet di notizie (61%) sono stati utilizzati anch'essi spesso, tuttavia con un'intensità minore (5.4 e 5.1). L'attenzione a pagamento tramite giornali che si occupano delle votazioni o volantini (59%), inserzioni su giornali (56%) o manifesti stradali (55%) continua a raggiungere più della metà degli elettori. I sondaggi d'opinione sono stati utilizzati dal 49% dei votanti. Le lettere al direttore su giornali o i commenti dei lettori nei forum su internet (56%) e i commenti sui portali d'attualità online (41%) sono stati utilizzati da circa la metà degli elettori. Le comunicazioni sul posto di lavoro, film e videoclip su internet, i social media e l'App VoteInfo della Confederazione sono stati i canali meno utilizzati (24%-33%). L'App VoteInfo è stata utilizzata più raramente ma con

maggior intensità (5.1, la stessa intensità con cui sono stati utilizzati i siti internet di notizie).

Tabella 10: Utilizzo dei media (quote in % dei votanti)

Canali di informazione	Quota di utilizzo in %	Intensità di utilizzo Valore medio	Numero di indicazioni (non ponderato)
Opuscolo informativo federale	85	6.6	1747
Articoli sui giornali	83	6.3	1701
Trasmissioni elettorali in televisione	74	6	1541
Trasmissioni elettorali alla radio	64	5.4	1346
Siti internet di notizie	61	5.1	1254
Giornali che si occupano delle votazioni o volantini	59	4.6	1236
Inserzioni su giornali	56	4	1141
Lettere al direttore su giornali o commenti di lettori nei forum su Internet	56	4.5	1131
Manifesti stradali	55	3.5	1088
Sondaggi d'opinione	49	4	1001
Commenti su portali d'attualità online	41	4.1	825
Comunicazioni sul posto di lavoro	33	3.8	700
Film e videoclip su Internet, ad esempio su YouTube	27	3.7	577
Social media come Facebook, Twitter o Instagram	26	3.7	540
App VoteInfo della Confederazione	24	5.1	551

Risultati ponderati. Note: la seconda colonna («Quota di utilizzo in %») indica la percentuale dei votanti che ha utilizzato i relativi canali di informazione. La terza colonna («Intensità di utilizzo») fornisce invece informazioni sulla frequenza con cui è stato utilizzato il rispettivo media (media aritmetica dell'intensità di utilizzo tra 1 e 10). A tal fine sono state considerate solo le indicazioni degli utenti effettivi del rispettivo media. Totale: n = 2.069.

Mentre a novembre 2021 si sono rilevate differenze nell'utilizzo dei media, i risultati per la votazione di febbraio 2022 non sono stati significativi in tre casi su quattro. Non si sono rilevate differenze per il divieto di esperimenti sugli animali, il divieto di pubblicità per il tabacco e le tasse di bollo. Per il pacchetto di misure in favore dei media si è rilevata una differenza significativa, ma con un effetto così debole da non avere quasi rilevanza: le persone che utilizzano i media online e offline in misura più o meno uguale hanno votato Sì più spesso delle persone che utilizzano solo i media online o solo i media offline.

Tabella 11: Modalità di informazione politica (in % dei votanti)

Canali di comunicazione	Divieto di esperimenti sugli animali			Divieto di pubblicità per il tabacco		
	Votanti Sì in %	n	Errori standard	Votanti Sì in %	n	Errore standard
Online (attraverso Internet)	22	315	± 4.6	61	321	± 5.3
Entrambi pressoché uguali	20	748	± 2.9	54	745	± 3.6
Offline (mezzi di stampa, televisione o radio)	19	787	± 2.8	56	803	± 3.4
N (totale) / Cramér's V		1850	V=.02		1869	V=.05

Risultati ponderati. Esempio di lettura: di tutti coloro che hanno indicato quello "online" come il loro canale di comunicazione e hanno votato per il divieto degli esperimenti sugli animali, il 22 % ha votato Sì.

Tabella 12: Modalità di informazione politica (in % dei votanti)

Canali di comunicazione	Tasse di bollo			Pacchetto di misure in favore dei media		
	Votanti Sì in %	N	Errori standard	Votanti Sì in %	n	Errore standard
Online (attraverso Internet)	34	272	± 5.6	43	294	± 5.7
Entrambi pressoché uguali	37	686	± 3.6	50	723	± 3.6
Offline (mezzi di stampa, televisione o radio)	41	720	± 3.6	43	782	± 3.5
N (totale) / Cramér's V		1678	V=.06		1799	V=.07*

Risultati ponderati. Esempio di lettura: di tutti coloro che hanno indicato quello "online" come il loro canale di comunicazione e hanno votato per le tasse di bollo, il 34% ha votato Sì.

4 Divieto di esperimenti sugli animali

4.1 Situazione di partenza, proposta e suggerimenti

Il 18 marzo 2019 è stata presentata l'iniziativa popolare "Sì al divieto degli esperimenti sugli animali e sugli esseri umani – Sì ad approcci di ricerca che favoriscano la sicurezza e il progresso" o in breve "Iniziativa per il divieto degli esperimenti sugli animali", con 123.640 firme valide. Alle spalle del comitato d'iniziativa c'è l'associazione promotrice "IG Tierversuchsverbots-Initiative", sostenuta da circa 80 organizzazioni e aziende, tra cui rappresentanti di PS e Verdi, gruppi animalisti e partiti animalisti.

L'iniziativa chiede il divieto incondizionato degli esperimenti sugli animali e dei cosiddetti esperimenti sugli esseri umani. Inoltre, chiede che non vengano più importati prodotti come farmaci o vaccini sviluppati utilizzando gli esperimenti sugli animali. Oltre che per l'aspetto etico, i promotori sono preoccupati anche per la mancanza di efficienza degli esperimenti e avanzamento in campo medico. L'efficacia di un farmaco sugli animali non può essere paragonata alla sua efficacia sull'essere umano.

Per il Consiglio federale e il Parlamento le richieste si spingono troppo oltre. La Svizzera ha già uno dei regolamenti più severi al mondo per quanto riguarda gli esperimenti sugli animali. La ricerca senza esperimenti sugli animali riceve già il sostegno della Confederazione. L'approvazione dell'iniziativa avrebbe gravi conseguenze sulle cure mediche per la popolazione. Inoltre, la Svizzera come piazza economica e polo di ricerca scientifica ne risulterebbe indebolita.

Nessun grande partito ha sostenuto questa causa e anche le organizzazioni animaliste hanno respinto l'iniziativa popolare. Il 13 febbraio 2022, l'iniziativa è stata chiaramente respinta dalla popolazione e da tutti i cantoni con il 79.1% dei voti.

L'iniziativa ha ottenuto maggiore approvazione nella Svizzera italiana (31.3%) che in quella tedesca (20.3%) e francese (20.8%), e nelle città nucleo più (22.8%) che nelle aree intermedie (20.2%) e rurali (20.1%)².

4.2 La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali

GLI ATTEGGIAMENTI POLITICI forniscono indicazioni chiare sul perché l'iniziativa abbia ricevuto un così netto rifiuto (tabella 13).

COMPLESSIVAMENTE, nessun sottogruppo ha votato Sì a maggioranza. Tendenzialmente hanno votato Sì le persone che hanno una fiducia (molto) scarsa nella **SCIENZA**, che si classificano di **"ESTREMA SINISTRA"**, che **HANNO UN'ALTA FIDUCIA NELLE ORGANIZZAZIONI ANIMALISTE** e che simpatizzano per i **VERDI**.

² [Link all'analisi di BFS in base alla regione linguistica e al tipo di insediamento](#)

Nel **DETTAGLIO** si evidenzia che quanto più a sinistra una persona si colloca nello **SPETTRO POLITICO SINISTRA-DESTRA**, tanto più è probabile che abbia votato Sì: le persone di "estrema sinistra" hanno votato Sì al 39%, mentre le persone di "estrema destra" all'11%.

Per quanto riguarda la simpatia per i **PARTITI**, risulta un'immagine simile: i simpatizzanti dei Verdi hanno votato Sì più spesso (36%), seguiti dalle persone che simpatizzano per un altro partito (31%) e rispettivamente da quelle che non simpatizzano per nessun partito (26%) e dai simpatizzanti del PS (26%). Percentuali di Sì molto basse si riscontrano tra i simpatizzanti dell'UDC (20%), del PVL (17%), del Centro (16%) e del PLR (5%).

Per quanto riguarda la **FIDUCIA**, si evidenzia una discrepanza tra la fiducia nella scienza e la fiducia nelle organizzazioni animaliste: chi ha una fiducia (molto) scarsa nella scienza ha votato Sì più spesso (42%) rispetto a chi ha una fiducia molto alta nella scienza (17%). La situazione è contraria nel caso della fiducia per le organizzazioni animaliste: chi ha una fiducia molto alta nelle organizzazioni animaliste ha votato più spesso Sì (42%), mentre una scarsa fiducia ha portato quasi esclusivamente a votare No (8% di Sì).

Gli **ATTEGGIAMENTI** contribuiscono anch'essi a spiegare il comportamento di voto: chi desidera più interventi statali nell'economia (35%) ha votato Sì più spesso di chi vorrebbe più competizione (15%). Si evidenzia anche che chi vorrebbe una Svizzera senza energia nucleare (31%) ha votato Sì più spesso rispetto a chi vorrebbe una Svizzera con l'energia nucleare (10%).

Tabella 13: Comportamento di voto secondo caratteristiche politiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	n	Cramér's V / Errore standard
Totale	20.9	1961	
Autoclassificazione sinistra-destra (0-10)			V = .22***
Estrema sinistra (0-2)	39	232	± 6.3
Sinistra (3-4)	23	405	± 4.1
Centro (5)	21	515	± 3.5
Destra (6-7)	12	396	± 3.2
Estrema destra (8-10)	11	236	± 4.1
Simpatia per il partito			V = .22***
UDC	20	280	± 4.7
PLR	5	324	± 2.5
Il Centro	16	232	± 4.7
PVL	17	157	± 5.9
PS	26	357	± 4.6
Verdi	36	152	± 7.6
Altro partito	31	91	± 9.6
nessuna	26	180	± 6.4

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	n	Cramér's V / Errore standard
Fiducia nella scienza			V = .17***
Da molto poca a poca (0-4)	42	133	± 8.4
Media (5)	27	228	± 5.8
Grande (6-7)	20	423	± 3.8
Molto grande (8-10)	17	1091	± 2.2
Fiducia nelle organizzazioni animaliste			V = 0.3***
Da molto poca a poca (0-4)	8	496	± 2.3
Media (5)	17	422	± 3.6
Grande (6-7)	22	497	± 3.6
Molto grande (8-10)	42	477	± 4.4
Fiducia nelle organizzazioni per i diritti dell'uomo			V = .13***
Da molto poca a poca (0-4)	13	327	± 3.6
Media (5)	19	350	± 4.1
Grande (6-7)	21	508	± 3.5
Molto grande (8-10)	27	702	± 3.3
Atteggiamento: "una Svizzera con più interventi statali nell'economia o una Svizzera con più competizione sul mercato"			V = .17***
Più interventi statali	35	296	± 5.4
Atteggiamento misto	20	751	± 2.9
Più competizione	15	686	± 2.7
Atteggiamento: "una Svizzera con l'energia nucleare o una Svizzera senza l'energia nucleare"			V = .24***
Con l'energia nucleare	10	499	± 2.6
Atteggiamento misto	15	449	± 3.3
Senza l'energia nucleare	31	884	± 3.1

Le caratteristiche sociodemografiche elencate (tabella 14) mostrano due differenze rilevanti; tuttavia, secondo Cramér's V queste differenze sono (molto) deboli: **SESSO** e **REDDITO FAMILIARE**.

Nessun gruppo ha approvato il divieto di esperimenti sugli animali. Le donne hanno approvato l'iniziativa più degli uomini ma in misura minima e scarsamente rilevante. Un debole effetto si attesta invece nel caso del reddito familiare: mentre il 44% di chi ha un reddito familiare fino a CHF 3.000 ha votato Sì, per tutte le altre categorie la percentuale è stata di circa il 20%.

