

Mai 2025

IPSOS UPDATE

Une selection des
publications d'Ipsos de
par le monde

Ipsos Update Mai 2025

Notre sélection des publications d'Ipsos à travers le monde

L'attention du monde reste fixée sur les événements à la Maison Blanche. La cote d'approbation du président Trump, faible selon les normes historiques, n'a que légèrement baissé depuis son investiture en janvier, mais les voyants sont au rouge : trois Américains sur cinq estiment que le coût de la vie prend la mauvaise direction. Notre nouveau Ipsos Vibe Check révèle que 46% disent faire face actuellement à "beaucoup" d'incertitude.

Ailleurs, beaucoup perdent foi en l'Amérique. En moyenne dans 29 pays, [la proportion de ceux qui pensent que les États-Unis auront une influence positive](#) sur les affaires mondiales est passée de 77% en octobre à 63% aujourd'hui - avec des baisses bien plus marquées au Mexique et au Canada. Pour la première fois dans le monde, ils sont plus nombreux à voir la Chine comme une force

positive dans les affaires mondiales que les États-Unis. Nous suivrons tout cela de près alors que la politique étrangère américaine continue d'osciller.

Cette édition présente une [synthèse des dernières informations sur l'Amérique d'Ipsos](#). Qu'il s'agisse de comprendre la réaction du public aux stratégies possibles, de la réputation d'entreprise ou de la gestion de marque, nous sommes là pour vous aider dans 90 pays à travers le monde.

Alors que la guerre en Ukraine s'enlise, notre [dossier spécial](#) constate que l'opinion publique internationale est partagée sur ce qui doit se passer - et comment leurs pays devraient réagir à l'agression militaire. Il y a plus d'optimisme que la guerre puisse se terminer en 2025, mais l'humeur générale reste morose. En Europe et au-delà, on a le

sentiment que les pays ne devraient pas rester les bras croisés face à l'invasion de la Russie. Mais cela est loin de soutenir l'implication de leurs propres troupes dans une action militaire.

Pendant ce temps, notre [rapport People and Climate Change](#) révèle également que le public est dans une situation incertaine. Dans 32 pays, seuls 17% disent qu'une augmentation de la température moyenne de 1,5°C "n'est pas un si gros problème". Mais le sentiment que "nous échouerons les générations futures si nous n'agissons pas maintenant" est en déclin partout, beaucoup disant que leur pays est déjà invité à en faire trop pour lutter contre le changement climatique.

Dans le contexte de toutes les incertitudes actuelles, la nécessité pour nous tous de

prendre soin de notre propre santé mentale et de notre bien-être reste plus forte que jamais. Le nouveau [rapport Ipsos/AXA Mind Health](#) donne quelques indications sur la façon dont nous pouvons mieux prendre soin de nous-mêmes et de ceux qui nous entourent, afin de construire un sentiment de bien-être plus fort.

Comme toujours, nous espérons que le contenu présenté ici vous sera utile et nous nous réjouissons d'avoir de bonnes conversations dans les semaines et les mois à venir.



Ben Page
Ipsos CEO

Poll Digest

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

Canada :

53% des Canadiens estimaient qu'un gouvernement majoritaire serait le meilleur résultat des élections générales.

États-Unis :

62% des Américains observent que leur facture d'électricité et/ou de gaz a augmenté par rapport à l'année dernière.

Brésil :

50% des Brésiliens pensent que les politiques commerciales du président Donald Trump nuisent à l'économie brésilienne.

France :

77% des Français veulent que les politiques DEI soient maintenues dans les entreprises.



Grande-Bretagne :

75% des Britanniques s'attendent à ce que l'économie se détériore au cours des 12 prochains mois.

Suisse :

53% des Suisses font confiance au Conseil fédéral pour préserver les intérêts économiques de la Suisse.

Slovaquie :

37% des Slovaques jettent de la nourriture au moins une fois par semaine.

