

Septembre 2024

IPSOS UPDATE

Une sélection des
dernières études et
réflexions publiées par
les équipes d'Ipsos à
travers le monde

Ipsos Update Septembre 2024

Notre bilan des études et réflexions des équipes Ipsos dans le monde

L'élection américaine est devenue une véritable course. Kamala Harris ravive les espoirs démocrates et devance même légèrement son adversaire dans certains États clés selon les sondages Ipsos pour le Washington Post et ABC. Nous attendons de voir l'impact du débat en direct Trump/Harris, et si Trump peut maintenir son avance actuelle de neuf points sur l'économie.

Pendant ce temps, alors que les taux d'intérêt commencent à baisser, nous ne constatons pas de facteur de satisfaction au niveau mondial. Les sondages mensuels d'Ipsos montrent que le coût de la vie est LA principale préoccupation mondiale pour le 29e mois consécutif. Il faut noter que les États-Unis sont l'un des pays particulièrement inquiets des prix, même si la Fed envisage de réduire les taux d'intérêt.

Septembre est un mois de rentrée scolaire dans de nombreuses régions du monde et notre nouveau Global Education Monitor nous indique ce que les gens pensent vraiment du système éducatif de leur pays. C'est un autre domaine où l'on constate un écart entre les perceptions (comme les notes des parents sur le système scolaire) et la réalité (mesurée par les scores PISA). Notre recherche révèle que les parents jugent les écoles sur bien plus que les performances aux examens, la discipline et le bien-être général étant souvent considérés comme tout aussi importants, voire plus.

Il ressort clairement de notre enquête sur l'éducation qu'il existe un soutien mondial à l'interdiction pour les enfants des réseaux sociaux : 65% des gens sont favorables à l'interdiction pour les moins de 14 ans d'utiliser les réseaux sociaux à l'intérieur et à

l'extérieur de l'école !

Ailleurs, nous détaillons le programme de recherche d'Ipsos sur l'IA et la transformation des entreprises, notamment en examinant son rôle pour aider les curateurs humains et les spécialistes des insights d'entreprise à mieux aider les organisations à "savoir ce qu'elles savent".

Nous présentons également notre nouveau rapport "État de la Nation" sur le Maroc, qui revient sur une année de chocs et de succès nationaux.

Enfin, septembre marque la sortie du dixième anniversaire de notre rapport Ipsos Global Trends, l'un des plus importants à ce jour, couvrant 50 pays et 5 millions de points de données, condensés en 23 valeurs humaines clés et les neuf tendances mondiales sur lesquelles nous pensons que

vous devez vous concentrer. Je passerai en revue les résultats dans ces pages le mois prochain et lors d'une série d'événements dans le monde, restez à l'écoute !

Notre tour d'horizon des recherches et réflexions des équipes Ipsos du monde entier



Ben Page
Ipsos CEO

Poll Digest

Some of this month's findings from Ipsos polling around the world

Canada :

80 % des Canadiens se disent préoccupés par le gaspillage alimentaire des ménages.

États-Unis :