Tabella 14: Comportamento di voto secondo caratteristiche sociodemografiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Erroei standard
Totale	20.9	1961	
Età			V=.08
18-29 anni	25	206	± 5.9
30-39 anni	21	226	± 5.3
40-49 anni	18	244	± 4.9
50-59 anni	25	406	± 4.2
60-69 anni	22	415	± 4
70 anni e più	17	464	± 3.4
Sesso			V=.06*
Donne	23	973	± 2.7
Uomini	19	988	± 2.4
Grado di istruzione			V=.07
Senza formazione postobbligatoria	26	164	± 6.8
Formazione professionale di base/apprendistato	20	623	± 3.2
Maturità/formazione professionale superiore	17	519	± 3.2
SUP/Università/PF/Dottorato	21	581	± 3.3
Grado di occupazione			V=.07
Tempo pieno (90-100%)	20	1195	± 2.3
Part-time tra il 70% e l'89%	22	251	± 5.2
Part-time tra il 50% e il 69%	17	258	± 4.5
Part-time inferiore al 50%	30	122	± 8.1
Reddito familiare			V=.15***
fino a 3.000 CHF	44	80	± 10.9
3.000-5.000 CHF	18	228	± 5.1
5.000-7.000 CHF	21	295	± 4.7
7.000-9.000 CHF	22	304	± 4.7
9.000-11.000 CHF	22	278	± 4.9
Oltre 11.000 CHF	16	457	± 3.3

4.3 I motivi

I motivi più importanti per un Sì o per un No sono stati rilevati con una domanda aperta. I **MOTIVI PER IL SÌ** (tabella 15) possono essere suddivisi in due macrocategorie: «protezione degli animali» (49% di tutte le prime menzioni, 63% di tutte le menzioni) e «contro la ricerca» (15% e 28% rispettivamente).

Le persone hanno dichiarato molto spesso che la **PROTEZIONE DEGLI ANIMALI** è importante (27% di tutte le prime menzioni e 34% di tutte le menzioni). Nella macrocategoria con lo stesso nome dell'argomento menzionato più spesso, i votanti Sì hanno dichiarato che gli esperimenti sugli animali non sono eticamente corretti (10% e 12% rispettivamente) e che gli animali soffrono o soffrirebbero allo stesso modo degli esseri umani (8% e 10%).

La seconda categoria si è espressa soprattutto **CONTRO LA RICERCA**. Concretamente sono stati menzionati due argomenti: che la ricerca può fare a meno degli esperimenti sugli animali (7% e 13% rispettivamente) e che si è contrari a test o esperimenti inutili (6% e 10% rispettivamente).

Tabella 15: Motivi per la decisione a favore (in % dei votanti Sì)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	n	in %	n
Protezione degli animali	49	215	63	275
Protezione degli animali	27	118	34	143
Gli esperimenti con gli animali non sono etici	10	41	12	50
Gli animali sentono/soffrono allo stesso modo degli esseri umani	8	35	10	53
Contro la ricerca	15	75	28	124
La ricerca può fare a meno degli esperimenti sugli animali	7	38	13	59
I test/gli esperimenti sono inutili	6	29	10	43
In generale (p.es. buona proposta, simpatia)	7	22	10	38
Altro	0	0	0	0
Risposte palesemente errate / confusioni	2	9	2	13
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	0	1	1	3
Non sa / nessun motivo indicato	27	153	71	355

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può superare il 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale supera dunque il 100%.

I **MOTIVI DEL NO** al divieto di esperimenti sugli animali possono essere suddivisi in tre categorie: proteggere la Svizzera come polo scientifico (28% di tutte le prime menzioni e 41% di tutte le menzioni rispettivamente), garantire le cure mediche (21% e 32% rispettivamente) ed evitare problemi internazionali (4% e 8% rispettivamente).

Tra gli argomenti relativi alla **SVIZZERA COME POLO SCIENTIFICO**, concretamente gli argomenti citati più spesso sono stati che gli esperimenti sono essenziali (16% e 21% rispettivamente), che un Sì significherebbe una battuta di arresto per la ricerca in Svizzera (6% e 8% rispettivamente) e che non sarebbe più possibile fare progressi perché mancherebbero i soldi (3% e 6% rispettivamente).

Un secondo argomento menzionato spesso faceva riferimento alla **SICUREZZA DELLE CURE MEDICHE**. Concretamente è stato menzionato che la scienza svizzera ha già un buon livello di protezione degli animali e degli esseri umani e che di conseguenza non ci sarebbe bisogno di regole più severe (8% e 13% rispettivamente). Oltre a questo, la Svizzera avrebbe esigenza che vengano assicurati farmaci e medicinali per le cure mediche (7% e 10% rispettivamente). Il terzo argomento più menzionato è stato l'importanza della ricerca: il fatto che gli esperimenti permettono di salvare le persone è stato decisivo per il No alle urne (6% e 8% rispettivamente).

Tabella 16: Motivi per la decisione contro (in % dei votanti No)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	N	in %	n
Svizzera come polo scientifico	28	421	41	590
Gli esperimenti sono essenziali	16	263	21	335
Battuta di arresto per la ricerca in Svizzera	6	81	8	103
Niente più progresso né soldi	3	51	6	82
Garantire le cure mediche	21	324	32	485
La protezione degli animali/degli esseri umani è già di buon livello	8	128	13	202
Assicurare farmaci e medicinali per le cure mediche	7	92	10	147
È più importante salvare le persone o la ricerca	6	102	8	131
Problemi internazionali	4	53	8	108
Dipendenza dall'estero	1	17	3	45
Problemi di import/export	2	24	3	39
In generale (p.es. pessima proposta, antipatia)	18	257	26	356
Altro	0	3	1	7
Risposte palesemente errate / confusioni	0	8	0	8
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	1	17	3	33
Non sa / nessun motivo indicato	27	401	76	1163

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può superare il 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le due ultime colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale supera dunque il 100%.

4.4 La risonanza degli argomenti della votazione

Agli intervistati sono stati anche presentati vari argomenti «pro» e «contro» da valutare (tabella 17). Rilevante per l'analisi di questi argomenti non era solo l'approvazione o il rifiuto nel complesso, ma anche quali argomenti dividevano i votanti del Sì e quelli del No. Le grandi differenze nella valutazione degli argomenti tra i due schieramenti indicano che questi argomenti sono stati particolarmente importanti per la decisione.

Le decisioni di voto sono state ben motivate sotto l'aspetto dei contenuti³: l'82% dei votanti era in media d'accordo con gli argomenti a favore o contrari e ha votato conformemente alle proprie argomentazioni.

COMPLESSIVAMENTE, gli argomenti a favore si concentrano su una maggiore protezione degli animali e sul fatto che i vantaggi degli esperimenti sugli animali per la ricerca non sarebbero chiaramente riconoscibili. Gli argomenti contro invece sottolineano che la Svizzera perderebbe attrattività come polo scientifico e si arriverebbe a una medicina a due classi: per alcuni ci sarebbe la medicina all'estero, per altri no.

NEL DETTAGLIO si evidenzia che nessun **ARGOMENTO A FAVORE** è riuscito a convincere una maggioranza. Tra i votanti Sì ha ottenuto la maggiore approvazione l'argomento per cui i ricercatori potrebbero ottenere le loro conoscenze anche con metodi che non provocano sofferenza agli animali e all'essere umano (79%). L'affermazione per cui l'uomo non dovrebbe poter decidere della vita di altri esseri viventi ha riscontrato un'approvazione simile tra coloro che hanno votato Sì. Circa un terzo dei votanti Sì sono anche dell'opinione che gli esperimenti sugli animali non garantiscano che un farmaco sia sicuro (65%). L'81% dei votanti No si è espresso contro quest'ultimo argomento, che è stato quello che ha polarizzato di più.

GLI ARGOMENTI CONTRO hanno ottenuto complessivamente maggiore approvazione, anche tra i votanti Sì. Due argomenti hanno raggiunto la maggioranza (ciascuno il 71% di approvazione totale): il primo, per cui i ricercatori si trasferirebbero all'estero, il che sarebbe un danno per la Svizzera come polo scientifico; il secondo, per cui le regole e le restrizioni sugli esperimenti sugli animali sarebbero già abbastanza severe, e dunque non ci sarebbe bisogno di nuovi regolamenti. Entrambi gli argomenti hanno dato luogo a una forte polarizzazione, non però così forte come per gli argomenti a favore. Il terzo argomento contro, per cui con il Sì si arriverebbe a una medicina a due classi, non ha raggiunto la maggioranza (49% di approvazione). Anche tra tutti i votanti No si è dichiarato a favore di questo argomento "solo" il 58 per cento.

³ [Link all'articolo SPSR di Milic \(2015\)](#)

Tabella 17: Totale degli argomenti pro e contro e percentuali dei votanti Sì e No (in %)

Argomenti pro		D'accordo	Non d'accordo	Non so / nessuna risposta
I ricercatori possono ottenere le loro conoscenze anche con metodi che non provocano sofferenza agli animali e all'essere umano.	Totale	40	48	12
	Votanti Sì	79	10	11
	Votanti No	28	60	11
L'uomo non dovrebbe poter decidere con facilità della vita di altri esseri viventi.	Totale	46	43	11
	Votanti Sì	75	15	9
	Votanti No	37	53	11
Anche con gli esperimenti sugli animali non c'è nessuna garanzia che un farmaco sia sicuro, perciò possono essere abbandonati.	Totale	23	67	10
	Votanti Sì	65	22	14
	Votanti No	11	81	8
Argomenti contro				
Se gli esperimenti sugli animali venissero proibiti, i ricercatori svizzeri sarebbero costretti a trasferirsi all'estero per fare ricerca. Questo sarebbe un danno per la Svizzera come polo scientifico.	Totale	71	19	11
	Votanti Sì	32	53	15
	Votanti No	82	10	8
Il numero degli esperimenti sugli animali in Svizzera è già limitato allo stretto necessario per la ricerca sui nuovi trattamenti medici.	Totale	71	14	15
	Votanti Sì	34	44	22
	Votanti No	83	6	11
Il divieto porta a una medicina a due classi. Nuovi farmaci e nuovi trattamenti sarebbero a disposizione solo di chi può permettersi di viaggiare all'estero per averli.	Totale	49	35	16
	Votanti Sì	18	63	19
	Votanti No	58	28	15

Risultati ponderati. Sono indicate percentuali per riga. A causa degli arrotondamenti, i totali delle righe non sono ovunque pari al 100%. Esempio di lettura per il primo argomento: il 40% di tutti i votanti (e il 79% di tutti i votanti Sì e il 28% di tutti i votanti No) concordano con l'argomento a favore secondo cui i ricercatori possono ottenere le loro conoscenze anche con metodi che non provocano sofferenza agli animali e all'essere umano. Il 48% di tutti i votanti si è dimostrato in disaccordo e il 12% ha risposto con «Non sa / nessuna risposta». N per tutti gli argomenti: Totale 2.069, votanti Sì 477, votanti No 1.484.

5 Divieto di pubblicità per il tabacco

5.1 Situazione di partenza, proposta e suggerimenti

L'iniziativa popolare "Sì alla protezione di fanciulli e adolescenti dalla pubblicità per il tabacco" o in breve "Fanciulli e adolescenti senza pubblicità per il tabacco" è stata avviata da un gruppo di organizzazioni per la salute e contro le dipendenze e di associazioni giovanili come reazione contro la nuova legge sui prodotti del tabacco. L'iniziativa è stata presentata il 12 settembre 2019 con 109.969 firme valide.

L'iniziativa vuole che venga vietato ogni tipo di pubblicità per il tabacco che possa raggiungere fanciulli e adolescenti. Per le sigarette elettroniche dovrebbero valere le stesse regole. Continuerebbe ad essere consentita la pubblicità che si rivolge solo agli adulti o che si trova in luoghi non accessibili ai minori. Inoltre, l'iniziativa impone alla Confederazione e ai Cantoni l'obbligo di promuovere la salute di fanciulli e adolescenti.

Il Consiglio federale e il Parlamento vogliono proteggere i fanciulli e gli adolescenti dalle conseguenze dannose del fumo. Tuttavia, con il suo divieto esteso di pubblicità, l'iniziativa si spinge troppo oltre per loro. Con la nuova legge sui prodotti del tabacco hanno presentato una controproposta indiretta. La nuova legge vieta la pubblicità per il tabacco sui manifesti e nei cinema, proibisce alle aziende produttrici di tabacco di regalare sigarette e di sponsorizzare manifestazioni internazionali in Svizzera.

UDC, PLR e Centro hanno respinto l'iniziativa. PS, Verdi e PVL hanno votato Sì. L'iniziativa popolare è stata approvata il 13 febbraio 2022 con il 56.6 per cento di Sì ed ha raggiunto la maggioranza dei Cantoni con 14 2/2 Cantoni (6 4/2 No dei Cantoni). Per il No dei Cantoni sono mancati solo 3.866 voti, per la precisione quelli dei cantoni Glarona, Argovia, Soletta e Grigioni.

