

Octobre 2024

IPSOS UPDATE

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

Ipsos Update Octobre 2024

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

Il y a 10 ans, nous avons lancé notre série Ipsos Global Trends. Notre dernière édition, intitulée "A la recherche d'un nouveau consensus", distille des informations provenant de 50 pays et de cinq millions de points de données en 23 valeurs humaines clés et neuf tendances mondiales pour vous. Nous avons trois grandes tensions à débattre : une aspiration au passé malgré une perspective plus globale ; une montée de l'auto-centrage qui ressemble à un retrait de l'incertitude mondiale vers ce que les gens peuvent contrôler : soit l'auto-actualisation, soit le "nouveau nihilisme" ; et enfin, une inquiétude environnementale croissante associée au fatalisme.

Dans le rapport, nous examinons comment ces tendances se manifestent dans votre monde. Par exemple, "Technowonder" souligne comment l'IA peut générer de grandes idées, même si elle a du mal avec les émotions humaines, et la polyphasie cognitive que des milliards de personnes ressentent chaque jour, englobant à la fois une dépendance croissante à la technologie numérique et une anxiété quant à son impact sur la vie privée, la santé mentale et l'emploi.

Pendant ce temps, notre rapport mensuel What Worries the World révèle que la criminalité et la violence ont maintenant dépassé l'inflation en tant que principale préoccupation mondiale

pour la première fois depuis des années, et notre étude annuelle sur les services de santé montre que les préoccupations en matière de santé mentale dépassent à nouveau celles concernant le cancer - un monde différent de la période pré-pandémique.

Aux États-Unis, notre suivi montre une course serrée continue dans les élections, et notre rapport pré-électoral examine l'avenir des actualités. Bien que de nombreux Américains se souviennent avec nostalgie des journaux livrés à domicile, ils sont aujourd'hui préoccupés par les préjugés et les divisions dans les médias. Ils considèrent toujours que rester informé est essentiel pour être un membre productif de la société, même si

les sources de cette information sont considérées avec plus de méfiance que jamais.

Il y a tout cela et plus encore ici - n'hésitez pas à contacter vos contacts Ipsos pour discuter de la façon dont notre analyse peut être mise à votre service.



Ben Page
Ipsos CEO

Résumé des sondages

Quelques-uns des résultats de ce mois-ci des sondages Ipsos à travers le monde

Canada :

79% des Canadiens reconnaissent que les récentes vagues de chaleur les ont fait réfléchir à l'importance des arbres dans les villes.

Etats-Unis :

49% des Américains pensent qu'ils ne contracteront plus jamais le Covid-19.

Turquie :

80% des Turcs pensent qu'ils ne pourraient pas trouver un logement correspondant à leur budget s'ils devaient déménager aujourd'hui.

Irlande :

Les infirmières sont la profession la plus fiable (97 %), suivies des pharmaciens (96 %) et des médecins (94 %).



France:

68% déclarent s'être sentis en danger dans les transports en commun, bien qu'il s'agisse du mode de déplacement préféré.

Tchéquie :

70% des consommateurs vérifient si les produits alimentaires sont locaux ou non avant de les acheter.

Allemagne :

Un Allemand sur deux (51%) estime que l'Allemagne devrait cesser d'envoyer des armes à l'Ukraine.

Pakistan :

54% des Pakistanais mentionnent leurs concitoyens parmi les choses qu'ils préfèrent dans leur pays.

SOMMAIRE



Global Trends

De la tension à l'intention

1



Rapport sur les services de santé d'Ipsos 2024

La santé mentale est la principale préoccupation

2



Conversations avec l'IA Partie V

Y a-t-il de la profondeur et de l'empathie avec les jumeaux d'IA ?

3



What Worries the World?

L'inflation n'est plus la principale préoccupation après 29 mois

4



What The Future : Actualités

Pourquoi les actualités méritent d'être protégées

5



Une nouvelle ère pour la publicité pharmaceutique

De nouvelles règles d'équilibre équitable sont arrivées

6



Les menaces sociales au bien-vieillir en Amérique en 2024

Le vieillissement en Amérique

7



Enquête sur les biens communs mondiaux 2024

Attitudes envers la nature et la gestion de la planète

8

Global Trends

À la recherche d'un nouveau consensus : De la tension à l'intention

Notre enquête annuelle Ipsos Global Trends est conçue pour explorer l'évolution des attitudes et des valeurs des individus à travers le monde.

