

Avril 2025

IPSOS UPDATE

Notre sélection des
publications d'Ipsos à
travers le monde

Ipsos Update Avril 2025

Notre sélection des publications d'Ipsos à travers le monde

Ce qui se passe actuellement aux États-Unis influence les marchés et la politique dans le monde entier. Dans cette édition, nous présentons nos dernières recherches sur la façon dont le public et l'économie réagissent en Amérique et à l'international. Notre dossier spécial se concentre sur le Canada, alors que les électeurs se préparent à se rendre aux urnes plus tard ce mois-ci. La recherche d'Ipsos "Trump, Tarifs et Turbulences" révèle les attitudes canadiennes à l'égard de la menace tarifaire, analyse les niveaux croissants du sentiment "Acheter canadien" et évalue son impact sur le comportement des consommateurs.

Jusqu'à présent, le président Trump maintient sa cote d'approbation parmi les Américains, ne baissant que légèrement

depuis son investiture en janvier, passant de 47% à 44% aujourd'hui. C'est mieux qu'il ne l'a fait pendant son premier mandat, mais ses chiffres sont plus faibles à ce stade que pour la plupart des autres présidents au cours des 50 dernières années, reflétant la polarisation qui prévaut aujourd'hui dans le pays.

De plus, sur LA question la plus importante pour les Américains - l'inflation et la hausse des prix - son approbation est maintenant plus faible : notre sondage Reuters révèle que seulement 32% des Américains approuvent ce que fait Trump sur le coût de la vie. Pendant ce temps, 57% des Américains disent que les mouvements du président pour secouer l'économie sont trop erratiques.

Sur les tarifs, le tableau est mitigé, avec seulement 31% qui conviennent que les travailleurs américains s'en sortent mieux lorsque les États-Unis imposent des droits de douane sur les produits importés, tandis que 48% ne sont pas d'accord. Les Américains sont plus divisés sur l'engagement américain et l'aide étrangère aux autres pays. La plupart (53%) soutiennent la réduction de l'aide américaine aux pays étrangers, tandis que la moitié (50%) soutiennent la poursuite de la fourniture d'armes et d'aide financière à l'Ukraine (46% s'y opposent).

En Ukraine, notre nouveau sondage révèle que 74% des Ukrainiens sont favorables à la poursuite des combats même sans soutien américain, dans un contexte de forts niveaux de soutien au président

Zelensky. À travers l'Europe, notre dernier moniteur *What Worries the World* constate que les inquiétudes concernant les conflits militaires entre nations sont en hausse, même si le coût de la vie reste la principale préoccupation globale.

Comme toujours, un grand merci à nos lecteurs - vos représentants Ipsos sont à votre disposition pour vous aider à naviguer dans l'environnement incertain d'aujourd'hui.



Ben Page
Ipsos CEO

Poll Digest

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

Canada :

15% des Canadiens disent que les relations avec les autres pays sont un problème majeur auquel leur pays est confronté, en hausse de 11 points par rapport à février.

États-Unis :

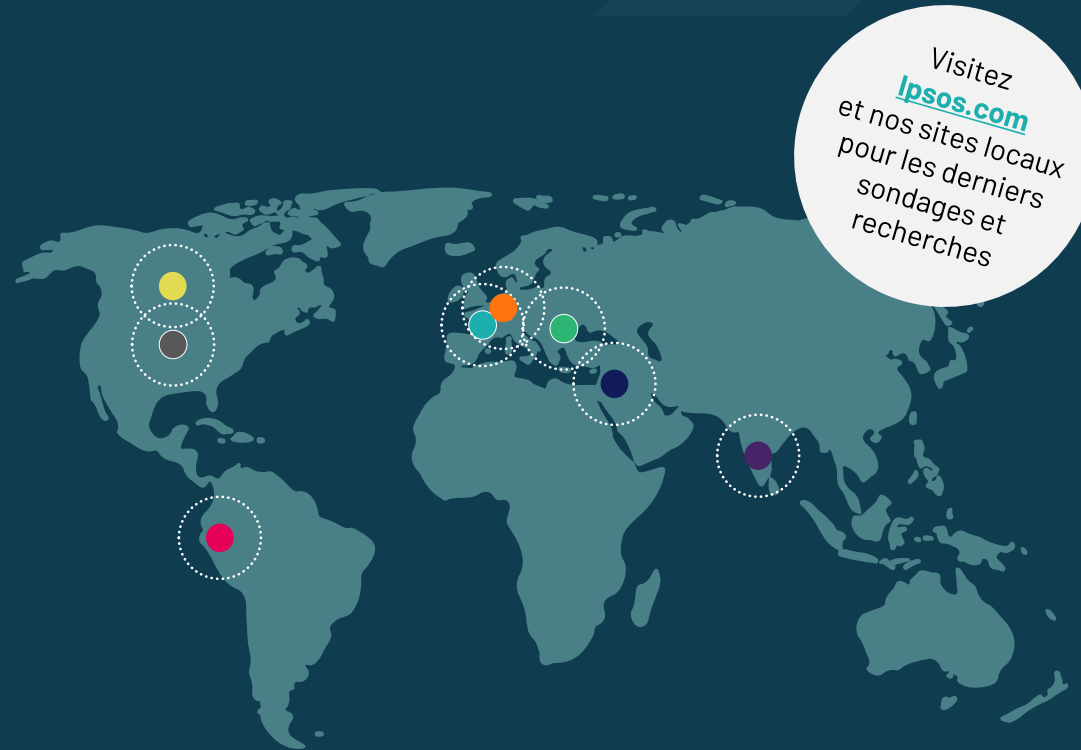
26% des Américains disent avoir réduit ou arrêté leurs achats auprès d'une entreprise en raison de la politique ou de l'actualité.