L'iniziativa ha ottenuto più Sì nella Svizzera francese (67.2%) che nella svizzera italiana (57.6%) e in quella tedesca (53.6%) e ha riscontrato maggiore approvazione nelle città nucleo (66.2%) che nel rimanente spazio urbano (56.1%), intermedio (53.1%) e rurale (49.1%)⁴.

⁴ [Link all'analisi di BFS in base alla regione linguistica e al tipo di insediamento](#)

5.2 La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali

COMPLESSIVAMENTE, vari sottogruppi hanno votato Sì a maggioranza in base alle caratteristiche politiche (tabella 18): le persone di sinistra o di centro che simpatizzano per un partito che si colloca nello stesso modo. I votanti Sì hanno scarsa fiducia nelle aziende produttrici di tabacco, una fiducia molto alta nelle organizzazioni e nelle associazioni sanitarie e vogliono una Svizzera con più interventi statali e più solidarietà.

Nel **DETTAGLIO** si evidenzia che le persone che di definiscono di estrema sinistra, di sinistra o di centro in termini di **IDEOLOGIA** politica hanno votato Sì a maggioranza (74%, 71% e 61% rispettivamente). Al contrario, le persone di destra (38%) e di estrema destra (31%) hanno votato prevalentemente No.

Anche le **PREFERENZE DI PARTITO** evidenziano un modello simile: mentre i simpatizzanti dei Verdi hanno votato Sì all'87%, i simpatizzanti del PS hanno votato Sì al 73% e i simpatizzanti del PVL al 66%. I simpatizzanti di Centro hanno votato anch'essi Sì a maggioranza (58%). Anche le persone che non simpatizzano per nessun partito o simpatizzano per un altro partito hanno votato Sì a maggioranza (61% e 71% rispettivamente). Le persone che simpatizzano per PLR (31% dei Sì) e UDC (30% dei Sì) hanno votato prevalentemente No.

La percentuale di Sì si correla anche leggermente con la **FIDUCIA** nei diversi attori e istituzioni: le persone che hanno una fiducia (molto) scarsa nelle aziende produttrici di tabacco hanno votato prevalentemente Sì (67%). Le persone che hanno invece una fiducia media o alta nelle aziende produttrici di tabacco hanno votato prevalentemente No (27% e 19% di Sì).⁵ Si evidenzia anche che, quanto maggiore è la fiducia nelle organizzazioni e nelle associazioni sanitarie, tanto maggiore è la percentuale di Sì.

Inoltre, hanno votato a maggioranza Sì coloro che rappresentano l'**ATTEGGIAMENTO** per cui la Svizzera dovrebbe consentire un maggiore intervento dello Stato nell'economia (79% di Sì) e che vorrebbero più solidarietà (73%, più responsabilità personale: 43% di Sì).

Tabella 18: Comportamento di voto secondo caratteristiche politiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errore standard
Totale	56.7	1980	
Autoclassificazione sinistra-destra (0-10)			V = .33***
Estrema sinistra (0-2)	74	241	± 5.5
Sinistra (3-4)	71	414	± 4.4
Centro (5)	61	521	± 4.2
Destra (6-7)	38	398	± 4.8
Estrema destra (8-10)	31	233	± 5.9

⁵ Pochissimi elettori hanno dichiarato di avere una fiducia molto alta nelle aziende produttrici di tabacco, pertanto il margine di errore in questa categoria è molto ampio (± 14.7) e non è possibile fare delle affermazioni chiare su questo sottogruppo.

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errore standard
Simpatia per il partito			V =.42***
UDC	30	275	± 5.4
PLR	31	323	± 5.1
Il Centro	58	231	± 6.4
PVL	66	155	± 7.5
PS	73	375	± 4.5
Verdi	87	158	± 5.3
Altro partito	71	90	± 9.4
nessuna	61	181	± 7.1
Fiducia nelle aziende produttrici di tabacco			V =.35***
Da molto poca a poca (0-4)	67	1447	± 2.4
Media (5)	27	267	± 5.3
Grande (6-7)	19	93	± 7.9
Molto grande (8-10)	55	45	± 14.7
Fiducia nelle organizzazioni e nelle associazioni sanitarie			V =.16***
Da molto poca a poca (0-4)	41	249	± 6.1
Media (5)	54	412	± 4.8
Grande (6-7)	60	583	± 4
Molto grande (8-10)	64	658	± 3.7
Atteggiamento: «una Svizzera con più interventi statali nell'economia o una Svizzera con più competizione sul mercato»			V =.27***
Più interventi statali	79	302	± 4.6
Atteggiamento misto	58	766	± 3.5
Più competizione	42	685	± 3.7
Atteggiamento: "una Svizzera in cui la solidarietà è più importante della responsabilità personale o una Svizzera in cui la responsabilità personale è più importante della solidarietà"			V =.24***
La solidarietà è più importante	73	566	± 3.7
Atteggiamento misto	53	793	± 3.5
La responsabilità personale è più importante	43	456	± 4.6

Le caratteristiche sociodemografiche elencate (tabella 19) mostrano che il consenso si differenzia significativamente in base a **ETÀ**, **ISTRUZIONE** e **REDDITO**, nonostante la forza dell'effetto sia ridotta.

COMPLESSIVAMENTE, solo due sottogruppi delle caratteristiche sociali hanno votato No a maggioranza: le persone tra 50 e 59 anni e le persone con un reddito familiare fino a CHF 3.000. Tutti gli altri sottogruppi hanno votato Sì a maggioranza.

NEL DETTAGLIO le persone **PIÙ GIOVANI** hanno votato Sì più spesso delle persone più anziane: ad esempio, il 65 per cento di tutte le persone tra i 18 e i 29 anni ha votato Sì, mentre le persone tra i 70 e i 54 anni hanno votato Sì al 54 per cento. Anche **LE PERSONE PIÙ ISTRUITE** hanno votato Sì più spesso rispetto a quelle che hanno goduto di un'istruzione più breve. Infine, per quanto riguarda il reddito, soprattutto la **CLASSE MEDIA** ha votato Sì: le persone con un reddito familiare fino a CHF 3.000 e le persone con un reddito superiore a CHF 11.000 sono quelle che hanno votato meno spesso No (45% e 50% dei Sì).

Tabella 19: Comportamento di voto secondo caratteristiche sociodemografiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	n	Cramér's V / Errori standard
Totale	56.7	1980	
Età			V = .11**
18-29 anni	65	214	± 6.4
30-39 anni	61	228	± 6.4
40-49 anni	61	249	± 6.1
50-59 anni	48	406	± 4.9
60-69 anni	59	422	± 4.7
70 anni e più	54	461	± 4.6
Sesso			V = .05
Donne	59	979	± 3.1
Uomini	54	1001	± 3.1
Grado di istruzione			V = .09*
Senza formazione postobbligatoria	56	173	± 7.4
Formazione professionale di base/apprendistato	56	632	± 3.9
Maturità/formazione professionale superiore	52	522	± 4.3
SUP/Università/PF/Dottorato	64	580	± 3.9
Reddito familiare			V = .14***
fino a 3.000 CHF	45	81	± 10.9
3.000-5.000 CHF	64	225	± 6.3
5.000-7.000 CHF	54	297	± 5.7
7.000-9.000 CHF	63	312	± 5.4
9.000-11.000 CHF	64	284	± 5.6
Oltre 11.000 CHF	50	462	± 4.6

5.3 I motivi

I motivi più importanti per un Sì o per un No sono stati acquisiti con una domanda aperta. I **MOTIVI PER IL SÌ** (tabella 20) possono essere suddivisi in tre macrocategorie: gli argomenti per il Sì menzionati più spesso possono essere riassunti con la parola chiave «proteggere i bambini» (38% delle prime menzioni e 49% di tutte le menzioni rispettivamente), seguiti dalla questione della salute della popolazione (23% e 43% rispettivamente) e dal segnale contro l'industria del tabacco e l'industria pubblicitaria (8% e 15%).

Nel caso dell'argomento principale "**PROTEGGERE I BAMBINI**", viene menzionato soprattutto il fatto che il divieto di pubblicità protegge i bambini (24% e 28% risp.), poi che concretamente non dovrebbero esistere incentivi al fumo per i bambini (4% e 7% risp.) e che molti fumatori hanno iniziato da adolescenti, tendenza che dovrebbe essere arrestata (3% e 4% rispettivamente).

La questione della **SALUTE DELLA POPOLAZIONE** è stata menzionata più spesso dai votanti Sì, in particolare affermando che il fumo è un rischio per la salute (9% e 16% rispettivamente), che si è in favore di un divieto generale del tabacco (7% e 11% rispettivamente) e che il fumo è una dipendenza (4% e 7% rispettivamente). Si tratta dunque di motivazioni maggioritarie che sono contro il consumo di prodotti del tabacco e farebbero ancora di più per proteggere la salute della popolazione.

Un altro argomento di natura generale si posiziona **CONTRO L'INDUSTRIA DEL TABACCO E L'INDUSTRIA PUBBLICITARIA**: poche persone hanno menzionato come argomento che l'industria del tabacco (e pubblicitaria) vuole solo guadagnare soldi (3% e 5% rispettivamente) e l'essere contrari alle grandi aziende (2% e 4%).

Tabella 20: Motivi per la decisione a favore (in % dei votanti Sì)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	N	in %	n
Proteggere i bambini	38	519	49	647
Il divieto di pubblicità protegge i bambini.	24	287	28	341
Nessun incentivo/pubblicità che possa tentare i bambini	4	70	7	101
Molti fumatori hanno iniziato da adolescenti.	3	50	4	68
La salute della popolazione	23	328	43	536
Fumare è un rischio per la salute	9	153	16	220
In favore di un divieto generale al tabacco	7	85	11	134
Fumare è una dipendenza	4	41	7	68
Contro l'industria del tabacco e della pubblicità	8	51	15	112
L'industria del tabacco vuole solo guadagnare soldi	3	19	5	38
Contro le grandi aziende	2	15	4	31
In generale (p.es. buona proposta, simpatia)	4	69	9	110
Altro	1	2	1	10
Risposte palesemente errate / confusioni	0	3	0	3
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	0	7	2	13
Non sa / nessun motivo indicato	25	312	65	935

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

Tra i **MOTIVI DEL NO** tre sono stati gli argomenti principali (tabella 21): chi ha votato No ha indicato di volere una società libera (28% di tutte le prime menzioni e 42% di tutte le menzioni), che il divieto di pubblicità è inutile (22% e 36%) e che il divieto di pubblicità avrebbe conseguenze economiche negative (7% e 12%).

Come motivi del No è stata menzionata più spesso la questione di una società libera: i votanti No hanno indicato che ci sono troppi divieti inutili (13% e 20% rispettivamente), che il divieto di pubblicità di un prodotto legale si spinge troppo oltre (5% e 7% rispettivamente) e che la responsabilità personale è importante (4% e 4% rispettivamente).

Inoltre, hanno indicato che si tratta di un divieto di pubblicità inutile. I votanti No argomentano che la pubblicità ha un'influenza limitata (10% e 14% risp.), che l'educazione e i contatti sociali sono più importanti (6% e 12% rispettivamente) e che i fanciulli e gli adolescenti entrerebbero comunque a contatto con il fumo (5% e 8% rispettivamente).

Il terzo gruppo di motivi del No comprende argomenti che riguardano le conseguenze economiche del divieto: i votanti No si lamentano che si tratta di un intervento troppo invasivo nella libertà economica (3% e 3%) e che in questo modo andrebbero persi i soldi della pubblicità (2% e 3%).

Tabella 21: Motivi per la decisione contro (in % dei votanti No)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	N	in %	n
Società libera	28	189	42	267
Troppi divieti inutili	13	86	20	118
Il divieto di pubblicità di un prodotto legale si spinge troppo oltre.	5	28	7	46
Responsabilità personale	4	21	4	30
Inutile divieto di pubblicità	22	174	36	257
La pubblicità ha un'influenza limitata	10	79	14	107
L'educazione e i contatti sociali sono più importanti.	6	43	12	79
I fanciulli/gli adolescenti entrerebbero comunque a contatto con il fumo.	5	45	8	61
Conseguenze economiche	7	43	12	81
Intromissione nella libertà economica	3	19	3	29
I soldi della pubblicità andrebbero persi	2	6	3	17
In generale (p.es. pessima proposta, antipatia)	7	50	10	69
Altro	8	35	8	40
Risposte palesemente errate / confusioni	0	4	0	5
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	1	11	1	11
Non sa / nessun motivo indicato	26	183	71	505

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

5.4 La risonanza degli argomenti della votazione

La tabella 22 mostra il grado di consenso e di rifiuto degli intervistati rispetto agli argomenti, con una distinzione anche tra chi ha votato Sì e No. Quanto più grandi sono le differenze, tanto più sono state determinanti ai fini della decisione al momento della votazione sul divieto di pubblicità per il tabacco.