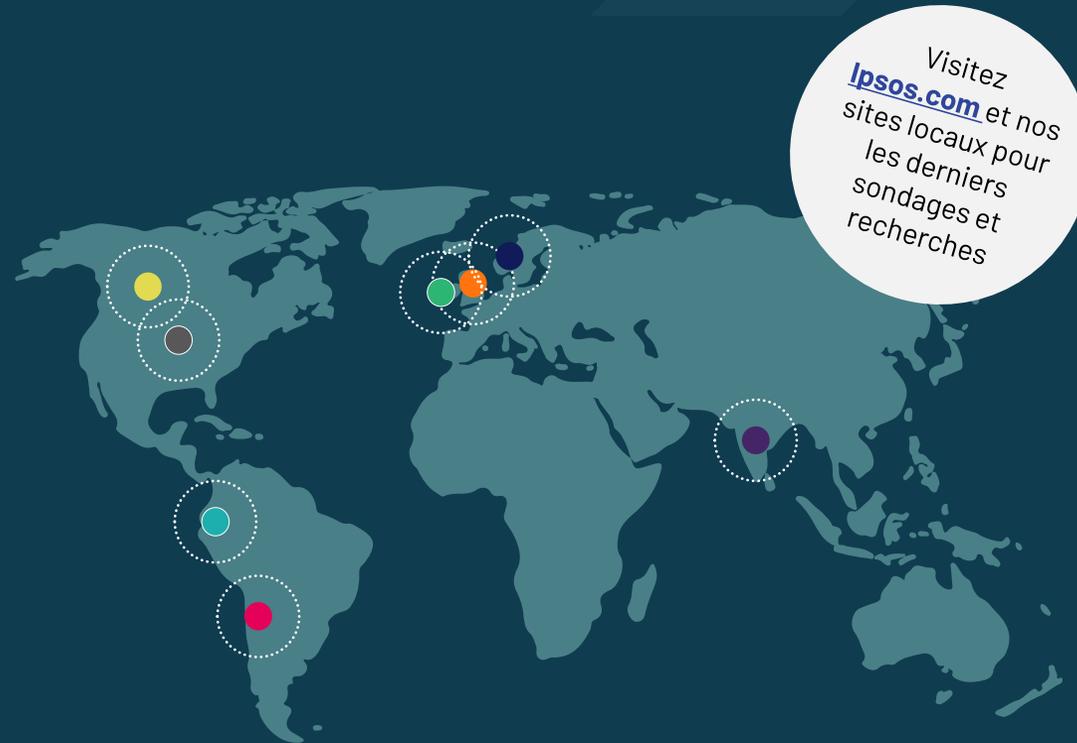
61 % de ceux qui possèdent un animal de compagnie ont eu la mauvaise surprise de constater que cela coûte plus cher qu'ils ne le pensaient.

Chili :

La moitié (49 %) des Chiliens considèrent tabou de parler d'argent et de finances personnelles.

Pérou :

64% des Péruviens estiment que le Congrès a désormais plus de pouvoir que le président.



Visitez [ipsos.com](https://www.ipsos.com) et nos sites locaux pour les derniers sondages et recherches

Grande-Bretagne :

85 % des Britanniques estiment que la Grande-Bretagne est divisée alors que les inquiétudes concernant l'extrémisme augmentent.

Irlande :

Le logement est le problème numéro un, 20 % mentionnant ce sujet.

Norvège :

2 % des Norvégiens seulement font état de préoccupations environnementales ayant influencé leurs projets de vacances d'été.

Inde :

70% des Indiens se déclarent heureux de la vie qu'ils mènent.

CONTENTS



Flair Maroc 2024
Réalizations et accélérations

1



Données synthétiques
Du buzz à la réalité : un guide pour une adoption responsable

2



Le changement implique la friction
Mesurer et exploiter les conflits cognitifs pour favoriser le changement de comportement

3



What Worries the World?
L'inflation est le problème numéro un depuis 29 mois consécutifs

4



Donner vie aux segmentations dans le domaine de la santé
L'aube de la persona alimentée par l'IA générative

5



Conversations avec l'IA Partie IV
Bibliothèques de connaissances et conservation assistées par l'IA

6



Observatoire de l'éducation 2024
Large soutien à l'interdiction des réseaux sociaux

7



Leadership climatique 2024
Naviguer entre licence sociale, désinformation et écoblanchiment

8

Flair Maroc

Réalisations et accélérations

Le rapport Flair Maroc revient sur une année marquée par une série de chocs majeurs et des signes encourageants de réussite internationale. Les consommateurs marocains ont changé et, par conséquent, ils ont des demandes et des attentes plus élevées envers les marques. Dans notre rapport Flair Maroc 2024, nos experts locaux vous invitent à en apprendre davantage sur ces défis et les stratégies nécessaires pour réussir.

Les sujets abordés incluent :

- **Grandes tendances mondiales**
Notre analyse se concentre sur six thèmes, dont l'urgence climatique, la technologie et la santé.
- **Inflation**
Dans l'ensemble, on constate un

changement de priorités, avec une distinction entre ce qui est essentiel et ce qui est désiré, en raison de la diminution du pouvoir d'achat des consommateurs.