Pérou :

60% des Péruviens considèrent que la sécurité s'est détériorée dans le pays depuis la nomination du nouveau ministre de l'Intérieur.

France:

89% des Français en colère contre le manque de ressources allouées aux hôpitaux publics.



Belgique :

75% des Belges estiment que l'Europe devrait se réarmer pour faire face à la Russie

Roumanie :

89% des médecins généralistes conviennent que la télémédecine et la numérisation joueront un rôle crucial dans les soins de santé.

Jordanie :

48% des Jordaniens souhaitent des investissements publics dans les infrastructures de santé.

Inde :

Les forces de défense sont l'institution la plus fiable (56%) pour les Indiens vivant en ville.

SOMMAIRE



Spécial Canada

Trump, tarifs et turbulences

1



Ipsos Flair Italie 2025

Futur éphémère

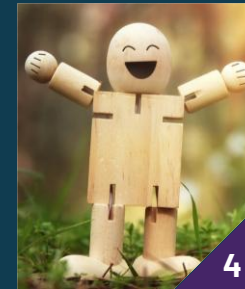
2



Journée internationale de la femme 2025

Points de vue mitigés sur l'égalité des sexes

3



Indice de bonheur Ipsos 2025

Attitudes globales envers le bonheur et la qualité de vie

4



Marketing générationnel

Se libérer des stéréotypes

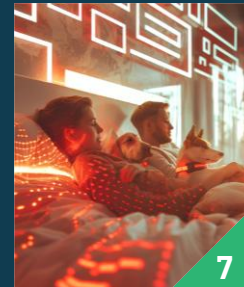
5



Banque en ligne accessible

Comblent l'écart de conformité et gagner de nouveaux clients

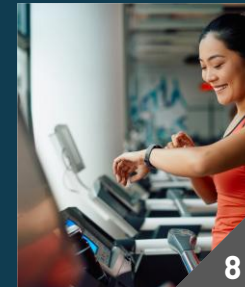
6



What The Future: Animaux de compagnie

Comment les liens homme-animal vont-ils remodeler les entreprises et la société ?

7



La vérité du cœur

Comprendre ce que nous ne savons pas sur la santé cardiaque

8



IPSOS Spécial Canada

Le paysage politique et social mondial depuis l'investiture de Donald Trump en janvier a considérablement changé. Cela a été particulièrement ressenti par le voisin et ami de longue date de l'Amérique, le Canada, qui doit non seulement composer avec de nouveaux tarifs et menaces de devenir le 51e État, mais qui se dirige également vers une élection fédérale le 28 avril.

Dans l'édition de [mars d'Ipsos Update](#), nous avons examiné les principales conclusions des événements en cours aux États-Unis, avec une analyse de notre équipe sur place et des experts du monde entier. Ce mois-ci, nous allons jeter un coup d'œil à ce que notre équipe au Canada a découvert.

La page "[Trump, Tarifs & Turbulences](#)" a été créée comme un guichet unique pour toutes les dernières informations.