La decisione di voto complessivamente è stata ampiamente motivata: sotto l'aspetto dei contenuti, il 78% dei votanti concordava con i rispettivi argomenti a favore o contrari e ha votato di conseguenza.

COMPLESSIVAMENTE, le argomentazioni a favore hanno convinto molto di più rispetto a quelle contrarie. Quasi tutti i votanti concordano che, come società, siamo obbligati a proteggere fanciulli e adolescenti e a promuovere il loro sviluppo sano (il 90% di tutti i votanti è d'accordo). La polarizzazione maggiore tra i votanti Sì e i votanti No c'è stata in merito all'argomento contrario per cui le misure esistenti sarebbero sufficienti per proteggere gli adolescenti.

Gli **ARGOMENTI A FAVORE** hanno ottenuto l'approvazione della maggioranza di tutto l'elettorato: il 90% crede che la società sia obbligata a proteggere fanciulli e adolescenti e a favorire il loro sviluppo sano. Il 7% crede che la pubblicità per i prodotti del tabacco dannosi per fanciulli e adolescenti sia riprovevole. Appena il 41% dei votanti No la vede diversamente. Infine, anche il 69% di tutto l'elettorato crede che il divieto della pubblicità per il tabacco, volto a garantire che fanciulli e adolescenti non siano raggiunti da questa pubblicità, sia coerente. Il 52% dei votanti No non era però d'accordo. Tra gli argomenti a favore, questo è quello che ha polarizzato di più.

Tutti e tre **GLI ARGOMENTI CONTRO** non hanno raggiunto la maggioranza. Il fatto che il divieto di pubblicizzare un prodotto legale sia un'intromissione nella libertà economica è corretto per il 79% dei votanti No. Il 69% dei votanti Sì la vede diversamente. Quasi lo stesso numero di votanti No crede che anche il secondo argomento sia corretto: la controproposta sarebbe migliore perché terrebbe conto delle esigenze dell'economia. Di nuovo, circa il 68% dei votanti Sì la vede diversamente. Il terzo argomento, tuttavia, è stato quello che ha polarizzato di più: il 79% dei votanti No crede che le misure esistenti siano sufficienti per proteggere i fanciulli e gli adolescenti. L'81% dei votanti Sì non è d'accordo.

Tabella 22: Totale degli argomenti a favore e contro e percentuali dei votanti Sì e No (in %)

Argomenti pro		D'accordo	Non d'accordo	Non so / nessuna risposta
Come società siamo obbligati a proteggere fanciulli e adolescenti e a favorire il loro sviluppo sano.	Totale	90	5	5
	Votanti Sì	94	1	4
	Votanti No	85	10	5
La pubblicità per i prodotti del tabacco dannosi per i fanciulli e gli adolescenti è riprovevole.	Totale	74	19	7
	Votanti Sì	91	3	6
	Votanti No	52	41	7
I prodotti del tabacco non possono essere venduti ai minori. Il fatto che la pubblicità per il tabacco non debba raggiungere fanciulli e adolescenti è coerente.	Totale	69	24	6
	Votanti Sì	93	3	4
	Votanti No	39	52	8
Argomenti Contro				
Questo divieto di pubblicizzare un prodotto legale rappresenta un'intromissione nella libertà economica.	Totale	47	45	8
	Votanti Sì	24	69	8
	Votanti No	79	14	7
La controproposta indiretta del Parlamento è migliore. Tiene conto delle esigenze dell'economia. Alcune forme pubblicitarie continueranno ad essere consentite ma la vendita sarà limitata ai maggiorenti in tutta la Svizzera.	Totale	43	43	14
	Votanti Sì	17	68	15
	Votanti No	78	13	10
Le misure esistenti sono sufficienti per proteggere fanciulli e adolescenti dagli effetti nocivi del fumo.	Totale	41	51	8
	Votanti Sì	12	81	7
	Votanti No	79	13	7

Risultati ponderati. Sono indicate percentuali per riga. A causa degli arrotondamenti, i totali delle righe non sono ovunque pari al 100%. Esempio di lettura per il primo argomento: il 90% di tutti i votanti (e il 94% di tutti i votanti Sì e l'85% di tutti i votanti No) sono d'accordo con l'argomento a favore secondo cui la Svizzera come società è obbligata a proteggere fanciulli e adolescenti e a promuovere il loro sviluppo sano. Il 5% di tutti i votanti si è mostrato in disaccordo e il 5% ha risposto con «Non sa / nessuna risposta». N per tutti gli argomenti: totale 2.069, votanti Sì 1.291, votanti No 689.

6 Tasse di bollo

6.1 Situazione di partenza, proposta e suggerimenti

La tassa di emissione è una delle tre tasse di bollo. Si applica quando le imprese si procurano capitale. Il Consiglio federale e il Parlamento vogliono abolire la tassa di emissione per sgravare le imprese e rafforzare la crescita economica. Si stima che l'abolizione della tassa genererebbe per la Confederazione una diminuzione delle entrate di 250 milioni di CHF all'anno. SP, Verdi e i sindacati hanno lanciato un referendum.

Il comitato referendario argomenta che l'abolizione della tassa sulle emissioni andrebbe in gran parte a vantaggio di grandi aziende internazionali, banche e compagnie assicurative. Le PMI invece non ne trarrebbero alcun vantaggio. La perdita delle entrate fiscali costringerebbe i privati a pagare più tasse e porterebbe al taglio dei servizi pubblici.

Con l'abolizione della tassa sulle emissioni, i sostenitori dell'emendamento, tra cui i partiti UDC, PLR, Centro e PVL, vogliono aumentare l'attrattiva della Svizzera come piazza economica. Per la Confederazione la perdita di entrate sarebbe sopportabile e verrebbe compensata dalla crescita economica e dal mantenimento dei posti di lavoro. Verrebbero promossi innovazione e nuovi investimenti, specialmente nelle giovani imprese.

L'emendamento è stato nettamente respinto: il 63% della popolazione si è espresso contro. Solo nel Canton Zugo i Sì sono stati superiori al 50%. Pertanto, le aziende continueranno a pagare la tassa di emissione quando si procurano capitale.

L'emendamento è stato approvato nella Svizzera italiana (45.4%) da una percentuale di votanti superiori rispetto alla Svizzera francese (38.6%) e tedesca (36.6%), e ha riscontrato maggiore approvazione nello spazio urbano (39.6%) (escluse le città nucleo con il 33%) che nello spazio intermedio (38.1%) e rurale (36.9%)⁶.

⁶ [Link all'analisi di BFS in base alla regione linguistica e al tipo di insediamento](#)

6.2 La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali

COMPLESSIVAMENTE, le seguenti caratteristiche politiche hanno portato più facilmente a un Sì (tabella 23): l'autoclassificazione sinistra-destra da destra a estrema destra, e l'affinità di partito con PLR e UDC. Hanno votato Sì anche le persone che hanno (molta) fiducia nelle associazioni economiche, nelle grandi aziende e nelle banche. I votanti Sì vorrebbero una Svizzera con più competizione e meno tasse sui redditi più elevati.

Nel **DETTAGLIO** si evidenzia che le persone di estrema destra (68% di approvazione) e di destra (57%) hanno votato Sì a maggioranza, mentre le persone di "estrema sinistra" hanno votato quasi esclusivamente No (9% di Sì). Altrettanto sorprendenti sono le differenze tra le **SIMPATIE DI PARTITO**: dal punto di vista delle simpatie di partito, fatta eccezione per il PLR, non è stato possibile raggiungere una chiara maggioranza (72% di Sì). Comunque, tra i simpatizzanti dell'UDC c'è stata una maggioranza relativamente ristretta (55%). I simpatizzanti del Centro (40%) e del PVL (38%) hanno votato abbastanza chiaramente No. La proposta non è riuscita a ricevere l'approvazione di coloro che non simpatizzano per nessun partito o che simpatizzano per un altro partito (27% e 13% rispettivamente), dell'SP (16%) e dei Verdi (6%).

Mentre la simpatia di partito indica chiaramente la percentuale dei Sì, per la **FIDUCIA** la correlazione non è così forte. Tra le persone che hanno una fiducia (molto) scarsa nelle associazioni economiche, nelle banche o nelle grandi aziende, sono in pochi (18-25%) quelli che hanno votato Sì. Ma anche tra le persone con una fiducia (molto alta) nelle istituzioni menzionate, la quota di Sì rimane tra il 52 e il 70%. Colpisce che neanche tra chi ha una fiducia molto alta nelle PMI l'abolizione della tassa di bollo abbia raggiunto la maggioranza (46% di Sì), nonostante secondo i comitati per il Sì le PMI ne avrebbero tratto vantaggio. Di conseguenza, la fiducia spiega la decisione di voto in misura minore rispetto alla simpatia di partito. Una differenza chiara si evidenzia negli **ATTEGGIAMENTI**: chi vorrebbe una Svizzera con più intervento statale, ha votato chiaramente No (12% di Sì) e chi vorrebbe una Svizzera con più competizione ha votato a maggioranza Sì (58%). La dimensione dell'effetto è relativamente grande con un punteggio di 0.37. L'effetto è ancora più grande nel caso del secondo atteggiamento ($V = 0.46$), che riprende anche una questione centrale della proposta: chi vorrebbe una Svizzera con più tasse sui redditi elevati ha votato prevalentemente No (18%). Chi invece vorrebbe meno tasse sui redditi elevati ha votato a larga maggioranza Sì (73%).

Tabella 23: Comportamento di voto secondo caratteristiche politiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errori standard
Totale	37.4	1761	
Autoclassificazione sinistra-destra (0-10)			V = .42***
Estrema sinistra (0-2)	9	214	± 3.8
Sinistra (3-4)	18	373	± 3.9
Centro (5)	36	457	± 4.4
Destra (6-7)	57	369	± 5.1
Estrema destra (8-10)	68	210	± 6.3

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errori standard
Simpatia per il partito			V = .46***
UDC	55	249	± 6.2
PLR	72	301	± 5.1
Il Centro	40	213	± 6.6
PVL	38	140	± 8.1
PS	16	336	± 3.9
Verdi	6	133	± 4
Altro partito	13	81	± 7.4
Nessuna	27	150	± 7.1
Fiducia nelle associazioni economiche			V = .37***
Da molto poca a poca (0-4)	18	666	± 2.9
Media (5)	44	479	± 4.4
Grande (6-7)	53	321	± 5.5
Molto grande (8-10)	67	167	± 7.1
Fiducia nelle banche private svizzere e nelle banche cantonali			V = .22***
Da molto poca a poca (0-4)	23	530	± 3.6
Media (5)	39	408	± 4.7
Grande (6-7)	39	398	± 4.8
Molto grande (8-10)	52	376	± 5.1
Fiducia nelle grandi aziende			V = .29***
Da molto poca a poca (0-4)	25	907	± 2.8
Media (5)	45	422	± 4.8
Grande (6-7)	52	241	± 6.3
Molto grande (8-10)	70	116	± 8.4
Fiducia nelle piccole e medie imprese (PMI)			V = .18***
Da molto poca a poca (0-4)	24	144	± 7
Media (5)	25	353	± 4.5
Grande (6-7)	38	555	± 4
Molto grande (8-10)	46	620	± 3.9
Atteggiamento: «una Svizzera con più interventi statali nell'economia o una Svizzera con più competizione sul mercato»			V = .37***
Più interventi statali	12	276	± 3.8
Atteggiamento misto	28	677	± 3.4
Più competizione	58	636	± 3.8

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errori standard
Atteggiamento: «una Svizzera in cui vengono aumentate le tasse sui redditi elevati, o una Svizzera in cui vengono ridotte le tasse sui redditi elevati»			V = .46***
Aumentare le tasse sui redditi elevati	18	915	± 2.5
Atteggiamento misto	55	512	± 4.3
Ridurre le tasse sui redditi elevati	73	210	± 6

COMPLESSIVAMENTE, non c'è stato nessun sottogruppo sociodemografico in cui la maggioranza abbia detto Sì. Tuttavia, le seguenti caratteristiche sociodemografiche hanno portato molto più facilmente a un Sì: le persone **PIÙ ANZIANE** rispetto a quelle più giovani, gli **UOMINI** più delle donne, le persone con un **PIÙ BASSO** e un **PIÙ ELEVATO GRADO DI ISTRUZIONE** e le persone con un reddito familiare superiore a **CHF 11.000** rispetto alle famiglie a basso reddito.