- **Le grand gagnant : l'authenticité**
Créer une image de marque positive, la confiance et la transparence sont des facteurs importants pour atteindre l'authenticité.
- **Le changement clé : la pression sur les classes moyennes**
L'émergence d'une classe moyenne au Maroc est due à trois facteurs : 1) l'augmentation du nombre de femmes qui travaillent, 2) le développement par de plus en plus de personnes d'activités commerciales en ligne, et 3) le salaire minimum le plus élevé

d'Afrique du Nord.

- **Fierté et insatisfaction**
Une tension entre fierté et insatisfaction définit la société marocaine. La fierté personnelle repose principalement sur le fait de vivre dans un quartier agréable, les conditions de voyage et l'harmonisation des revenus et du pouvoir d'achat.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



L'émergence d'une classe moyenne entraîne des changements dans de nombreux secteurs, notamment l'éducation, les loisirs et l'inflation.

Données synthétiques

Du buzz à la réalité : un guide pour une adoption responsable

Dans ce document Ipsos Views, nous démystifions les données synthétiques et fournissons des recommandations sur quand, où, comment et à qui faire confiance pour une mise en œuvre responsable, sûre et à valeur ajoutée.

Lorsque vous utilisez l'IA générative pour créer des données synthétiques, n'oubliez pas que cette technologie n'est pas magique - c'est des mathématiques. Elle peut sembler magique lorsqu'elle est utilisée correctement, mais cela n'est le cas que lorsqu'elle combine le meilleur de l'intelligence humaine et artificielle : lorsque des chercheurs expérimentés combinent des cadres d'analyse propriétaires, sélectionnent l'IA/le modèle approprié pour la tâche spécifique, injectent des données de consommateurs fraîches et pertinentes

provenant de personnes réelles, appliquent l'ingénierie de prompts d'experts du domaine, exploitent des algorithmes de science des données affinés et tirent parti de bases de données et d'actifs de données normalisées.

En termes simples, la qualité et la fiabilité des données synthétiques dépendent entièrement des données humaines réelles utilisées pour les créer et les mettre à jour, ainsi que de l'expertise des personnes qui se cachent derrière tout cela.

Nous vous aiderons également à éviter les "vendeurs d'huile de serpent" qui ont émergé dans le sillage du potentiel de l'IA générative, qui manquent de contrôles, de réputation, d'expertise ou de validation de leurs affirmations

appropriés, et qui peuvent faire des ravages sur les marques et les entreprises.

Ce point de vue vise à vous aider à comprendre le paysage actuel et ce que l'avenir peut réserver. Il vous aidera à vous faire une opinion objective des données synthétiques, à démontrer à la fois leur potentiel et leurs risques, et à affiner les questions que vous devez vous poser et poser à vos partenaires avant de commencer à les envisager.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Les données synthétiques font référence à des données générées artificiellement qui ne correspondent pas directement à des événements ou des personnes réels.



Le changement implique la friction

Mesurer et exploiter les conflits cognitifs pour favoriser le changement de comportement

Chaque jour, nous sommes confrontés à un large éventail de décisions qui affectent tous les aspects de notre vie. Certaines suivent des routines et des habitudes standard, tandis que d'autres nécessitent plus de réflexion et de délibération avant d'atteindre une décision finale.

Le conflit cognitif décrit notre état mental lorsque nous sommes confrontés à de nouvelles informations qui entrent en conflit avec nos expériences, attitudes, croyances et habitudes existantes. C'est une composante essentielle de la prise de décision et un facteur clé pour passer de choix habituels et irréfléchis à des choix plus réfléchis et conscients.

Dans ce document Ipsos Views, nous

explorons pourquoi les conflits cognitifs sont importants et quelles mesures sont disponibles pour nous aider à mieux comprendre les décisions des gens, en nous appuyant sur des études de cas pour illustrer à quel point les conflits cognitifs sont étroitement liés au changement de comportement.

En particulier, le document se concentre sur le traçage du processus de décision (Decision Process Tracing), une solution propriétaire et brevetée développée par Ipsos. Cette méthodologie mesure la quantité de conflit présente dans une décision en analysant le chemin physique d'une trace que les gens font lorsqu'ils choisissent entre deux options. Elle permet de distinguer la sélection heuristique de marques d'un choix de

marque plus délibéré, y compris l'identification des différents types d'évaluation entre différentes marques par les mêmes individus dans la même catégorie. Elle a également pu identifier où un nombre important de préférences déclarées des gens sont en conflit et sujettes à changement.