Vous y trouverez les derniers points de vue, par exemple [De la représailles au renouveau](#), qui discute de l'avenir du Canada face aux tarifs et souligne comment les Canadiens attendent de leur gouvernement qu'il réduise sa dépendance envers les États-Unis. Il a révélé que neuf personnes sur dix (89 %) veulent que le gouvernement supprime les obstacles au commerce interprovincial et travaille à développer le commerce avec d'autres pays. Regardez le webinaire pour ce point de vue [ici](#).

De plus, inscrivez-vous au prochain webinaire du 9 avril, [Perspectives canadiennes sur l'énergie et les ressources dans un paysage économique en mutation](#), avec notre équipe des affaires publiques qui parlera des tarifs proposés sur les

ressources canadiennes et des implications économiques, le tout dans le contexte de l'opinion publique.

Les événements en cours aux États-Unis ont également un effet sur la politique canadienne. Le nouveau Premier ministre, Mark Carney, qui adopte une position ferme à l'égard de Trump, [a vu son soutien augmenter](#), le parti libéral (42 %) prenant une avance de six points sur les conservateurs (36 %). Si ces chiffres se maintiennent jusqu'au jour du scrutin, les libéraux pourraient obtenir le premier gouvernement majoritaire du Canada depuis la victoire de Justin Trudeau en 2015.

Dans un [récent sondage Ipsos](#), Carney est considéré comme le meilleur chef de parti fédéral pour aider le Canada à relever les défis associés à la

présidence Trump. Il est le seul dirigeant avec plus d'approbation que de désapprobation (48 % contre 30 %, respectivement). Il est également considéré comme le plus susceptible d'obtenir le meilleur accord pour le Canada (48 % sont d'accord) et est perçu comme moins susceptible de céder à Trump par rapport au chef conservateur, Pierre Poilievre (22 % contre 43 %, respectivement).

Retrouvez tout cela et plus encore de notre équipe d'experts au Canada.

EN SAVOIR PLUS SUR LE CANADA

EN SAVOIR PLUS SUR LES ÉTATS-UNIS

Ipsos Flair Italie 2025

Futur éphémère

La 15ème édition d'Ipsos Flair Italie explore les dynamiques complexes qui façonnent l'Italie en 2025, une année marquée par un sentiment d'espoir éphémère et un désir d'un avenir meilleur au milieu des défis en cours.

Ici, nos experts locaux soulignent la nécessité d'un sens renouvelé de la responsabilité individuelle, d'un discours politique revitalisé et d'une vision à long terme pour construire un avenir plus durable et équitable.

Les thèmes clés comprennent :

- **Fractures sociales** : Il y a des fractures sociales, économiques et existentielles croissantes dans la société italienne, notamment

une inégalité croissante et une classe moyenne en diminution.

- **La recherche de connexions** : Malgré la montée de l'individualisme et de l'attention portée à soi dans la société contemporaine, il y a un désir croissant de relations plus profondes, plus chaleureuses et plus collectives.
- **Forces transformatrices** : Les forces clés qui stimulent le changement en Italie sont le mouvement vert, l'accélération technologique et la poussée pour l'égalité des sexes et les droits des minorités de genre. Ces forces façonnent les valeurs, les comportements et les

aspirations, mais génèrent également de la résistance et des réactions.

- **L'avenir de la démocratie** : Nous explorons l'impact des changements sociaux et culturels sur la démocratie italienne, y compris l'érosion de la légitimité institutionnelle et la montée de l'autoritarisme doux.

Téléchargez le résumé en anglais [ici](#).

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Les Italiens recherchent de plus en plus des communautés et des groupes où ils peuvent trouver un soutien émotionnel, partager des expériences et collaborer à des objectifs communs.

Journée internationale de la femme 2025

Points de vue mitigés sur les progrès en matière d'égalité des sexes et les tensions sociétales

L'enquête d'Ipsos sur la Journée internationale de la femme, menée en collaboration avec le [Global Institute for Women's Leadership](#) du King's College de Londres, met en évidence des points de vue complexes sur l'égalité des sexes dans 30 pays.

Bien qu'il y ait des changements d'attitude positifs dans l'ensemble, des écarts significatifs persistent, en particulier chez les jeunes générations. Notamment, l'optimisme pour l'avenir des jeunes femmes est évident, mais il n'est pas également étendu aux jeunes hommes, avec 55% qui pensent que les jeunes femmes auront un meilleur avenir que la génération de leurs parents (contre 45% pour les jeunes hommes).