Nel **DETTAGLIO**, si evidenzia che l'**ETÀ** ha spiegato maggiormente la motivazione del voto ($V = 0.18$). Mentre i 18-29enni hanno votato Sì al 20%, la percentuale tra chi ha 70 anni e più è stata del 46%. Dimensioni degli effetti molto basse (ma comunque significative) si riscontrano in relazione al sesso (più Sì tra gli uomini che tra le donne) e al grado di istruzione, con le persone con un più basso e un più elevato grado di istruzione che hanno votato preferibilmente Sì. Un effetto quasi pari a quello in relazione all'età si riscontra anche in relazione al reddito familiare: le persone con un reddito familiare superiore a CHF 11.000 hanno votato Sì al 48%, tutte le altre intorno al 33%.

Tabella 24: Comportamento di voto secondo caratteristiche sociodemografiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errori standard
Totale	37.4	1761	
Età			V = .18***
18-29 anni	20	164	± 6.2
30-39 anni	27	190	± 6.3
40-49 anni	45	202	± 6.9
50-59 anni	35	367	± 4.9
60-69 anni	37	393	± 4.8
70 anni e più	46	445	± 4.6

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errori standard
Sesso			V = .09***
Donne	33	844	± 3.2
Uomini	42	917	± 3.2
Grado di istruzione			V = .08*
Senza formazione postobbligatoria	40	150	± 7.9
Formazione professionale di base/apprendistato	34	554	± 3.9
Maturità/formazione professionale superiore	35	477	± 4.3
SUP/Università/PF/Dottorato	43	521	± 4.3
Reddito familiare			V = .17***
fino a 3.000 CHF	33	66	± 11.4
3.000-5.000 CHF	32	203	± 6.4
5.000-7.000 CHF	32	266	± 5.6
7.000-9.000 CHF	27	275	± 5.2
9.000-11.000 CHF	37	265	± 5.8
Oltre 11.000 CHF	48	416	± 4.8

6.3 I motivi

I motivi più importanti per un Sì o per un No sono stati acquisiti con una domanda aperta. I **MOTIVI PER IL SÌ** (tabella 25) possono essere suddivisi in tre macrocategorie: una Svizzera più forte come piazza economica (24% delle prime menzioni e 35% di tutte le menzioni rispettivamente), motivi fiscali (17% e 23% rispettivamente) e il fatto che le aziende in questo modo verrebbero aiutate economicamente (9% e 16% rispettivamente).

Alcuni argomenti sono stati menzionati particolarmente spesso nel caso delle prime tre categorie principali: nella categoria "**PIAZZA ECONOMICA PIÙ FORTE**" è stato menzionato che il Sì sosterebbe l'economia svizzera (9% e 12% rispettivamente), che in questo modo la Svizzera rimarrebbe competitiva a livello internazionale (6% e 10% rispettivamente) e che la crescita delle aziende non verrebbe più frenata dalla tassa di bollo (4% e 6%).

Un secondo argomento principale faceva riferimento all'aspetto delle **TASSE**: da una parte l'imposta di bollo è superata e dovrebbe dunque essere abolita (11% e 14% rispettivamente), dall'altra le persone si sono espresse contro le tasse in linea di principio (3% e 3% rispettivamente).

Infine, i votanti Sì hanno indicato come motivo del voto che le **AZIENDE BENEFICEREBBERO** dell'abolizione della tassa di bollo: da una parte, in relazione a questo aspetto è stato menzionato spesso che le PMI ne beneficerebbero maggiormente (5% e 6%), dall'altra che ne beneficerebbero le aziende giovani e a forte crescita (1% e 4% rispettivamente).

Tabella 25: Motivi per la decisione a favore (in % dei votanti Sì)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	N	in %	n
Piazza economica forte	24	115	35	173
Sostegno all'economia svizzera	9	39	12	53
Rimanere competitivi a livello internazionale	6	28	10	47
La tassa di bollo ostacola la crescita/gli affari	4	20	6	32
Tasse	17	80	23	109
La tassa di bollo è superata	11	50	14	63
Contro ogni tipo di tassa	3	9	3	10
Ne beneficiano le imprese	9	54	16	91
Le PMI ne beneficiano maggiormente	5	26	6	32
Ne beneficiano le imprese giovani e a forte crescita	1	9	4	26
In generale (p.es. buona proposta, simpatia)	2	13	5	24
Altro	1	7	2	9
Risposte palesemente errate / confusioni	2	29	3	42
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	8	35	10	47
Non sa / nessun motivo indicato	37	221	80	452

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

Tra i **MOTIVI DEL NO** erano tre gli aspetti principali (tabella 26): ne beneficerebbero le grandi aziende e non le PMI (23% di tutte le prime menzioni e 35% di tutte le menzioni), a rimetterci sarebbe la popolazione (17% e 29% rispettivamente) e i motivi del No alle tasse in linea di principio (11% e 15% rispettivamente).

Il motivo del No menzionato più spesso è che **NE BENEFICEREBBERO LE GRANDI AZIENDE E NON LE PMI**: i votanti No hanno indicato che non vogliono fare regali fiscali alle grandi aziende (12% e 17% rispettivamente), che ne beneficerebbero solo le grandi aziende, le banche e/o le compagnie assicurative (8% e 11% rispettivamente) e che l'abolizione della tassa di bollo non porta niente alle PMI (2% e 5%).

Un secondo argomento centrale era che con l'abolizione della tassa di bollo **A RIMETTERCI SAREBBE LA POPOLAZIONE**: la perdita fiscale sarebbe troppo grande (5% e 7% rispettivamente), la popolazione dovrebbe pagare la differenza (4% e 7% rispettivamente) e i servizi pubblici diminuirebbero o verrebbero a mancare (4% e 7%).

Come terza categoria principale è stato menzionato l'aspetto delle **TASSE** come motivo del No: l'abolizione della tassa di bollo sarebbe uno sgravio fiscale per i ricchi non trasparente (6% e 7% rispettivamente) e la tassa di bollo sarebbe sensata (4% e 5%).

Tabella 26: Motivi per la decisione contro (in % dei votanti No)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	n	in %	n
Ne beneficiano le grandi aziende	23	262	35	380
Niente regali fiscali alle grandi aziende	12	139	17	190
Ne beneficerebbero grandi aziende, banche e compagnie assicurative	8	86	11	127
Non porta niente alle PMI	2	25	5	43
Ci rimette la popolazione	17	192	29	315
La perdita fiscale è troppo grande	5	63	7	85
La popolazione paga la differenza	4	42	7	79
I servizi pubblici verrebbero a mancare	4	49	7	77
Tasse	11	126	15	169
Sgravio fiscale per i ricchi non trasparente	6	62	7	80
La tassa di bollo è sensata	4	46	5	58
In generale (p.es. pessima proposta, antipatia)	4	57	8	98
Altro	3	27	4	42
Risposte palesemente errate / confusioni	1	9	1	17
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	2	29	4	42
Non sa / nessun motivo indicato	39	505	78	969

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

6.4 La risonanza degli argomenti della votazione

La tabella 27 mostra il grado di consenso e di rifiuto degli intervistati rispetto agli argomenti, con una distinzione tra chi ha votato Sì e No. Tanto più grandi sono le differenze, quanto più sono state determinanti ai fini della decisione sulle tasse di bollo.

In generale, la decisione di voto è stata ampiamente motivata: sotto l'aspetto dei contenuti, il 77% dei votanti concordava con i relativi argomenti a favore o contrari e ha votato di conseguenza.

COMPLESSIVAMENTE, le argomentazioni a favore hanno convinto di meno rispetto a quelle contrarie. La maggioranza crede che la tassa di bollo colpisca soprattutto le grandi aziende che non hanno bisogno di sgravi. Inoltre, la metà dell'elettorato crede che, poiché la popolazione paga le imposte sul valore aggiunto, anche le transazioni sul capitale andrebbero tassate.

Gli **ARGOMENTI A FAVORE** sono stati complessivamente più controversi e hanno ottenuto l'approvazione solo da circa il 33% dei votanti. Tra i votanti Sì, il 77% crede che sia proprio nei periodi difficili per l'economia che le imprese devono fare ricorso a nuovo capitale, pertanto la tassa andrebbe abolita. Tuttavia, il 65% dei votanti No non è d'accordo. Un numero simile di votanti Sì (74%) crede che la tassa di bollo freni la crescita economica. Di nuovo, circa due terzi dei votanti No crede che questo non sia vero. Infine, il 69% dei votanti Sì crede che il regolamento attualmente in vigore sia iniquo perché la tassa dovrebbe essere pagata indipendente dal ritorno sull'investimento. Di nuovo, circa due terzi dei votanti No la vedono diversamente (63%).

Nel caso degli **ARGOMENTI CONTRO**, una maggioranza del 54% è d'accordo con l'affermazione che la tassa di bollo verrebbe pagata soprattutto dalle grandi aziende e società finanziarie che non hanno bisogno di sgravi. Questo argomento è stato quello che ha creato la maggiore polarizzazione. Il 76% di chi ha votato No era d'accordo, il 62% di chi ha votato Sì non lo era. Di nuovo, la metà dei votanti è d'accordo con l'affermazione che la popolazione paga le imposte sul valore aggiunto, pertanto è giusto che le transazioni sul capitale vengano tassate. Infine, l'argomento per cui a rimetterci sarebbero gli abitanti della Svizzera che dovrebbero pagare la differenza degli introiti fiscali non ottiene la maggioranza: il 63% di chi ha votato No è d'accordo con questo argomento, il 59% di chi ha votato Sì non lo è.

Tabella 27: Totale degli argomenti a favore e contro e percentuali dei votanti Sì e No (in %)

Argomenti pro		D'accordo	Non d'accordo	Non so / nessuna risposta
Proprio nei periodi difficili per l'economia le imprese devono fare ricorso al nuovo capitale. Gravarle ulteriormente con una tassa in queste situazioni le danneggia.	Totale	38	43	18
	Votanti Sì	77	12	11
	Votanti No	18	65	17
L'abolizione della tassa di bollo rafforza la crescita economica perché genera entrate, mette in sicurezza e crea posti di lavoro e investimenti.	Totale	35	45	20
	Votanti Sì	74	13	13
	Votanti No	12	68	19
Il regolamento attualmente in vigore è iniquo perché la tassa di bollo grava sulle imprese indipendentemente dal fatto che i loro investimenti risultino redditizi o no.	Totale	33	43	24
	Votanti Sì	69	14	17
	Votanti No	14	63	23
Argomenti Contro		D'accordo	Non d'accordo	Non so / nessuna risposta
La tassa di bollo viene pagata soprattutto da grandi aziende e società finanziarie. Queste in Svizzera sono comunque sottotassate e non hanno bisogno di sgravi.	Totale	54	28	18
	Votanti Sì	23	62	15
	Votanti No	76	9	15
Mentre la popolazione paga l'imposta sul valore aggiunto ad ogni acquisto, le transazioni sul capitale non verrebbero più tassate. Questo non è giusto.	Totale	50	27	22
	Votanti Sì	26	55	19
	Votanti No	68	13	20
A rimetterci sarebbero gli abitanti della Svizzera perché sarebbero loro a pagare la differenza degli introiti fiscali.	Totale	47	34	19
	Votanti Sì	27	59	14
	Votanti No	63	20	17

Risultati ponderati. Sono indicate percentuali per riga. A causa degli arrotondamenti, i totali delle righe non sono ovunque pari al 100%. Esempio di lettura per il primo argomento: il 33% di tutti i votanti (così come il 69% di tutti i votanti Sì e il 14% di tutti i votanti No) erano d'accordo con l'argomento a favore per cui in periodi difficili per l'economia le aziende devono fare ricorso al nuovo capitale e che pertanto non dovrebbero essere gravate con le tasse. Il 43% di tutti i votanti si è dimostrato in disaccordo e il 18% ha risposto con «Non sa / nessuna risposta». N per tutti gli argomenti: Totale 2.069, votanti Sì 554, votanti No 1.207.

