

Communiqué de presse

Seulement 58 % des électeurs des Verts de 2019 ont à nouveau voté pour leur parti

Le sondage électoral de 20 Minuten et Tamedia sur les élections fédérales du 22 octobre 2023 montre que seulement 58 % des électeurs-ices ayant voté pour les Verts en 2019 sont resté-e-s fidèles à leur parti. 50 % des personnes interrogées approuvent un second siège au Conseil fédéral pour le Centre.

Zurich, le 23 octobre 2023 – En collaboration avec LeeWas, 20 Minuten et Tamedia ont réalisé sur leurs portails d'information le sondage électoral relatif aux élections fédérales du 22 octobre 2023. Les 20 et 21 octobre 2023, 30 688 personnes de toute la Suisse ont pris part à ce sondage en ligne dont la marge d'erreur se situe à 1,0 point de pourcentage.

L'UDC, en tête dans toutes les tranches d'âge

L'analyse du scrutin de 2023 montre que l'UDC a obtenu le maximum de voix en pourcentage dans toutes les tranches d'âge. L'Union démocratique du centre engrange son pourcentage de voix le plus élevé auprès des 18-34 ans avec 30 %. Une part qui passe à 25 % chez les plus de 65 ans. En revanche, le pourcentage de voix du PS, du Centre et du PLR est le plus élevé chez les plus de 65 ans.

Au niveau de la mixité entre les femmes et les hommes, on observe de nettes différences. L'UDC bénéficie d'un soutien clairement plus marqué chez les hommes (31 %) que chez les femmes (26 %). La situation est inversée au PS (hommes: 14 %, femmes: 21 %) et chez les Verts (hommes: 9 %, femmes: 11 %). La mixité est plus équilibrée au PLR, au Centre et chez les Verts libéraux.

Forte défection de l'électorat des Verts

Les Verts n'ont recueilli que 58 % des voix qu'ils avaient obtenues en 2019 tandis que 21 % sont allés au PS. Sur les personnes qui ne s'étaient pas déplacées pour voter en 2019, 29 % ont voté pour l'UDC. De surcroît, l'UDC a nettement progressé auprès de l'ancien électorat du PLR: 15 % des électeurs-ices du PLR de 2019 ont voté pour l'UDC. Le Centre a notamment séduit

l'ancienne base électorale des Vert'libéraux: 16 % de l'électorat des Vert'libéraux de 2019 a désormais opté pour le Centre.

Positionnement gauche/droite: les différences entre les sexes s'atténuent avec l'âge

La répartition du positionnement gauche/droite par tranche d'âge et sexe montre que la différence entre les sexes se manifeste plus clairement notamment chez les jeunes électeurs-rices et qu'elle diminue avec l'âge. Chez les 18-34 ans, les femmes se positionnent plus nettement à gauche, tandis que les hommes se situent plutôt à droite. Avec l'âge, les deux sexes se rapprochent du centre, les hommes se positionnant plutôt à droite du centre que les femmes.

8 % des voix vont à l'UDC par frustration ou protestation

Chez les sympathisant-e-s de tous les parties, la raison principale du vote pour un parti s'appuie sur l'argument «Le programme du parti coïncide majoritairement avec ma conception du monde». Elle est la plus marquée chez les électeurs-rices du PS et du PLR, dont 65 % la citent comme argument principal. En revanche, seulement 48 % l'électorat de l'UDC considèrent cet argument comme principal. Par contre, 37 % de l'électorat de l'UDC opine que le parti a des «solutions à des problèmes urgents». Chez les sympathisant-e-s des Verts, 28 % indiquent cet argument comme principal.

La part de personnes ayant voté par «frustration/protestation» se situe dans des pourcentages à un chiffre pour tous les partis. L'électorat de l'UDC est le plus nombreux à avancer cette raison avec 8 %, contre 5 % chez les Verts.

L'équilibre entre les sexes au Parlement, important pour un-e électeur-ric(e) sur deux

À la question de savoir si la mixité au Parlement doit être équilibrée, 50 % ont répondu (plutôt) oui et 46 % (plutôt) non. De nettes différences s'observent par sexe (58 % des femmes ont répondu (plutôt) oui, contre 41 % chez les hommes) et par parti (PS: 81 % (plutôt) oui, UDC: 25 % (plutôt) oui). En revanche, il n'y a guère de différences sur cette question entre les tranches d'âge.

50 % approuvent (plutôt) un second siège au Conseil fédéral pour le Centre

Avec les bons résultats obtenus par le Centre, la question d'un second siège au Conseil fédéral devient de plus en plus pertinente. Dans ce domaine, 50 % des personnes interrogées approuvent (plutôt) un second siège pour le Centre, contre 40 % qui le désapprouvent. Des réponses qui relèvent fortement de l'identité de chaque parti — adhésion profonde au PLR et à l'UDC, forte approbation dans les autres partis.

Médias participants

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

Contact

Philip Kuhn, Directeur de la communication Tamedia
+41 76 2249 709, philip.kuhn@tamedia.ch

A propos de 20 minutes

Lancé fin 1999, initialement pour un groupe cible jeune et urbain, le journal pendulaire 20 minutes s'étend par la suite en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin. Il devient le titre média suisse bénéficiant du plus fort taux de pénétration. Dans huit éditions locales, imprimées cinq fois par semaine et disponibles 24h/24 en format numérique, 20 minutes informe et distrait en trois langues par des contenus ayant trait à la politique, à l'économie, au sport et au divertissement. Sur les canaux numériques, 20 minutes propose également des vidéos, des formats audio et des technologies d'avenir. 20 minutes fait partie de TX Group et rassemble 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti, 20 Minuten Radio, lematin.ch, Encore et les participations à l'étranger (L'Essentiel au Luxembourg et Heute en Autriche). www.20minutes.ch

À propos de Tamedia

Tamedia est active dans le monde des médias depuis 1893. Entreprise de presse d'envergure nationale, Tamedia emploie 1400 personnes en Suisse alémanique et en Suisse romande et comprend un réseau rédactionnel de première importance. Les quotidiens et hebdomadaires, revues et plateformes d'information de Tamedia sont solidement ancrés sur le plan local tout en travaillant en réseau sur le plan international. Ils assurent la diffusion de l'information et offrent des repères ainsi que du divertissement. Tamedia compte parmi ses marques des médias réputés comme par exemple 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève et les journaux régionaux zurichois (ZRZ). Son portefeuille comprend également les trois plus grands centres d'impression de journaux de Suisse. Tamedia est une entreprise de TX Group.
www.tamedia.ch