Bien qu'une majorité (68%) s'accorde

sur l'importance de l'égalité des sexes, moins de la moitié (42%) s'attend à des progrès significatifs dans les cinq prochaines années, reconnaissant que les initiatives actuelles pourraient être insuffisantes.

Les tensions sociétales sont reconnues à la fois entre les sexes et entre les différents groupes d'âge et économiques, en particulier par les jeunes, ce qui conduit à des points de vue polarisés sur les progrès en matière d'égalité. De plus, les expériences personnelles – comme le fait d'avoir des dirigeantes ou des aidantes – influencent considérablement les perceptions. L'enquête souligne la nécessité de progrès continus en matière d'égalité des sexes tout en prenant en compte

les préoccupations de tous les groupes démographiques, en particulier des jeunes hommes, pour favoriser un avenir plus inclusif et équitable.

Une exploration plus approfondie des différences générationnelles et des tensions sociétales est essentielle pour des progrès continus.

Téléchargez le rapport d'accompagnement [Where Next For DEI?](#)

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**55% des répondantst
pensent que les jeunes
femmes auront un meilleur
avenir que la génération de
leurs parents (contre 45%
pour les jeunes hommes).**

Indice de bonheur Ipsos 2025

Attitudes globales envers le bonheur et la qualité de vie

L'Indice de bonheur Ipsos révèle que l'Inde et les Pays-Bas sont les pays les plus heureux parmi les 30 pays interrogés, avec respectivement 88% et 86% déclarant être heureux. En revanche, la Hongrie se classe au plus bas avec seulement 45% se décrivant comme heureux.

Il est intéressant de noter que les tendances du bonheur à long terme semblent être à la baisse, avec 15 des 20 pays initialement interrogés en 2011 maintenant moins heureux - la Türkiye connaissant la baisse la plus significative de 2011 à 2025 (-40pp).

À l'inverse, l'Espagne a connu l'augmentation la plus notable du bonheur (en hausse de 11pp de 2021 à 72% en 2025).

Les difficultés financières sont de plus en plus apparues comme un contributeur principal au malheur, en particulier au Canada et aux États-Unis. La hausse de l'inflation et du coût de la vie depuis la pandémie de COVID-19 a contribué à la baisse des niveaux de bonheur. En 2025, 65% des Nord-Américains citent les préoccupations financières comme source de malheur.

Dans tous les groupes démographiques, le bonheur tend à suivre une courbe en U, les personnes les plus heureuses se trouvant généralement dans la soixantaine et la septantaine, tandis que celles dans la cinquantaine sont les moins satisfaites.

Les contributeurs courants au

bonheur comprennent la famille et le sentiment d'être apprécié, bien que ces facteurs varient selon les groupes d'âge. Notamment, les générations plus âgées valorisent les liens familiaux, tandis que les plus jeunes recherchent la reconnaissance. Les préoccupations financières dominent comme cause de malheur pour 58% des personnes insatisfaites, soulignant les pressions financières universelles qui impactent le bonheur global.

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

Les préoccupations financières sont une cause d'insatisfaction pour 58% des personnes interrogées.

Marketing générationnel

Se libérer des stéréotypes

Dans le domaine du marketing, les étiquettes générationnelles telles que la Génération Z, les Millennials, la Génération X et les Baby Boomers sont souvent mentionnées pour le ciblage. Cependant, nous soutenons que ces étiquettes, bien qu'un point de départ utile, simplifient souvent la réalité.

Les stéréotypes générationnels peuvent brouiller les informations sur les consommateurs, en négligeant la diversité au sein des groupes. Les étapes de vie et les besoins d'un individu ont souvent une plus grande influence sur les attitudes et la consommation que le positionnement générationnel seul. Particulièrement à mesure que l'inflation augmente et que le pouvoir d'achat stagne, les consommateurs accordent de plus en plus la priorité au prix dans leurs choix de marques.

Ce document souligne une vérité universelle : les consommateurs recherchent des connexions authentiques.

Ils désirent se sentir reconnus et appréciés par les marques. Il fournit aux marketeurs quatre stratégies pour transcender les stéréotypes générationnels et favoriser des connexions de marque solides.

Les points clés à retenir incluent la reconnaissance des limites de la segmentation générationnelle ; l'importance d'adapter les messages aux étapes de vie et aux besoins plutôt qu'aux catégories générationnelles ; et l'importance de l'empathie pour se connecter avec divers groupes démographiques.