Dans cette édition spéciale du 10^e anniversaire, nous dévoilons un cadre renouvelé de neuf tendances basé sur plus de 50 000 entretiens dans 50 marchés qui représentent les trois quarts de la population mondiale et 90 % de son PIB. Cette large couverture assure une compréhension complète de l'évolution des attitudes et des valeurs des gens.

Notre nouveau cadre exploite des analyses avancées à partir de 5 millions de points de données, distillés en 23 valeurs humaines fondamentales qui ancrent les tendances.

Les points clés à retenir :

- Il y a des constantes
- Il y a des tensions à tous les niveaux
- Il y a aussi des tensions au sein de chacune des tendances
- Les marques, les entreprises, les organisations et les gouvernements ont un rôle à jouer
- Au fur et à mesure que le monde devient plus complexe, les gens se concentrent sur ce qu'ils pensent pouvoir contrôler : eux-mêmes

Ipsos Global Trends vise à vous faire réfléchir et à vous donner des outils pour vous aider à comprendre la

société, les marchés et les gens aujourd'hui - et grâce à une prévision appliquée - demain.

En plus du rapport, vous pouvez écouter nos experts, dont le PDG d'Ipsos Ben Page, discuter des principales idées globales des tendances dans notre dernier webinaire KEYS.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Les tendances sont des récits holistiques qui aident à découvrir des opportunités et à naviguer parmi les menaces potentielles, agissant comme des points de départ de conversations convaincantes au sein de votre organisation.

Rapport sur les services de santé d'Ipsos 2024

La santé mentale considérée comme le plus grand problème de santé

Bien que le virus Covid-19 soit une maladie respiratoire, l'effet à long terme le plus important de la pandémie sur la santé publique sera peut-être sur la santé mentale.

Nous avons constaté un changement fondamental dans les attitudes à l'égard de la santé mentale par rapport à 2018, lorsque nous avons commencé le Rapport sur les services de santé d'Ipsos, et aujourd'hui. Il y a six ans, 27 % des personnes interrogées choisissaient la santé mentale comme l'un des plus gros problèmes de santé, la plaçant en troisième position. Aujourd'hui, ce chiffre est de 45 % en moyenne dans 31 pays, et elle est désormais en première place. De plus, le stress est classé troisième, 31 % des personnes affirmant qu'il s'agit de l'un des problèmes les plus importants.

Cependant, tout en examinant la situation mondiale, nous devons également noter les grandes différences d'attitudes entre les pays et les sexes. Dans tous les pays sauf deux (l'Inde et la Thaïlande), les femmes sont plus susceptibles de choisir la santé mentale comme préoccupation de santé.

