



Tamedia SA  
Communication d'entreprise

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

Communiqué

## Sondage post-électoral de Tamedia: un électeur sur cinq du PS de 2015 a rejoint le camp des Verts

**Selon le sondage électoral de Tamedia, les Verts ont conquis un nombre de femmes et de jeunes votants supérieur à la moyenne. Un cinquième de l'électorat du PS d'il y a quatre ans, par exemple, a mis principalement des représentants des Verts sur la liste. Les Verts ont également réussi à mobiliser de nombreux électeurs qui n'avaient pas participé aux élections fédérales en 2015.**

Zurich, le 22 octobre 2019 – Le groupe de médias Tamedia a mené un sondage post-électoral relatif aux élections fédérales du 20 octobre 2019. 33 474 personnes de toute la Suisse ont participé en ligne au sondage du 17 au 20 octobre. Le taux d'erreur est de +/- 1%.

### **Les Verts coupent l'herbe sous le pied du PS**

Les Verts sont les grands vainqueurs des élections du Conseil national. Ils ont augmenté la force de leur parti de 6,1% et dépassé le PDC de 13,2%. Les Vert'libéraux ont également pris 3,2% pour atteindre les 7,8%. Le sondage post-électoral de Tamedia montre que les Verts ont réussi à remporter plus de nouveaux sièges que tout autre parti depuis l'introduction du système de scrutin proportionnel il y a cent ans.

Les Verts ont réussi à mobiliser un grand nombre de nouveaux électeurs. Parmi les 19% qui n'avaient pas participé aux élections de 2015, une majorité a choisi de donner sa voix aux Verts. Ces derniers ont également gagné aux dépens du PS: un électeur sur cinq du PS de 2015 a cette fois-ci choisi les Verts. Cela représente la plus grande migration d'électeur entre les partis. Inversement, seulement 7% des électeurs Verts d'il y a quatre ans sont passés au PS.

### **Très forte mobilisation au sein de l'électorat de l'UDC**

Si les Vert'libéraux ont surtout perdu des électeurs au profit des Verts, ils ont toutefois réussi à marquer des points auprès de nouveaux électeurs. En outre, ils ont gagné des électeurs du PBD, mais aussi du PLR, du PS et des Verts.

Dans le camp bourgeois, les changements entre les partis sont relativement faibles. Les pertes dans les rangs de l'UDC sont dues à une mobilisation relativement plus faible de sa propre base. En outre, ceux qui ont participé aux élections, contrairement à 2015, ont moins soutenu l'UDC. 9%

des électeurs du PLR de 2015 ont migré vers l'UDC, 4% des votants de l'UDC sont partis du côté des radicaux. Les profits nets et les pertes nettes s'équilibrent à peu près.

Le sondage montre en outre que les Verts sont très populaires auprès des femmes et des universitaires: 16% des femmes et 18% des universitaires ou des diplômées des hautes écoles spécialisées ont majoritairement donné leur voix aux Verts. Par contre, chez les hommes et les personnes titulaires d'un certificat fédéral de capacité, il n'était respectivement que de dix pour cent. Qui plus est, les Verts ont un électorat très jeune: 17% des 18-34 ans se sont prononcés en faveur de leur parti. Leur part d'électeurs diminue avec l'âge. À l'inverse, le PLR et l'UDC se situaient en dessous de la moyenne chez les jeunes électeurs.

### **Le climat, préoccupation majeure des électeurs des Verts**

45% ont voté pour les Verts principalement car ils considéraient que le parti disposait de solutions à des problèmes urgents. C'est la valeur la plus élevée de tous les partis. Au sein des Verts et des Vert'libéraux, les préoccupations climatiques donnent lieu à des débats virulents: 94% et 89%, respectivement, considèrent les changements climatiques et la destruction de l'environnement comme un problème urgent. Pour ce groupe, c'est de loin le problème le plus important. Pour l'ensemble de la population, les coûts relatifs à la santé restent la principale inquiétude, juste avant les pensions de retraite.

Peu après l'élection, la discussion autour de la représentation des Verts au sein du Conseil fédéral a été lancée. Cependant, actuellement, cette proposition ne fait pas l'unanimité au sein de la population. 40% disent que le temps du changement est arrivé, 51% sont de l'avis contraire. 9% n'ont pas souhaité exprimer leur opinion.

### **Sondages en ligne pondérés**

Le sondage Tamedia en vue des votations est réalisé par Lucas Leemann et Fabio Wasserfallen, spécialistes en sciences politiques, en collaboration avec LeeWas GmbH. Ses auteurs pondèrent les données recueillies en fonction de variables démographiques, géographiques et politiques. Sept sondages au total ont été réalisés en prévision des votations fédérales du 20 octobre 2019. De plus amples informations ainsi que l'intégralité des rapports issus des sondages sont consultables sous [tamedia.ch/sondages](https://tamedia.ch/sondages).

### **Médias Tamedia concernés**

Suisse romande: 20 minutes, 24 heures, Tribune de Genève et Le Matin/Le Matin Dimanche;  
Tessin: 20 minuti

Suisse alémanique: 20 Minuten, Basler Zeitung, BZ Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger, SonntagsZeitung et ZRZ Zürcher Regionalzeitungen

### **Contact**

Simon Koch, Responsable de la Communication de Tamedia pour la Suisse romande  
+41 21 349 49 40, [simon.koch@tamedia.ch](mailto:simon.koch@tamedia.ch)

### **A propos de Tamedia**

Tamedia est le plus grand groupe de médias privé de Suisse. Les plateformes digitales, les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines de Tamedia offrent une vue d'ensemble structurée et hiérarchisée de l'actualité. Fondée en 1893, l'entreprise emploie environ 3'700

collaboratrices et collaborateurs en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Danemark, en France, en Israël, au Luxembourg et en Serbie. Tamedia est cotée à la Bourse suisse depuis 2000.

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

[www.tamedia.ch/fr/groupe/newsroom](http://www.tamedia.ch/fr/groupe/newsroom)

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

[www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)