Les marques qui font preuve d'empathie envers les défis et les rêves distincts de différents groupes démographiques peuvent favoriser des liens plus profonds avec les consommateurs. Malgré la collecte d'informations sur les préférences générationnelles, le principal moteur pour tous est le prix et la valeur perçue. Les marques doivent constamment répondre à

ces critères pour rester compétitives.

Tirer parti des outils de données basés sur l'IA peut également aider les spécialistes du marketing à transcender les stéréotypes, permettant un ciblage nuancé basé sur une compréhension globale des caractéristiques psychographiques et des comportements du public. Cette approche facilite des engagements de marque plus pertinents et plus percutants qui résonnent avec les consommateurs d'aujourd'hui

**Les stéréotypes
générationnels peuvent
brouiller les informations
sur les consommateurs,
en conduisant à négliger
la diversité au sein des
groupes.**

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Banque en ligne accessible

Comblant les lacunes et gagner de nouveaux clients

Le passage à la banque en ligne, bien que bénéfique pour les entreprises, a souvent négligé les besoins des personnes handicapées. De nombreux sites web et applications bancaires manquent de compatibilité avec les technologies d'assistance, créant des barrières pour une partie importante de la population.

Les banques doivent comprendre les lacunes d'accessibilité de leurs expériences bancaires en ligne afin que des améliorations puissent être apportées pour aider les personnes handicapées à accéder aux services et produits. Dans ce document, nous examinons l'importance croissante de la banque en ligne accessible, en particulier avec l'entrée en vigueur de la loi européenne sur l'accessibilité (EAA) en juin 2025, poussant les entreprises à

tenir la promesse d'expériences numériques accessibles pour tous. Nous couvrons :

- **L'importance de la banque en ligne accessible pour les personnes handicapées** : Une partie importante de la population vit avec un handicap, représentant une base de consommateurs considérable qui choisit souvent les entreprises en fonction de l'accessibilité.
- **Les risques associés à la non-conformité à l'EAA** : La non-conformité présente non seulement des risques juridiques et financiers pour les banques, mais nuit également à la réputation de la marque et à la fidélité des clients.
- **Les problèmes d'accessibilité courants avec la banque en ligne** : Il

s'agit notamment de problèmes de navigation, d'un manque de contraste des couleurs et d'un langage financier incompréhensible.

- **Les principales recommandations pour que les banques améliorent l'accessibilité de leurs plateformes numériques** : Notamment en impliquant les personnes handicapées dans le développement et en donnant la priorité au contenu essentiel.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Les marques peuvent approfondir les relations avec les clients, stimuler les recommandations et renforcer la perception positive du public en comblant les lacunes d'accessibilité de leurs expériences numériques.

What The Future : Animaux de compagnie

Comment les liens homme-animal vont-ils remodeler les marques et la société ?

L'industrie des animaux de compagnie est en plein essor, avec 150 milliards de dollars de ventes aux États-Unis et 80% des ménages plus jeunes possédant des animaux de compagnie. Mais l'évolution de la démographie, l'urbanisation et les pressions économiques remodelent le paysage de la possession et des soins des animaux de compagnie.

Pour les fabricants de produits pour animaux de compagnie, les prestataires de services et les décideurs politiques, il est crucial de comprendre l'évolution du lien homme-animal. Les outils et technologies pour les soins des animaux de compagnie progressent rapidement, de la surveillance de la santé assistée par l'IA à la nutrition haut de gamme adaptée à la vie urbaine.

What the Future: Pets explore les questions critiques pour cette nouvelle ère de compagnonnage à travers le

prisme de cinq professionnels profondément ancrés dans l'industrie des animaux de compagnie. Comment l'urbanisation va-t-elle impacter la possession d'animaux de compagnie ? Quelles stratégies résonnent avec les parents d'animaux en quête d'expériences haut de gamme ? Comment équilibrer les politiques favorables aux animaux de compagnie avec les besoins des non-propriétaires ? Comment les animaux de compagnie remplacent-ils les enfants dans les foyers ?

Plongez dans des interviews d'experts et des données récentes sur la dynamique de la possession d'animaux de compagnie à travers les générations et les modes de vie. Que vous développiez des produits pour animaux de compagnie, créiez des politiques de logement ou adaptiez les lieux de travail pour les parents d'animaux, continuez à lire pour

apprendre à naviguer dans l'avenir de l'industrie des animaux de compagnie et façonner le rôle évolutif des animaux de compagnie dans la société.