En comprenant les conflits cognitifs, nous pouvons développer des stratégies plus efficaces pour susciter un changement de comportement.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

What Worries the World?

L'inflation est le problème numéro un depuis 29 mois consécutifs

Environ une personne sur trois (32 %) dans 29 pays déclare que la hausse des prix est un problème auquel leur pays est confronté.

L'Argentine et la Pologne ont toujours été des pays historiquement inquiets, et leur niveau de préoccupation reste relativement élevé. Cependant, si l'on regarde l'année écoulée, le score de l'Argentine a baissé de 17 points et celui de la Pologne de 10 points. L'Argentine a été le pays le plus préoccupé pendant 18 mois d'affilée (entre novembre 2022 et avril 2024).

Pendant ce temps, la proportion de personnes mentionnant la pauvreté et les inégalités sociales a légèrement augmenté ce mois-ci pour atteindre un peu plus de trois sur dix (31 %), plaçant

cette question presque sur un pied d'égalité avec l'inflation.

Les Péruviens sont particulièrement inquiets des inégalités. La proportion de personnes se disant préoccupées a augmenté de 26 points pour atteindre la moitié (51 %). Non seulement ce chiffre est supérieur de 18 points à celui d'il y a un an, mais il s'agit également du niveau le plus élevé que nous ayons enregistré pour ce pays.

Malgré les récents troubles, la Grande-Bretagne fait preuve d'un optimisme accru à la suite de ses élections générales. Depuis le mois dernier, la proportion de personnes déclarant que le pays va dans la bonne direction a augmenté de seize points pour atteindre plus de deux cinquièmes (44

%). C'est 11 points de plus qu'il y a un an et c'est également le score le plus élevé pour la Grande-Bretagne depuis juillet 2021, où le niveau était de 46 %.

Pour plus de contexte, explorez le dernier indice Ipsos de confiance des consommateurs à l'échelle mondiale, qui montre ce mois-ci une forte baisse du sentiment au Mexique, tandis que le Pérou et la Colombie enregistrent des gains importants.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Les inquiétudes concernant l'inflation ont légèrement diminué et les niveaux d'inquiétude sont inférieurs de cinq points à ceux de l'année dernière.

Donner vie aux segmentations dans le domaine de la santé

L'aube de la persona alimentée par l'IA générative

Dans le monde à enjeux élevés de l'industrie pharmaceutique, un marketing efficace repose sur notre capacité à mieux comprendre les besoins et motivations complexes des divers professionnels de santé.

L'IA générative, ouvrant une nouvelle ère de possibilités avec l'avènement des bots personae, offre une solution transformatrice pour activer les études de segmentation en y injectant une dose bien nécessaire de dynamisme.

Les bots personae, alimentés par des algorithmes sophistiqués et entraînés sur des ensembles de données robustes, incarnent les attitudes, comportements et préférences des

médecins, patients et pharmaciens du monde réel.

En transformant des rapports statiques en outils dynamiques et interactifs, ces avatars alimentés par l'IA permettent aux marketeurs d'engager des "dialogues" interactifs, fournissant une compréhension plus profonde et un retour d'information en temps réel. Cependant, réaliser ce potentiel nécessite une planification minutieuse, des considérations éthiques et un engagement envers l'apprentissage et l'adaptation continus.

Dans ce document, nous explorons les applications existantes et prometteuses des bots personae

dans la recherche marketing en santé, y compris les groupes de discussion virtuels, les tests de messages rationalisés et l'optimisation des stratégies omnicanales. Nous analysons également les tendances émergentes dans ce domaine, y compris le potentiel des entrées et sorties multimodales ainsi que la réalité virtuelle.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



L'IA générative offre une solution transformatrice pour activer les études de segmentation en injectant une dose bien nécessaire de dynamisme.

Conversations avec l'IA Partie IV

Bibliothèques de connaissances et curation assistées par l'IA

Ce livre blanc Ipsos Views explore le rôle de l'IA dans le cadre de la curation et comment l'expertise humaine et la vitesse de l'IA peuvent fonctionner au mieux ensemble.