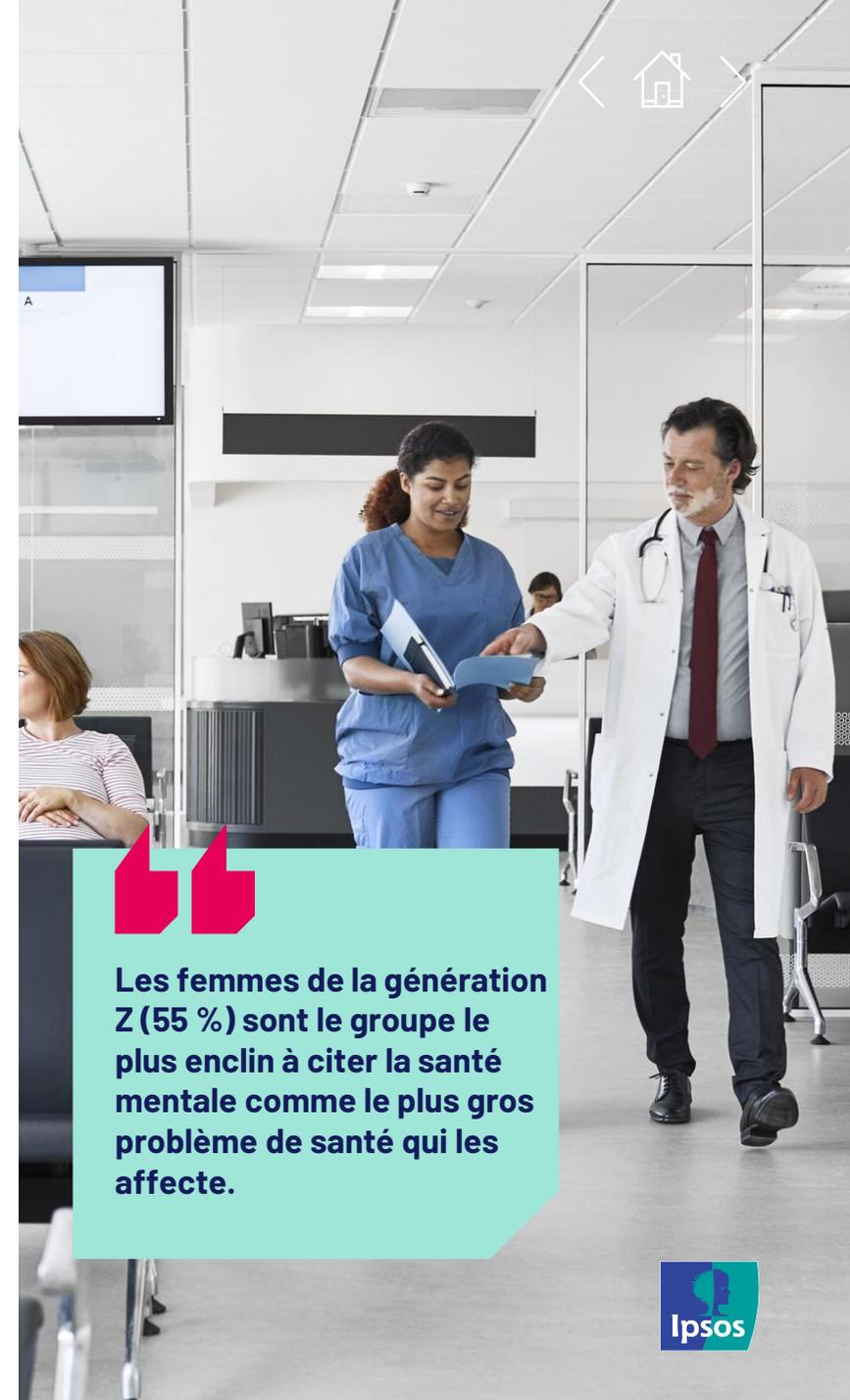
L'écart entre les sexes en matière de santé mentale est beaucoup plus important chez les jeunes ; 55 % des femmes de la génération Z choisissent la santé mentale comme l'un des plus gros problèmes de santé, contre 37 % des hommes de la génération Z. Parmi la génération la plus âgée de cette enquête, l'écart entre les hommes et les femmes baby-boomers est beaucoup plus faible (27 % et 26 % respectivement).

Bien que la santé mentale soit la principale préoccupation en matière de santé en moyenne, ce n'est pas le cas pour les baby-boomers. Le cancer, une maladie qui touche traditionnellement davantage les personnes âgées, est le problème de santé numéro un selon les personnes nées entre 1945 et 1965 (46 %), et un peu plus chez les femmes (48 %) que chez les hommes (44 %).

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Les femmes de la génération Z (55 %) sont le groupe le plus enclin à citer la santé mentale comme le plus gros problème de santé qui les affecte.

Conversations avec l'IA Partie V

Y a-t-il de la profondeur et de l'empathie avec les jumeaux numériques ?

Les répondants synthétiques - des "jumeaux" d'IA de vrais répondants humains - sont créés à partir de données du monde réel pour comprendre la dynamique du marché et prédire le comportement des consommateurs, sans implication humaine directe.

Les jumeaux d'IA représentent une opportunité importante pour les études de marché, offrant une nouvelle façon de recueillir des insights avec une efficacité et une évolutivité accrues. Ils ont le potentiel de rationaliser le processus de collecte de données et de réduire le besoin d'une participation humaine extensive.