De plus, rejoignez le rédacteur en chef, Matt Carmichael, et ses invités pour [le webinaire](#) du 8 avril, où il présentera des données exclusives, des commentaires d'experts et des informations pour naviguer dans l'évolution du rôle des animaux de compagnie dans nos foyers et notre société.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

L'évolution de la démographie, l'urbanisation et les pressions économiques changent le marché des animaux de compagnie.

La vérité du cœur

Comprendre ce que nous ne savons pas sur la santé cardiaque

Les gens semblent surestimer leurs connaissances sur les maladies cardiovasculaires (MCV). Bien que 84% des personnes interrogées pensent être bien informées, seulement 47% le sont réellement.

En s'appuyant sur les résultats d'une enquête approfondie, le dernier rapport d'Ipsos, The Heart Truth, révèle d'importantes lacunes dans les connaissances qui pourraient entraver les stratégies efficaces de prévention et de traitement.

Les principales conclusions révèlent que plus de la moitié de la population n'est pas au courant des différences spécifiques au genre dans les symptômes et les taux de diagnostic ; par exemple, 52% ont perçu à tort que les symptômes d'une crise cardiaque

sont les mêmes pour les hommes et les femmes, tandis que 43% ont indiqué à tort que le risque cardiovasculaire d'une femme ne peut PAS s'accélérer pendant la ménopause.

Beaucoup ont également des idées fausses sur les facteurs de risque, tels que le vieillissement, le diabète et les choix de mode de vie.

Étonnamment, des mythes courants persistent, comme la croyance aux bienfaits du vin rouge pour la santé cardiaque ou la nécessité d'une abstention à vie de l'exercice après une crise cardiaque. Il est crucial de s'attaquer à ces idées fausses pour améliorer les résultats en matière de santé cardiaque.

Ces résultats sont issus d'une étude

menée via la solution d'enquête ad hoc FastFacts d'Ipsos.Digital en août 2024 dans six pays : la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni et les États-Unis. L'enquête ciblait les adultes âgés de 18 à 65 ans, assurant un échantillon représentatif pour chaque pays en termes d'âge et de démographie de genre.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Une éducation ciblée est nécessaire pour combler des lacunes dans les connaissances et sensibiliser davantage à l'éventail complet des facteurs de risque et des symptômes des MCV.



Raccourcis



Ce qui préoccupe le monde – Mars 2025

L'inflation est à nouveau la principale préoccupation, après une légère augmentation dans 29 pays.

Pendant ce temps, la proportion d'Américains disant que "mon pays va dans la bonne direction" est en hausse, avec 43% ayant maintenant une opinion positive. Mais il y a une nette fracture politique, avec 76% des républicains qui le disent contre 20% des démocrates.

LIRE PLUS



Enquête sur les attitudes des citoyens ukrainiens

Réalisé pour le compte de The Economist, Ipsos a interrogé le peuple ukrainien sur ses attitudes face à la guerre en cours et à la politique actuelle.

Le président Zelenskyy bénéficie d'une approbation élevée, avec 72% d'approbation. De plus, 62% disent que les élections ne devraient pas avoir lieu tant que la guerre n'est pas formellement terminée et 59% pensent qu'ils peuvent encore gagner la guerre.

LIRE PLUS



Comprendre la société

L'édition de cette année de Understanding Society s'appuie sur huit modèles MRP, pour avoir une vue granulaire de la satisfaction du public britannique à l'égard des services publics et éclairer la manière dont le gouvernement britannique peut au mieux canaliser ses efforts pour apporter des améliorations significatives et conserver la confiance du public.

Les trois quarts (75%) du public britannique estiment que les services publics se sont détériorés au cours des cinq dernières années.

LIRE PLUS



Devoir de diligence

Que signifie être un homme dans le monde d'aujourd'hui ?

Ipsos et Effie explorent comment il existe un vide dans le devoir de diligence de l'industrie du marketing envers les jeunes hommes et les garçons, les avantages de modèles masculins positifs et empathiques, et les mesures que les marques peuvent prendre pour élargir les esprits tout en continuant à servir les résultats.

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.

Veuillez envoyer un courriel à IKC@ipsos.com avec vos commentaires, y compris des idées pour du contenu futur.

Photo de couverture : **Todi, Ombrie, Italie.**

Les Italiens cherchent l'espoir parmi les défis en cours, découvrez pourquoi à la [page 6](#).

www.ipsos.com

@lipsos