Pour de nombreuses grandes entreprises dans le monde, savoir ce que vous savez est une perspective plus difficile qu'il n'y paraît. De plus, trouver la bonne information au moment où vous en avez besoin peut être encore plus difficile. Le défi pour beaucoup de ceux qui travaillent dans le domaine des insights est de trouver les bonnes sources et de rédiger un rapport complet et succinct prêt à être partagé. Les experts qui font cela sont des curateurs.

Nous pensons qu'il est nécessaire de faire évoluer nos curateurs en curateurs certifiés de l'IA, experts dans l'application des dernières avancées de l'IA générative au processus de curation et sachant appliquer des cadres analytiques à un large corpus de données. Le titre : nous considérons la vitesse comme le principal avantage que l'IA pourrait apporter.

Ipsos développe sa propre solution personnalisée de bibliothèque de connaissances et de curation assistée par l'IA pour s'aligner sur les besoins des clients. Pour éclairer cette solution, Ipsos a mené deux projets pilotes dans le but d'évaluer si et comment l'IA pouvait accélérer la

curation sans sacrifier la précision ou la nécessité d'un jugement humain pour transmettre des informations significatives. Les pilotes visaient à équilibrer un traitement efficace des documents par l'IA avec une curation experte, une narration et des conclusions de fond.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

La rapidité est le principal avantage que l'IA pourrait apporter aux bibliothèques de connaissances et à la curation.

Observatoire de l'éducation 2024

Large soutien à l'interdiction des réseaux sociaux

En moyenne, 65% des personnes dans le monde soutiennent l'interdiction pour les enfants de moins de 14 ans d'utiliser les réseaux sociaux à l'intérieur et à l'extérieur de l'école, selon notre nouvelle enquête réalisée dans 30 pays examinant les attitudes envers l'éducation.

Le soutien à une interdiction atteint huit personnes sur dix en France (80%) et en Indonésie (79%), mais tombe à 40% en Allemagne.

En moyenne, dans 30 pays, un tiers (33%) des personnes jugent bon le système éducatif de leur pays. Mais il y a peu de corrélation entre la qualité perçue et les résultats scolaires, tels que mesurés par le cadre international PISA. Cela peut refléter

le fait que les parents jugent les écoles sur bien plus que les seules performances aux examens, la discipline, le bien-être général et le développement étant souvent considérés comme tout aussi importants, voire plus.

Un an après l'explosion de l'IA générative dans la conscience publique, les attitudes envers l'IA sont devenues plus divisées. Un peu plus d'un tiers (36%) pense maintenant que l'utilisation de l'IA devrait être interdite dans les écoles, contre 29% l'année dernière.

Ce chiffre atteint une personne sur deux au Canada (52%), en France (51%) et en Australie (49%). En revanche, moins d'une personne sur

quatre soutient l'interdiction de ChatGPT dans les écoles en Türkiye (24%), en Thaïlande (22%) et au Japon (20%).

On observe également un rejet similaire de la technologie de manière plus générale, avec une augmentation de sept points du nombre de personnes prédisant que les progrès technologiques auront un impact plus négatif que positif sur l'éducation à l'avenir (25%).

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Un peu plus d'un tiers (36%) des répondants au niveau mondial souhaitent l'interdiction de l'utilisation de l'IA dans les écoles, contre 29% l'année dernière.

Leadership climatique 2024

Naviguer entre licence sociale, désinformation et écoblanchiment

Le soutien à la transition de l'Australie vers les énergies renouvelables est fort dans tout le pays (avec 59% de soutien), mais 41% sont préoccupés par les impacts négatifs de la transition vers l'énergie verte sur le coût de la vie et les factures d'énergie des ménages (en hausse de 10 points depuis 2022), selon l'étude Ipsos sur le changement climatique 2024, dévoilée au Greenhouse Tech Hub de Sydney.

L'étude Ipsos fournit de nouvelles informations sur les attitudes des Australiens à l'égard du changement climatique et de la transition vers l'énergie verte, en se concentrant sur les priorités et les préoccupations concernant la transition énergétique, ainsi que sur les informations et la compréhension du changement climatique.