Mais peuvent-ils refléter avec précision les processus de pensée et les

émotions humaines, en particulier dans des contextes complexes, émotionnellement motivés et socialement nuancés ?

Dans notre dernier article "Conversations avec l'IA", nous partageons les résultats d'une étude de recherche menée pour tester les capacités des jumeaux d'IA. L'étude a comparé les performances des jumeaux par rapport à de vrais répondants humains pour l'exploration, l'idéation et l'évaluation dans la catégorie de la santé des femmes.

Découvrez :

- Comment les jumeaux d'IA performant dans l'identification des principaux thèmes émotionnels dans le contexte de l'exploration et la

transmission d'expériences nuancées.

- Les capacités des jumeaux d'IA à proposer des idées de produits bien développées au stade de l'idéation.
- Les capacités analytiques des jumeaux d'IA et comment elles se comparent au stade de l'évaluation.
- Les opportunités offertes par la combinaison de l'efficacité de l'IA avec l'empathie de vrais répondants humains.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Dans quelle mesure les répondants synthétiques ne parviennent-ils pas à saisir l'expérience humaine ?

What Worries the World?

L'inflation n'est plus la principale préoccupation après 29 mois en tête du classement

L'inflation a été la principale préoccupation mondiale dans notre enquête What Worries the World pendant plus de deux ans, mais elle est maintenant passée à la deuxième place.

La criminalité et la violence sont désormais la principale préoccupation dans 29 pays ce mois-ci, mais uniquement en raison de la baisse de l'inquiétude liée à l'inflation. Mars 2022 était la dernière fois qu'une autre préoccupation que l'inflation était en tête, lorsqu'il s'agissait de la pauvreté et des inégalités sociales.

Malgré le fait que 25 des 29 pays interrogés aient connu une baisse de l'inquiétude concernant l'inflation au cours de la dernière année, l'inquiétude

aux États-Unis a augmenté de 5 points de pourcentage par rapport à septembre 2023. C'est le seul pays où nous avons constaté une augmentation significative au cours des 12 derniers mois.

Au contraire, les préoccupations liées à l'inflation en Allemagne ont le plus diminué au cours de la dernière année, chutant de 19 points de pourcentage depuis septembre 2023. Ils connaissent également une vague d'optimisme après que leur score "le pays va dans la bonne direction" ait augmenté de 13 points de pourcentage pour atteindre 38%. De même, la proportion de personnes déclarant que l'économie de leur pays est "bonne" a également augmenté de 13 points de pourcentage.

Dans une perspective plus large, l'inquiétude concernant la corruption financière/politique est plus faible qu'avant la pandémie. En mars 2023, le mois précédant l'ajout du coronavirus, 31% des personnes interrogées avaient choisi la corruption comme problème, et l'inquiétude n'a pas atteint ce niveau d'un point de vue mondial au cours des quatre dernières années et demie.

Pendant ce temps, l'indice mondial de confiance des consommateurs montre une stabilité pour le sixième mois consécutif.

LIRE PLUS

CONTACT



Après 29 mois consécutifs, l'inflation n'est plus la principale préoccupation dans les 29 pays étudiés.

What The Future : News

Pourquoi les médias d'information méritent d'être protégées

Le paysage de l'information est à la croisée des chemins. Notre monde est inondé d'un flux toujours croissant d'informations, de désinformation et d'influence des entreprises. Pourtant, les consommateurs recherchent toujours des sources d'information fiables et dignes de confiance. Dans le même temps, l'industrie de l'information continue de lutter avec un modèle économique brisé, tandis que les consommateurs d'information s'attendent à ce que des informations de qualité soient gratuites. Et les plateformes numériques et l'IA générative offrent un moyen facile pour quiconque, de toute tendance, biais ou agenda, de publier du contenu.

Les défis auxquels est confronté l'avenir de l'information sont des défis partagés

par la plupart des organisations : rester pertinent, établir la confiance et la fidélité, et trouver un modèle économique durable dans un paysage numérique en évolution rapide. Alors que l'industrie de l'information navigue dans ces défis complexes, des questions clés sur la voie à suivre émergent.

