

Communiqué de presse du 19.07.2023

## 20 Minuten et Tamedia publient le quatrième sondage sur les élections fédérales 2023

**Environ trois mois avant les élections fédérales en octobre 2023, le sondage donne les résultats suivants: par rapport à 2019, l'UDC gagne 2,3 points de pourcentage, tandis que les Verts en perdent 2,5. Le problème le plus urgent pour la population demeure les dépenses de santé, suivi des sujets «prévoyance vieillesse et rentes» et «migration et immigration».**

Zurich, 19 juillet 2023 – 20 Minuten et Tamedia viennent de réaliser sur leurs portails d'actualités, en collaboration avec LeeWas, le quatrième sondage sur un total de cinq, tous titres confondus, en prélude aux élections fédérales du 22 octobre 2023. Les 10 et 11 juillet 2023, 25'688 personnes de toute la Suisse ont participé à ce sondage en ligne. La marge d'erreur se situe à 1,1 point de pourcentage.

### **L'UDC progresse nettement, les Verts perdent**

Comme lors de la dernière vague de sondages de février 2023, il apparaît que l'UDC progresse par rapport au résultat de 2019. Selon le tout dernier sondage, l'Union démocratique gagne 2,3 points de pourcentage, alors qu'en février, on en était encore à 1,9 point. Les Verts perdent en revanche 2,5 points de pourcentage, en février, on était encore à 2,1 points. Les changements pour les autres partis se situent dans la marge d'erreur statistique et ne sont donc pas significatifs.

### **Les dépenses de santé demeurent clairement le problème le plus urgent**

Du point de vue de la population résidente, les dépenses de santé restent le problème le plus urgent. 70% des personnes interrogées classent les dépenses de santé parmi les problèmes les plus urgents. Ce constat confirme les résultats de la dernière consultation électorale, la valeur ayant encore augmenté de 3 points de pourcentage par rapport à février 2023. À la deuxième place des problèmes prioritaires, on trouve la prévoyance retraite et les rentes avec 53% et en troisième place, la migration et l'immigration avec 48%. Ensuite, aux places 4 et 5, on trouve l'approvisionnement énergétique (43%) et le changement climatique (42%). Les dépenses de

santé et la prévoyance vieillesse occupent les premières places, car ces sujets sont mentionnés dans tous les partis comme des problèmes prioritaires, alors que ce n'est pas le cas pour la migration et le changement climatique.

### **Dépenses de santé dans le top 3 pour tous les partis**

Pour l'électorat du PLR, du Centre et du PS, les dépenses de santé constituent le thème principal. De même, le thème de la santé fait partie du top 3 pour les Vert'libéraux, les Verts et l'UDC. Pour les sympathisantes et sympathisants de tous les grands partis, à l'exception du PLR et de l'UDC, le changement climatique est également l'un des sujets essentiels, tandis que pour les Verts et les Vert'libéraux, le changement climatique est le problème le plus urgent. La migration est la préoccupation principale de l'électorat UDC et dans les autres partis, le sujet n'atteint le top 5 qu'au PLR. Nouveauté, le sujet «Loyers et prix de l'immobilier» fait son apparition chez les Verts et au PS.

### **Médias participants**

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

### **Contact**

Florian Näf, Communications and Public Affairs Manager, TX Group  
+41 76 211 95 02, [florian.naef@tx.group](mailto:florian.naef@tx.group)

### **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](http://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 zurichoïses (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](http://www.tamedia.ch)