Nous avons constaté que les Australiens

sont préoccupés par l'impact négatif du passage à l'énergie verte sur le coût de la vie et les factures d'énergie des ménages, ainsi que sur la fiabilité de l'approvisionnement énergétique. Et ce, malgré le fait que près de six Australiens sur dix (59 %) soutiennent la transition énergétique des combustibles fossiles vers la production d'énergie renouvelable.

La flambée des inquiétudes concernant le coût de la vie a également modifié les priorités des Australiens en matière de transition énergétique. La plupart des Australiens (59 %) souhaitent maintenant que les prix de l'énergie - en hausse de 13 points de pourcentage depuis la même période l'année dernière - et la fiabilité de l'approvisionnement énergétique des foyers et des entreprises (57 %) soient prioritaires.

Le scepticisme australien à l'égard de

l'action nationale en matière de changement climatique et de l'information est également élevé. La moitié des Australiens pensent qu'il n'y a aucun plan concernant la transition énergétique, ou qu'elle n'aura tout simplement pas lieu, tandis que 54 % déclarent ne pas comprendre les actions menées autour du changement climatique.

LIRE PLUS

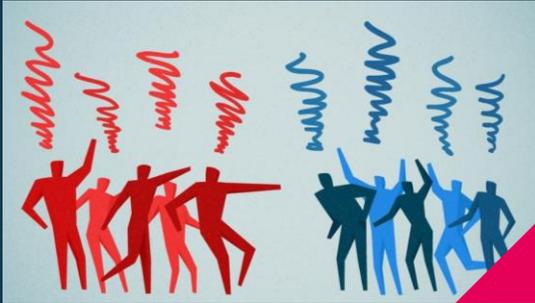
TÉLÉCHARGER

CONTACT



59% des Australiens soutiennent la transition de l'Australie des combustibles fossiles vers la production d'énergie renouvelable.

Raccourcis



Sondage sur l'agressivité en politique

Trois personnes sur quatre (76%) disent que la Grande-Bretagne est divisée (contre 85% en 2018), mais le public estime que les problèmes sont moins graves qu'aux États-Unis.

Un nouveau sondage Ipsos, réalisé du 22 au 24 juillet (avant les récents événements de Southport), examine les attitudes envers la division et la violence politique en Grande-Bretagne, et si les niveaux de préoccupation sont plus élevés qu'aux États-Unis

LIRE PLUS



Extraire la valeur des joueurs sur mobiles

Le jeu mobile connaît un moment fort, avec une augmentation des investissements et de la diversification, et le marché est en plein essor.

Cette présentation explore l'étendue du jeu sur le marché et le potentiel pour les marques d'utiliser le jeu mobile et la publicité in-app pour atteindre leur audience à travers différents publics de jeux d'applications mobiles.

LIRE PLUS



Décoder le boom de la beauté en Inde

Le secteur de la beauté et des soins personnels en Inde a connu une croissance extraordinaire et une évolution des tendances ces dernières années, sous l'effet de divers facteurs.

Dans ce rapport, nous explorons les dernières tendances et insights qui contribuent à ce boom, rédigé par nos experts du secteur de la beauté, pour comprendre l'état d'esprit des consommateurs.

LIRE PLUS



Kamala Harris et l'inflation

Un mot clé manquait dans le discours d'investiture de Kamala Harris au DNC : l'inflation. Au lieu de cela, elle a parlé de réduire les coûts pour les ménages.

L'équipe d'Ipsos aux États-Unis a rassemblé cinq graphiques sur l'économie, la proposition de Kamala Harris d'éliminer les taxes fédérales sur les pourboires et où cela pourrait la mener sur le plan économique.

LIRE PLUS

CONTACT

Toutes les informations contenues dans cette Mise à jour Ipsos sont dans le domaine public - et sont donc accessibles aux collègues et aux clients d'Ipsos.

Le contenu est également régulièrement mis à jour sur notre site web et nos réseaux sociaux.

Veillez envoyer un courriel à IKC@ipsos.com avec tout commentaire, y compris des idées pour le contenu futur.

Photo de couverture : Tanger, Maroc. Découvrez la première édition de Flair Maroc à la [page 5](#) - une nation qui a récemment vécu des hauts et des bas comme sur des montagnes russes.

www.ipsos.com

@Ipsos