Les flux de revenus diversifiés et les forfaits de contenu peuvent-ils offrir aux consommateurs le contenu, la valeur et la commodité qu'ils exigent ? Comment les marques peuvent-elles aider les consommateurs à distinguer le journalisme de qualité et à rétablir la confiance dans les médias d'information ? Et l'éducation à la maîtrise de l'information peut-elle aider à créer des citoyens mieux informés ?

Dans notre dernier numéro de What the Future, nous explorons les futurs possibles et les solutions pour la confiance, l'évitement des informations, les différences générationnelles et le maintien des informations locales. Nous identifions également les rôles potentiels des entreprises et des marques pour aider à maintenir des informations fiables et de qualité accessibles et abordables pour le public, et rentables pour les éditeurs, les annonceurs et les sponsors.

[LIRE PLUS](#)[TÉLÉCHARGER](#)[CONTACT](#)

69% des Américains affirment qu'il est important de se tenir au courant des actualités pour être un membre productif de la société.

Une nouvelle ère pour la publicité pharmaceutique

S'adapter au nouvel environnement réglementaire

L'industrie pharmaceutique connaît un changement transformateur dans le paysage de la publicité directe aux consommateurs (DTC), avec de nouvelles réglementations du gouvernement fédéral américain exigeant des divulgations encore plus proéminentes des effets secondaires.

Jusqu'à présent, la communication sur l'équilibre équitable, qui énumère les effets secondaires et les contre-indications du médicament annoncé, est souvent présentée rapidement et visuellement minimisée, utilisant une narration rapide et un petit texte, ce qui peut entraver la compréhension des spectateurs. Les nouvelles réglementations visent à permettre une plus grande transparence sur les risques associés aux médicaments annoncés.

Chez Ipsos, nous considérons les nouvelles réglementations sur l'équilibre équitable comme une opportunité potentielle de repenser la créativité pour la publicité pharmaceutique DTC qui peut conduire à une efficacité encore plus forte.

Les points clés à retenir du document :

- Les nouvelles règles sur la publicité pharmaceutique DTC exigent une divulgation plus proéminente des effets secondaires des médicaments.
- Les marques préoccupées par le respect des nouvelles règles devraient éviter de passer entièrement à des campagnes de sensibilisation génériques sur l'état de la maladie, qui ont tendance à être moins efficaces

auprès des consommateurs.

- Les entreprises pharmaceutiques devraient considérer cela comme une opportunité de réfléchir de manière plus ambitieuse à la façon dont la créativité peut offrir une distinction dans une catégorie qui peut souvent souffrir d'une "mer de similitudes".

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



La publicité directe demeure un outil essentiel pour stimuler la croissance de la marque et devrait continuer à jouer un rôle clé dans les campagnes de marketing.

Le défi du vieillissement en Amérique

Les obstacles qui empêchent les seniors de s'épanouir dans leurs dernières années

Le vieillissement à domicile, le manque de transport et d'accès aux soins médicaux, ainsi que l'insécurité économique sont les trois plus grandes menaces au bien-vieillir des seniors américains, selon un nouveau rapport réalisé en partenariat avec Alignment Health.

L'enquête examine les facteurs sociaux et environnementaux qui empêchent les seniors aux États-Unis de s'épanouir dans leurs dernières années.

Neuf seniors sur dix (91%) sont touchés par au moins un des déterminants sociaux de la santé inclus dans l'enquête.

L'obstacle le plus cité à la santé et au

bien-être est le vieillissement à domicile (69%) - continuer à vivre dans leur propre maison en vieillissant, plutôt que de déménager dans des établissements d'aide à la vie autonome. Bien que la plupart des seniors souhaitent rester à la maison, leurs maisons peuvent ne pas être sûres ou suffisamment équipées pour leurs besoins changeants à mesure qu'ils vieillissent.

Le deuxième obstacle le plus cité est le manque de transport fiable et/ou d'accès (64%), qui conduit les seniors à renoncer aux soins médicaux. Sept répondants sur dix (71%) déclarent qu'ils utiliseraient des avantages de transport, tels que des trajets vers des rendez-vous médicaux, si leur

assurance maladie les proposait.