7 Pacchetto di misure in favore dei media

7.1 Situazione di partenza, proposta e suggerimenti

Il Consiglio federale e il Parlamento vogliono rafforzare i media con la «Legge federale su un pacchetto di misure a favore dei media». Le agevolazioni sulla consegna dei giornali in abbonamento dovrebbero essere ampliate, i media online dovrebbero essere sostenuti e le radio locali e le televisioni regionali dovrebbero ricevere maggiore sostegno economico. Le misure di sostegno dovrebbero essere finanziate attraverso entrate raccolte sotto forma di canone radiotelevisivo e attraverso le finanze federali e, nel caso dei giornali e dei media online, decadrebbero dopo sette anni. Il Parlamento prevede un sostegno finanziario di 150 milioni di CHF in totale.

Il 6 ottobre 2021, il comitato civico "No ai media finanziati dallo Stato" ha presentato il referendum contro la legge sulle misure a favore dei media con 64.443 firme valide. Secondo il comitato referendario, i media non avrebbero bisogno di altre sovvenzioni statali. Il denaro delle tasse confluirebbe nelle grandi società dei mass media e distorcerebbe il mercato. I media diventerebbero dipendenti dallo Stato e verrebbe messa in pericolo la libertà di opinione.

I sostenitori della legge federale argomentano che sarebbero soprattutto i media di piccole dimensioni a beneficiare del sostegno ulteriore e che giornali, radio e televisioni locali e regionali verrebbero rafforzati. Mantenendo la copertura delle notizie regionale e sostenendo un giornalismo di buona qualità, la democrazia diretta verrebbe rafforzata e verrebbe garantita l'autonomia dei media.

Il Sì è stato votato dal PS, dai Verdi, dal PVL e dal Centro. UDC e PLR hanno votato No. Alle urne, l'elettorato svizzero ha detto No al pacchetto di misure in favore dei media con il 54,6% (6 1/2 Sì dei Cantoni e 14 5/2 No dei Cantoni).

Il pacchetto dei media è stato approvato nella Svizzera francese (57.1%) più che nella Svizzera italiana (47.4%) e nella Svizzera tedesca (42%), come pure nelle città nucleo (55.7%) rispetto al rimanente spazio urbano (43.9%), allo spazio intermedio (41.4%) e allo spazio rurale (39.4%)⁷.

⁷ [Link all'analisi di BFS in base alla regione linguistica e al tipo di insediamento](#)

7.2 La decisione di voto secondo caratteristiche politiche e sociali

COMPLESSIVAMENTE, le seguenti caratteristiche politiche hanno portato più facilmente a un Sì (tabella 28): il posizionamento a estrema sinistra o sinistra nell'autoclassificazione sinistra-destra, l'affinità di partito con i Verdi, PS, PVL e Centro. Anche coloro che hanno fiducia nella SRG SSR, nei media regionali e locali, nelle grandi società di mass media e nei giornalisti hanno votato Sì a maggioranza. Vorrebbero una Svizzera che va al passo con lo spirito dei tempi e che permette un maggiore intervento dello Stato nell'economia.

Nel **DETTAGLIO** si evidenzia che le persone di **ESTREMA SINISTRA** (80% delle approvazioni) e **SINISTRA** (60%) hanno votato Sì a maggioranza. Al centro l'opinione si è divisa: il 49% ha votato Sì. A destra e a estrema destra si è votato chiaramente No (33% e 15% di Sì rispettivamente).

Anche considerando le **PREFERENZE PARTITICHE** emerge lo stesso quadro: solo il 17% dei simpatizzanti dell'UDC hanno votato Sì, quelli dell'UDC al 32%. I simpatizzanti di tutti gli altri partiti hanno votato Sì: i simpatizzanti di Centro (55%), PVL (69%), PS (69%) e Verdi (74%) erano convinti della necessità del Sì. Le persone che simpatizzano per altri partiti (43%) o per nessun partito (36%) hanno votato No a maggioranza.

Per quanto riguarda la **FIDUCIA**, si evidenzia che chi ha più fiducia nei media regionali e locali e nelle grandi società di mass media ha detto Sì più spesso di chi ha meno fiducia nei media. Anche per quanto riguarda la fiducia nei giornalisti si evidenzia che chi ha una fiducia scarsa o media ha votato più spesso No (max. 45% di Sì), mentre chi ha fiducia ha votato più spesso Sì (min. 57% di Sì). Anche se la SRG SSR non sarebbe stata interessata dal pacchetto di misure in favore dei media, si evidenzia che l'effetto della fiducia nei media e il comportamento di voto è più forte per la SRG SSR ($V = 0.44$): chi ha almeno una fiducia elevata nella SRG SSR ha votato a maggioranza Sì (min. 50%). Chi invece non ha fiducia nella SRG SSR ha votato chiaramente No (16% di Sì). La SRG SSR, in quanto mezzo di comunicazione con la più ampia copertura in Svizzera, "un'ottima proxy per la fiducia nei media e le sovvenzioni dei media, anche se non era interessata dal pacchetto di misure.

Dal punto di vista dei **VALORI**, il pacchetto di misure è stato respinto dalla maggioranza degli ambienti più conservatori ed economicamente liberali: chi vorrebbe una Svizzera che va al passo con lo spirito dei tempi (61% di Sì) ha votato più spesso Sì di chi vorrebbe proteggere le tradizioni (23% di Sì). Inoltre, si evidenzia che chi vorrebbe più interventi dello Stato ha votato più spesso Sì (74% di Sì), mentre chi è in favore di una maggiore competizione ha votato più spesso No (29% dei Sì).

Infine, la pandemia di COVID 19 ha avuto un effetto significativo ma molto debole sulla decisione di voto: chi ha indicato che la pandemia ha avuto un influsso sulla decisione di voto ha votato prevalentemente Sì (51%).

Tabella 28: Comportamento di voto secondo caratteristiche politiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errore standard
Totale	45.4	1889	
Autoclassificazione sinistra-destra (0-10)			V = 0.4***
Estrema sinistra (0-2)	80	233	± 5.1
Sinistra (3-4)	60	392	± 4.9
Centro (5)	49	497	± 4.4
Destra (6-7)	33	387	± 4.7
Estrema destra (8-10)	15	232	± 4.6
Simpatia per il partito			V = .41***
UDC	17	273	± 4.5
PLR	32	312	± 5.2
Il Centro	55	220	± 6.6
PVL	61	149	± 7.9
PS	69	356	± 4.8
Verdi	74	145	± 7.1
Altro partito	43	88	± 10.4
Nessuna	36	169	± 7.3
Fiducia nei media regionali e locali			V = .35***
Da molto poca a poca (0-4)	13	267	± 4.1
Media (5)	31	400	± 4.6
Grande (6-7)	57	575	± 4.1
Molto grande (8-10)	60	596	± 3.9
Fiducia nelle grandi società di mass media			V = .28***
Da molto poca a poca (0-4)	30	735	± 3.3
Media (5)	51	528	± 4.3
Grande (6-7)	62	392	± 4.8
Molto grande (8-10)	67	141	± 7.8
Fiducia nei giornalisti			V = .34***
Da molto poca a poca (0-4)	21	494	± 3.6
Media (5)	45	479	± 4.5
Grande (6-7)	57	497	± 4.4
Molto grande (8-10)	66	366	± 4.9

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errore standard
Fiducia nelle radio e televisioni svizzere, SRG SSR			V =.44***
Da molto poca a poca (0-4)	16	453	± 3.4
Media (5)	36	327	± 5.2
Grande (6-7)	50	481	± 4.5
Molto grande (8-10)	73	566	± 3.7
Atteggiamento: «una Svizzera che va al passo con lo spirito dei tempi o una Svizzera che tutela le sue tradizioni»			V =.29***
Spirito dei tempi	61	636	± 3.8
Atteggiamento misto	45	717	± 3.6
Proteggere le tradizioni	23	432	± 4
Atteggiamento: «una Svizzera con più interventi statali nell'economia o una Svizzera con più competizione sul mercato»			V =.33***
Più interventi statali	74	290	± 5.1
Atteggiamento misto	53	727	± 3.6
Più competizione	29	667	± 3.4
Influenza del Coronavirus sulla decisione di voto			V =.06*
Non influenzata	44	1263	± 2.7
Influenzata	51	520	± 4.3

Le caratteristiche sociodemografiche elencate (tabella 29) mostrano che il consenso si differenzia in base a **ETÀ**, **SESSO** e **ISTRUZIONE**. Anche se gli effetti sono significativi, se valutati nella loro intensità risultano (molto) ridotti a causa del Cramér's V basso.

COMPLESSIVAMENTE, hanno votato a maggioranza Sì le persone più giovani e che hanno goduto di un'istruzione più lunga; più donne che uomini hanno detto Sì.

Nel **DETTAGLIO** si evidenzia che l'**ETÀ** e l'**ISTRUZIONE** hanno spiegato maggiormente la motivazione del voto, ma l'effetto è stato scarso ($V=0.1$): mentre le persone tra i 18 e i 29 anni hanno votato Sì al 57%, in nessun'altra categoria di età si è raggiunta la maggioranza. L'approvazione più bassa è stata tra le persone tra i 50 e i 59 anni (40% di Sì). La differenza in relazione al **SESSO** è molto bassa: le donne hanno votato Sì più spesso degli uomini (quota di Sì: 50% e 41%).

Tabella 29: Comportamento di voto secondo caratteristiche sociodemografiche (in % dei votanti materiali)

Caratteristiche	Sì (in %) (ponderato)	N	Cramér's V / Errore standard
Totale	45.4	1889	
Età			V=0.1*
18-29 anni	57	187	± 7.1
30-39 anni	48	206	± 6.8
40-49 anni	49	232	± 6.4
50-59 anni	40	396	± 4.8
60-69 anni	43	415	± 4.8
70 anni e più	43	453	± 4.6
Sesso			V =.09**
Donne	50	459	± 4.6
Uomini	41	419	± 4.7
Grado di istruzione			V=0.1**
Senza formazione postobbligatoria	48	160	± 7.8
Formazione professionale di base/apprendistato	39	598	± 3.9
Maturità/formazione professionale superiore	47	508	± 4.3
SUP/Università/PF/Dottorato	51	558	± 4.2
Reddito familiare			V=.05
fino a 3.000 CHF	42	74	± 11.3
3.000-5.000 CHF	47	217	± 6.7
5.000-7.000 CHF	49	288	± 5.8
7.000-9.000 CHF	48	294	± 5.7
9.000-11.000 CHF	48	278	± 5.9
Oltre 11.000 CHF	44	446	± 4.6

7.3 I motivi

I motivi più importanti per un Sì oppure un No sono stati acquisiti con una domanda aperta. I **MOTIVI PER IL SÌ** (tabella 30) possono essere suddivisi in tre macrocategorie: allargare la pluralità dei media (42% delle prime menzioni e 63% di tutte le menzioni), offrire (un) supporto finanziario (16% e 24% rispettivamente) e rafforzare (la) democrazia (13% e 22% rispettivamente).

Come motivo del Sì è stato menzionato più spesso che la **PLURALITÀ DEI MEDIA** dovrebbe essere mantenuta. Concretamente gli elettori hanno indicato che vogliono supportare i

media locali e regionali (21% e 29% rispettivamente), che la pluralità dei media in generale è importante (11% e 15% rispettivamente) e in questo modo si consentirebbe una copertura delle notizie neutrale e obiettiva (4% e 8% rispettivamente).

Un altro motivo importante è stato il **SUPPORTO FINANZIARIO**: i votanti Sì hanno indicato che ne beneficiano soprattutto i media di piccole dimensioni (10% e 12% rispettivamente), che il sostegno dello Stato è sensato (3% e 6% rispettivamente) e che hanno bisogno di supporto finanziario perché a causa della digitalizzazione non hanno potuto generare entrate o solo poche entrate (2% e 3% rispettivamente).

Come terzo motivo principale, i votanti Sì hanno indicato che vogliono **RAFFORZARE LA DEMOCRAZIA**: i media potrebbero restare indipendenti grazie al pacchetto di misure in favore dei media (7% e 10% rispettivamente), e si vogliono impedire o almeno diminuire i problemi provocati dai social media come le fake news, le filter bubbles o le echo chamber (2% e 4% rispettivamente).