L'instabilité économique est également un obstacle majeur (56%) et le troisième facteur le plus cité dans l'enquête. 44% des personnes touchées par des obstacles économiques ont des dettes médicales. D'autres personnes âgées luttent économiquement en raison de l'augmentation des coûts du logement, de l'épicerie et d'autres dépenses.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Neuf seniors sur dix (91%) sont concernés par au moins l'un des déterminants sociaux de l'état de santé.

Enquête sur les biens communs mondiaux

Attitudes envers la nature et la gestion de la planète

Earth4All et la Global Commons Alliance ont publié leur deuxième rapport sur les attitudes mondiales envers la nature et la gestion de la planète, basé sur une recherche menée entre mars et avril 2024 par Ipsos.

L'enquête Global Commons Survey a été réalisée dans 22 pays (18 pays du G20, plus l'Autriche, le Danemark, le Kenya et la Suède) et mesure les attitudes envers les transformations sociétales, les systèmes politiques/économiques et la gestion de la planète. En particulier, l'enquête se concentre sur les valeurs et les visions du monde, les attitudes envers la nature, les attitudes envers les systèmes politiques et économiques

nationaux et mondiaux et les niveaux de soutien aux recommandations politiques d'Earth4All.

La préoccupation pour la nature et la prise de conscience de la nécessité d'une action urgente sont élevées - tandis que la moitié se sentent exposés au changement climatique. Trois personnes sur cinq dans le G20 sont extrêmement ou très inquiètes de l'état de la nature, à la fois aujourd'hui (59%) et de l'état dans lequel nous la laisserons aux générations futures (62%).

Les gens du G20 sont moins optimistes quant à l'avenir du monde et de la nature. Alors que la plupart des répondants sont optimistes quant à leur avenir personnel (62%), seuls

38% sont optimistes quant à l'avenir du monde.

La plupart voient la santé humaine et planétaire comme étant connectées. Les trois quarts (74%) sont d'accord pour dire que la santé et le bien-être humains sont étroitement liés à la santé et au bien-être de la nature, mais seulement la moitié (49%) pense que la nature peut répondre aux besoins des humains à l'heure actuelle.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Une majorité de répondants dans le G20 se disent inquiets de l'état de la nature et ne pensent pas que leurs gouvernements en fassent assez pour lutter contre les dommages environnementaux.

Raccourcis



Sondage sur l'éducation au Royaume-Uni

Les résultats montrent que 55% soutiennent les plans du parti travailliste d'ajouter la TVA aux frais de scolarité dans les écoles privées, tandis que 60% pensent qu'il est acceptable que les parents retirent leurs enfants de l'école sans autorisation pendant une journée pour assister à un mariage familial.

LIRE PLUS



Un point sur les élections américaines

Avec peu de temps avant l'élection du 5 novembre, notre équipe aux États-Unis travaille dur pour se tenir au courant de toutes les dernières informations sur les intentions de vote, les attitudes économiques, le comportement des consommateurs et plus encore.

LIRE PLUS



Empathie ou vide

Écoutez les experts d'Ipsos mettre en lumière une nouvelle recherche de notre article primé, "Empathie ou vide : Démêler l'impact de l'IA sur la connexion humaine dans la recherche qualitative", qui a été reconnu comme le meilleur article du Congrès ESOMAR 2024, ainsi que le prix Peter Cooper pour le meilleur article qualitatif.

LIRE PLUS



Maladies rares

Le parcours diagnostique des personnes atteintes de maladies rares est souvent un processus complexe et prolongé, rempli d'incertitudes en raison de voies diagnostiques peu claires.

Cet article fournit des informations précieuses aux chercheurs en études de marché qui cherchent à comprendre les défis et les opportunités uniques du paysage des maladies rares.

LIRE PLUS

CONTACT

All the information within this **Ipsos Update** is in the public domain – and is therefore available to both Ipsos colleagues and clients.

Content is also regularly updated on our website and social media outlets.

Please email IKC@ipsos.com with any comments, including ideas for future content.

Photo de couverture : **Londres, Royaume-Uni.** Selon notre Rapport sur les services de santé à la [page 6](#), les Britanniques sont les plus susceptibles de dire que leur système de santé est surchargé.

www.ipsos.com

@ipsos