Tabella 30: Motivi per la decisione a favore (in % dei votanti Sì)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	n	in %	n
Mantenere la pluralità dei media	42	365	63	531
Sostenere i media locali e regionali	21	193	29	252
La pluralità dei media in generale è importante	11	93	15	124
Si consente la copertura delle notizie neutrale e obiettiva	4	34	8	72
Supporto finanziario	16	131	24	193
Ne beneficiano soprattutto i media di piccole dimensioni	10	80	12	101
Il supporto dello stato è sensato	3	20	6	40
Niente entrate a causa della digitalizzazione	2	12	3	20
Rafforzare la democrazia	13	125	22	206
In questo modo i media restano indipendenti	7	57	10	82
Impedire fake news, bolle di filtraggio e echo chamber	2	19	4	39
In generale (p.es. buona proposta, simpatia)	2	19	4	36
Altro	1	3	2	12
Risposte palesemente errate / confusioni	1	2	1	2
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	3	21	4	32
Non sa / nessun motivo indicato	23	212	73	656

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

Tra i **MOTIVI DEL NO** erano tre gli aspetti principali (tabella 31): la distribuzione iniqua del denaro (24% di tutte le prime menzioni e 38% di tutte le menzioni), che la democrazia è in pericolo (15% e 23% rispettivamente) e che l'economia di mercato regola il mercato dei media (14% e 22% rispettivamente).

Il pacchetto di misure in favore dei media intendeva creare nuove sovvenzioni per i media. Tuttavia, i votanti No non erano d'accordo. Hanno risposto che credono che la **DISTRIBUZIONE DEL DENARO SIA INIQUA**. I votanti No hanno menzionato più spesso che le grandi aziende di mass media ricevono troppo (14% e 22% rispettivamente), e come seconda menzione più frequente che i soldi delle imposte non dovrebbero confluire nei media (4% e 6%).

Un altro argomento era che con l'approvazione del pacchetto di misure in favore dei media la **DEMOCRAZIA SAREBBE IN PERICOLO**: le sovvenzioni rendono i media dipendenti dallo Stato (13% e 19% rispettivamente), e pochi hanno indicato che la credibilità dei media andrebbe persa (1% e 2% rispettivamente).

Come terzo argomento menzionato più spesso è stato indicato che l'**ECONOMIA DI MERCATO REGOLA IL MERCATO DEI MEDIA**, poi che il settore dei media riceve troppe sovvenzioni (4% e 5%), e che il giornalismo di buona qualità sopravvive anche senza sovvenzioni (1% e 4%).

Tabella 31: Motivi per la decisione contro (in % dei votanti No)

Motivi	Prime menzioni		Tutte le menzioni	
	in %	N	in %	n
Distribuzione iniqua	24	229	38	345
Le grandi aziende di mass media ricevono troppo	14	146	22	207
I soldi delle imposte non dovrebbero confluire nei media	4	35	6	56
La democrazia è in pericolo	15	134	23	205
Le sovvenzioni rendono i media dipendenti dallo Stato	13	114	19	163
La credibilità dei media andrebbe persa	1	7	2	19
L'economia di mercato lo regola	14	146	22	207
Il settore dei media riceve troppe sovvenzioni	4	46	5	54
Il giornalismo di buona qualità sopravvive anche senza sovvenzioni	1	11	4	26
In generale (p.es. pessima proposta, antipatia)	8	82	16	148
Altro	3	25	5	51
Risposte palesemente errate / confusioni	0	1	0	3
Consigli (dalla politica o parentela ecc.)	1	10	1	13
Non sa / nessun motivo indicato	35	384	72	769

Risultati ponderati. A causa degli arrotondamenti il totale di tutti i motivi può essere leggermente superiore o inferiore al 100%. Gli intervistati hanno indicato talvolta più di un motivo e, indipendentemente da ciò, sono stati sempre chiesti loro anche altri motivi. Le ultime due colonne prendono in considerazione tutti i motivi indicati dagli intervistati. Il totale, pertanto, è anche superiore al 100%.

7.4 La risonanza degli argomenti della votazione

La tabella 32 mostra il grado di consenso e di rifiuto degli intervistati rispetto agli argomenti, con una distinzione tra chi ha votato Sì e No. Quanto più grandi sono le differenze, tanto più sono state determinanti per la decisione al momento della votazione sul pacchetto di misure in favore dei media.

La decisione di voto complessivamente è stata ampiamente motivata: sotto l'aspetto dei contenuti, l'83% dei votanti concordava con i rispettivi argomenti a favore o contrari e ha votato di conseguenza.

COMPLESSIVAMENTE, le argomentazioni contrarie hanno convinto di più rispetto a quelle a favore. Infatti, solo uno tra tutti gli argomenti ha ricevuto l'approvazione della maggioranza: quello per cui non sarebbe compito dello Stato proteggere singoli settori economici dai cambiamenti del mercato.

Tra gli **ARGOMENTI A FAVORE**, l'argomento per cui il pacchetto di misure rafforzerebbe la democrazia svizzera perché sostiene la copertura indipendente delle notizie ha ottenuto l'approvazione più alta (48%); tuttavia, è anche quello che ha polarizzato di più: l'83% di chi ha votato Sì è d'accordo con questo argomento, il 48% di chi ha votato No non lo è. L'argomento per cui il pacchetto di misure in favore dei media rafforzerebbe la democrazia svizzera è stato anch'esso controverso: il 78 per cento di chi ha votato Sì era d'accordo, il 73 per cento dei votanti No non lo era. Il terzo argomento per cui i media guadagnerebbero tempo per poter sopravvivere in seguito sul mercato senza sovvenzioni è stato il meno convincente (40% di tutti i votanti).

Un **ARGOMENTO CONTRARIO** ha raggiunto la maggioranza tra i votanti (53%): quello per cui non sarebbe compito dello Stato proteggere singoli settori economici dai cambiamenti del mercato. Il 73% dei votanti No era d'accordo, ma il 71% dei votanti Sì non lo era. Gli altri due argomenti invece sono stati più polarizzanti: il 74% dei votanti No era d'accordo che le persone paghino per avere un giornalismo di qualità, per cui il finanziamento statale sarebbe inutile. Il 79% dei votanti Sì la vedeva diversamente. Questo argomento è stato quello con la più forte polarizzazione. Inoltre, il 76% dei votanti Sì non era d'accordo con l'argomento per cui i media perderebbero la loro indipendenza a causa delle sovvenzioni e che la formazione delle opinioni sarebbe in pericolo. Il 73% dei votanti Sì credeva che ci fosse questo pericolo.

Tabella 32: Totale degli argomenti a favore e contro e percentuali dei votanti Sì e No (in %)

Argomenti pro		D'accordo	Non d'accordo	Non so / nessuna risposta
Il pacchetto di misure in favore dei media rafforza l'indipendenza dei media svizzeri.	Totale	42	43	15
	Votanti Sì	78	10	12
	Votanti No	13	73	13
Con questa legge i media svizzeri hanno sette anni di tempo per essere in grado di sopravvivere di nuovo senza aiuto in un mercato molto cambiato.	Totale	40	36	25
	Votanti Sì	70	8	21
	Votanti No	16	61	23
Il nuovo pacchetto di misure in favore dei media rafforza la democrazia svizzera perché sostiene la copertura indipendente delle notizie anche nelle regioni.	Totale	48	38	13
	Votanti Sì	87	5	8
	Votanti No	18	69	13
Argomenti Contro				
Non è compito dello Stato proteggere singoli settori economici dai cambiamenti del mercato.	Totale	53	35	12
	Votanti Sì	26	65	9
	Votanti No	78	12	9
Le persone sono disposte a pagare per un giornalismo di qualità. Pertanto, il finanziamento statale non è necessario.	Totale	46	43	11
	Votanti Sì	13	79	8
	Votanti No	75	16	10
Se i media ricevono soldi dallo Stato, la copertura indipendente delle notizie e la formazione delle opinioni sono in pericolo.	Totale	45	44	11
	Votanti Sì	15	76	9
	Votanti No	73	19	8

Risultati ponderati. Sono indicate percentuali per riga. A causa degli arrotondamenti, i totali delle righe non sono ovunque pari al 100%. Esempio di lettura per il primo argomento: il 66% di tutti i votanti (e l'87% di tutti i votanti Sì e il 18% di tutti i votanti No) concordano con l'argomento a favore secondo cui il pacchetto di misure rafforza la democrazia svizzera perché sostiene la copertura indipendente delle notizie anche nelle regioni. Il 18% di tutti i votanti si è dimostrato in disaccordo e il 13% ha risposto con «Non sa / nessuna risposta». N per tutti gli argomenti: Totale 2.069, votanti Sì 878, votanti No 1.011.

8 Appendice Relazione tecnica

La presente relazione VOX si basa su un sondaggio supplementare sulla votazione federale del 28 novembre 2021, realizzato dall'Istituto gfs.bern su incarico della Cancelleria federale svizzera. Il sondaggio è stato effettuato tra il 14 febbraio e il 4 marzo 2022. La tabella seguente fornisce una panoramica dei valori di riferimento tecnici dello studio:

Tabella 33: Breve relazione tecnica

Caratteristica	Peculiarità
Committente	Cancelleria federale svizzera
Popolazione	Aventi diritto di voto con residenza in Svizzera
Origine degli indirizzi	Piano di campionamento per la rilevazione di persone ed economie domestiche PCRPED Ufficio federale di statistica UFS
Rilevamento dei dati	Questionario cartaceo online
Tipo di campionamento Stratificato secondo	at random Regioni linguistiche, età, sesso
Periodo dell'intervista	dal 14 febbraio al 4 marzo 2022
Entità del campionamento	minimo 3.000, effettivo 3.168 (carta: 1.356, online: 1.812) n CHT: 1.875, n CHF: 914, n CHI: 379 (carta: n CHT: 432, n CHF: 742, n CHI: 182) (online: n CHT: 482, n CHF: 1.133, n CHI: 197)
Errori di campionamento	± 1.8 punti percentuali per un valore del 50% (e una probabilità del 95%) e una stima a livello della Svizzera

8.1.1 Rilevamento dei dati

Il rilevamento dei dati è avvenuto con un Mixed-Mode-Setting (questionario online o cartaceo). Il giorno dopo la votazione, le persone scelte dal campionamento lordo ricevono per posta una lettera che le invita a partecipare al sondaggio. Alla lettera d'invito viene allegato un questionario cartaceo, per consentire così alle persone scelte una partecipazione facoltativa con questa modalità.

Circa una settimana dopo il recapito della lettera d'invito, a tutte le persone scelte che fino a quel momento non hanno ancora compilato il questionario né online né per iscritto viene inviato un promemoria.

8.1.2 Campionamento lordo

La base del rilevamento è costituita da un campionamento dal relativo piano per la rilevazione di persone ed economie domestiche PCRPED dell'Ufficio generale di statistica (UFS). Il piano di campionamento utilizza dati prelevati dall'anagrafe della popolazione residente dei Comuni e dei Cantoni, che vengono aggiornati trimestralmente. In questo

modo si garantisce un'ampia copertura della popolazione target (aventi diritto di voto svizzeri).

Il campionamento lordo viene stratificato secondo regioni linguistiche, età e sesso. La popolazione qui viene suddivisa in tre strati per regione linguistica (T/F/I), dai quali vengono estratti ogni volta campioni a sorte. Il campione totale da ciò risultante è stratificato in modo non proporzionale: i partecipanti e le partecipanti della Svizzera francese e italiana nel campione sono rappresentati in modo sovraproporzionale, per rilevare per il sondaggio sufficienti casi da queste regioni linguistiche. Le dichiarazioni sono così statisticamente affidabili anche per le regioni linguistiche più piccole. Una procedura di ponderazione basata su un disegno corregge questa preponderanza nell'analisi successiva dei dati per le dichiarazioni nazionali (vedi 6.1.4 Ponderazione)

Dei 7.500 indirizzi richiesti all'UFS, ne abbiamo ricevuti 7.373 e una riserva inutilizzata di 1.479 indirizzi. Questi indirizzi formano la base per il sondaggio.

8.1.3 Campionamento netto

Il campionamento netto dell'analisi VOX sulla votazione del 13 febbraio comprende complessivamente 3.168 intervistati, di cui il 59% proveniente dalla Svizzera tedesca (n=1.875), il 29% dalla Svizzera di lingua francese (n=914) e il 12% dalla Svizzera italiana (n=379).

Tabella 34: Utilizzo degli indirizzi

Caratteristica	N
Campionamento lordo PCRPEd	7.373
Posta respinta/persone scelte decedute	67
Totale indirizzi validi	7.306
Rifiuto/disdette	66
Totale interviste realizzate	3.299
Nessuna risposta nonostante la lettera di promemoria	3.941
Cancellazioni per motivi qualitativi	131
Interviste utilizzate alla fine	3.168

Coloro che hanno partecipato alla votazione, nel campionamento sono notevolmente sovrarappresentati, la differenza (+22.1 punti percentuali) si mantiene tuttavia nei limiti conosciuti (consultare altre analisi VOX). La differenza tra campionatura non ponderata e risultato effettivo è di +3.4 punti percentuali per il divieto degli esperimenti sugli animali, +8.5 punti percentuali per il divieto di pubblicità per il tabacco, -5.9 punti percentuali per le tasse di bollo e +1.1 punti percentuali per il pacchetto di misure in favore dei media.

I dati acquisiti sono stati convalidati e plausibilizzati dal gfs.bern. 131 interviste non hanno soddisfatto i requisiti di qualità e sono state rimosse dal record dati finale.

Le domande aperte sono state codificate con un supporto automatico sulla base di un libro dei codici creato per assicurare la qualità. Nel record dati finale sono contenute le risposte codificate come anche le indicazioni originali degli intervistati.

I dati sono stati anonimizzati prima dell'analisi. Tutte le indicazioni sulla persona concreta e sulla residenza sono state distrutte per la protezione dei dati.

Il record dati anonimizzato relativo alla presente analisi VOX e il rispettivo schema del codice sono liberamente accessibili presso Swissvotes ([Swissvotes.ch](https://www.swissvotes.ch)).

8.1.4 Ponderazione

In una prima fase, il campionamento netto viene ponderato come Unità in una relativa procedura basata su disegno. Al centro di questa ponderazione basata su disegno c'è la correzione dell'Oversampling nella Svizzera di lingua francese e italiana.

In una seconda fase viene indirizzata la «Unit Non Response» (ossia i casi mancanti). A tal fine, la ponderazione viene calibrata in base a caratteristiche sociodemografiche, geografiche e politiche (in particolare età, sesso, lingua, Cantone, preferenza per il partito, partecipazione e comportamento di voto), in modo che il campionamento netto corrisponda alla popolazione svizzera. Per questo viene scelto uno schema di ponderazione automatizzato, nel quale la ponderazione viene elaborata meccanicamente secondo criteri predefiniti per quanto riguarda la differenza massima. La frequenza e la sequenza delle diverse fasi di ponderazione si basano su parametri puramente quantitativi, cioè delle differenze massime.

Una particolare importanza viene data alla ponderazione della partecipazione alla votazione. Per una modellatura la più ottimale possibile della partecipazione non si ricorre solo ai dati reali della votazione ma anche ai dati di partecipazione storici secondo età, sesso e regione linguistica.

Mediante un apprendimento meccanico, in una terza fase vengono identificate le connessioni tra partecipazione e comportamento alla votazione e le caratteristiche demografiche. La stima dei nessi consente una proiezione delle conoscenze sui dati della rilevazione strutturale svizzera. All'interno di questi dati sono possibili analisi nell'unità geografica più piccola (livello comunale). Successivamente, mediante la «Hot-One-Encoding», in base a stime relative alla partecipazione e al comportamento alla votazione nonché a dati comunali reali, viene definita la distribuzione più probabile della partecipazione individuale alla votazione e il relativo comportamento.

La ponderazione dei parametri demografici e politici scelti nei dati raccolti, viene infine eseguita in una quarta fase in base a questi dati strutturali. La composizione dei dati strutturali consente di effettuare la ponderazione politica non puramente sulla base di caratteristiche geografiche. Attraverso le caratteristiche esistenti, si possono invece ponderare gruppi di persone definiti secondo i loro valori modellati.

La ponderazione della proposta uno serve come ponderazione per l'analisi sull'intero record dati. Per le analisi specifiche delle proposte si usano le rispettive ponderazioni.

8.1.5 Analisi ed errori di campionamento

I valori del sondaggio sono sempre soggetti a errori casuali. Nell'analisi VOX, per ogni valore rilevato viene indicato un intervallo di confidenza del 95%. Questo indica un margine di fluttuazione, nel quale viene a trovarsi il vero valore nella popolazione con una probabilità del 95%.

L'intervallo di confidenza dipende dall'entità del campionamento come anche dalla distribuzione dei valori delle variabili. In caso di un rapporto equilibrato tra percentuali di voti Sì e No (cioè di una percentuale del 50% di voti Sì e del 50% di voti No) e un'entità di campionamento di circa 1.000 intervistati, l'errore di campionamento è di +/-3.2 punti percentuali. In altre parole, la percentuale di voti effettiva, in questo esempio con una probabilità del 95% si attesterebbe tra il 46.8 e il 53.2% (intervallo di confidenza).

L'errore casuale aumenta con la diminuzione del numero degli intervistati. Soprattutto nei piccoli sottogruppi, l'errore di campionamento aumenta in misura da pregiudicare notevolmente la significatività statistica dei valori dei campioni.

Tabella 27: Errori di campionamento

Errori di campionamento statistici selezionati secondo entità del campionamento e suddivisione di base		
Dimensioni del campionamento	Tasso di errore suddivisione di base	
	50% a 50%	20% a 80%
N = 3.000	±1.8 Punti percentuali	±1.4 Punti percentuali
N = 2.200	±2.1 Punti percentuali	±1.7 Punti percentuali
N = 1.000	±3.2 Punti percentuali	±2.5 Punti percentuali
N = 600	±4.1 Punti percentuali	±3.3 Punti percentuali
N = 100	±10.0 Punti percentuali	±8.1 Punti percentuali
N = 50	±14.0 Punti percentuali	±11.5 Punti percentuali

Esempio di lettura: Per circa 1.000 intervistati è un valore comprovato del 50%, il valore effettivo è tra il 50% ±3.2 punti percentuali, in caso di un valore di base del 20%, tra il 20% ±2.5 punti percentuali. Nella ricerca del sondaggio si fissa perlopiù un parametro di sicurezza del 95%, ciò significa che si accetta una probabilità di errore del 5% che il nesso statistico comprovato non esiste in tale misura nella popolazione. I valori numerici si basano sulla formula della varianza per campioni casuali semplici.

Nell'analisi della decisione di voto sono sempre state cercate solo le differenze nella decisione materiale, cioè tra i votanti Sì e No. Coloro che hanno depresso nell'urna una scheda bianca o che non erano in grado di ricordarsi, non sono stati presi in considerazione.

Come misura di riferimento per i rapporti bivariati è stato utilizzato il coefficiente Cramer's V. Per questo coefficiente, in caso di un valore zero non si possono presumere correlazioni e in caso di un valore uno si può presupporre una correlazione totale (dimensione dell'effetto grande da $V = 0.5$, dimensione dell'effetto medio da $V = 0.3$ e dimensione dell'effetto piccolo fino a $V = 0.1$). I valori per diversi rapporti bivariati non si possono tuttavia confrontare direttamente, perché per il loro calcolo si deve ricorrere anche alle categorie delle caratteristiche di entrambe le variabili e includere anche il numero di casi.

8.2 Sullo studio

8.2.1 Il progetto VOX oggi

Dopo ogni votazione gfs.bern svolge per conto della Cancelleria federale un sondaggio rappresentativo e intervista un campione di circa 3.000 aventi diritto di voto selezionati a caso. Oggetto dello studio sono le motivazioni a favore o contro la partecipazione e le motivazioni che hanno spinto gli aventi diritto a prendere la loro decisione di voto. Prima della votazione gfs.bern prepara il questionario per il sondaggio VOX in collaborazione con Sébastien Salerno. L'ossatura del questionario è costituita dai questionari dei precedenti sondaggi VOX/VOTO. Per preservare il valore delle serie di dati, ad ogni nuovo sondaggio vengono riformulate solo le domande che si riferiscono al progetto (ad es. gli argomenti in favore o contro il progetto). L'elaborazione del questionario è competenza esclusiva di gfs.bern.

Da novembre 2020 il sondaggio viene svolto online e in forma cartacea. In precedenza, i dati venivano raccolti effettuando interviste telefoniche con 1.500 aventi diritto di voto. Dal punto di vista del contenuto, le domande centrali sul sondaggio sono sulla partecipazione al voto, sulla decisione di voto e sugli argomenti. Inoltre, vengono poste domande sui valori e vengono richieste informazioni sull'utilizzo dei media durante le votazioni. Il questionario si conclude sempre con delle domande statistiche (ad es. livello di studi, stato civile, provenienza, condizioni abitative etc.), essendo nota l'importanza di queste variabili per il comportamento decisionale in materia politica.

Al termine del sondaggio tutti i dati vengono anonimizzati. Nel dataset utilizzato per l'analisi non sono disponibili nomi, indirizzi o date di nascita. I dati di contatto dei partecipanti allo studio vengono cancellati dopo la conclusione del sondaggio. Pertanto, non è possibile risalire a singole persone. I dati vengono pubblicati in forma anonimizzata e possono essere scaricati liberamente su Swissvotes. Anche i vecchi record di dati VOX saranno presto disponibili su Swissvotes, i vecchi rapporti VOX lo sono già.

8.2.2 Chi finanzia gli studi VOX

La Cancelleria federale svizzera finanzia gli studi VOX. Per conto del Consiglio federale ha indetto un concorso per lo svolgimento di questi studi e ha in seguito incaricato l'istituto di ricerca gfs.bern di svolgere le interviste per la legislatura in corso.

Tutte le informazioni sullo studio VOX su vox.gfsbern.ch

8.3 gfs.bern-Team

LUKAS GOLDER

Co-direttore e Presidente del consiglio d'amministrazione gfs.bern, politologo e massmediologo, MAS FH in Communication Management, docente presso la ZHAW

✉ lukas.golder@gfsbern.ch



Orientamenti principali:
analisi della comunicazione e delle campagne integrate, analisi dell'immagine e della reputazione, analisi dei media/analisi dell'effetto dei media, ricerca sui giovani e trasformazione sociale, votazioni, elezioni, modernizzazione dello Stato, riforme politico-sanitarie

Pubblicazioni in raccolte, riviste specializzate, nella stampa quotidiana e in Internet

MARTINA MOUSSON

Responsabile del progetto, politologa

✉ martina.mousson@gfsbern.ch



Orientamenti principali:
analisi di temi e issues politici, votazioni ed elezioni nazionali (tendenza SSR, analisi VOX, barometro delle elezioni), analisi dell'immagine e della reputazione, analisi della comunicazione integrata, analisi dei contenuti mediatici, metodi qualitativi, temi sociali (ricerca sui giovani, razzismo, famiglie, ceto medio)

TOBIAS KELLER

Responsabile del progetto, dottore in scienze della comunicazione

✉ tobias.keller@gfsbern.ch



Orientamenti principali:
comunicazione politica, elezioni, votazioni, campagne (digitali), issue monitoring, analisi dell'immagine e della reputazione, analisi mediatiche, digitalizzazione, Social Media, metodi computerizzati, analisi quantitative

Pubblicazioni in riviste specializzate internazionali e nazionali, nella stampa quotidiana e in Internet



AARON VENETZ

Responsabile del progetto data projects/programmatore

✉ aaron.venetz@gfsbern.ch

Orientamenti principali:
modellazione dei dati, metodi qualitativi, ricerche, analisi dei dati,
programmazioni, analisi mediatiche, visualizzazioni



OLGA JENZER

Collaboratrice scientifica Data Science

✉ olga.jenzer@gfsbern.ch

Orientamenti principali:
analisi dei dati, metodi quantitativi e qualitativi, visualizzazioni,
ricerca



MARGRET TSCHANZ

Collaboratrice del progetto / amministrazione

✉ margret.tschanz@gfsbern.ch

Orientamenti principali:
ricerche, dottorati, visualizzazioni, amministrazione del progetto



ROLAND REY

Collaboratore dell'amministrazione

✉ roland.rey@gfsbern.ch

Orientamenti principali:
desktop publishing, visualizzazioni, amministrazione dei progetti,
amministrazione delle presentazioni

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

L'istituto di ricerca gfs.bern è membro dell'Associazione svizzera per le ricerche di mercato e sociali e garantisce che nessuna intervista sia condotta con intenzioni palesi o nascoste di pubblicità, vendita o ordinazione.

Maggiori informazioni su www.schweizermarktforschung.ch

 **SWISS INSIGHTS**
Institute Member

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