Australie :

35% des Australiens approuvent la performance d'Anthony Albanese en tant que Premier ministre et 39% désapprouvent.

SOMMAIRE



1 Les gens et le changement climatique

Perception et préoccupation mondiales face à la hausse des températures



2 Décoder la désinformation

Pourquoi nous tombons dans le piège des fausses nouvelles



3 Attitudes mondiales envers la guerre en Ukraine

Un optimisme discret pour la fin de la guerre



4 Rapport AXA sur la santé mentale

La santé mentale continue de se détériorer dans le monde entier



5 Baromètre de la mobilité

Les Européens redéfinissent leurs habitudes de mobilité



6 What Worries the World?

Un tiers des 29 pays sont préoccupés par l'inflation



7 Les États-Unis ont-ils un impact mondial positif ?

Une réputation chancelante au milieu d'une nouvelle administration



8 Viser plus haut 2.0

Le guide de représentation féminine pour les spécialistes du marketing obsédés par la croissance

Les gens et le changement climatique

Perception et préoccupation mondiales face à la hausse des températures

Alors que le monde est témoin d'une augmentation des températures mondiales, dépassant 1,5°C au-dessus des niveaux préindustriels pour la première fois en 2024, notre rapport révèle l'évolution des perceptions et des préoccupations concernant le changement climatique dans le monde entier.

Publiée à l'occasion de la Journée de la Terre, cette recherche détaillée menée dans 32 pays offre une vue complète des attitudes du public face à la crise climatique.

Les principales conclusions incluent :

- **Préoccupations croissantes :** 74% des gens expriment leur

inquiétude concernant les impacts du changement climatique sur leur pays. Cela est particulièrement marqué dans les zones à haut risque comme les Philippines et la Türkiye.

- **Opinions polarisées sur l'action gouvernementale :** En Amérique latine, il y a une forte demande pour une plus grande intervention du gouvernement, alors que 36% des personnes dans le monde estiment que leurs pays en font trop.
- **Préoccupations économiques :** En Europe, beaucoup associe la transition vers les énergies renouvelables à des coûts plus élevés pour les ménages, avec un

scepticisme quant aux avantages environnementaux des véhicules électriques.

Le rapport d'Ipsos sur les gens et le changement climatique met non seulement en lumière ces attitudes cruciales, mais explore également comment ces perceptions varient d'un pays à l'autre, impactant les marques et l'élaboration des politiques.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Si 17% des répondants sous-estiment l'importance du dépassement du seuil de température, la majorité (53%) comprend ses implications critiques.

Décoder la désinformation

Pourquoi nous tombons dans le piège des fausses nouvelles

La désinformation est un problème mondial qui menace la santé publique, la démocratie et la cohésion sociale. Il ne s'agit pas seulement de répandre des mensonges flagrants ; il s'agit souvent de vérités déformées et de récits biaisés qui façonnent subtilement l'opinion publique. Cela peut renforcer les préjugés existants, réduire la confiance dans les institutions et influencer la prise de décision.

Comprendre les facteurs qui influencent la capacité d'une personne à distinguer les vraies des fausses nouvelles est crucial pour s'attaquer à la crise de la désinformation.

En nous appuyant sur les données de notre étude à grande échelle menée

dans quatre pays (France, Inde, Royaume-Uni et États-Unis), nous explorons les facteurs psychologiques et sociétaux qui rendent les gens enclins à croire aux fausses nouvelles. Notre approche révèle comment des éléments tels que l'émotion, la pensée analytique, le contexte culturel et le paysage numérique influencent notre capacité à discerner les informations vraies des fausses.

La lutte contre la désinformation nécessite un effort collaboratif entre différents secteurs, des décideurs politiques aux éducateurs en passant par les organisations médiatiques et les individus. Cela inclut la promotion de l'éducation aux médias, l'encouragement de la pensée

analytique et la promotion d'un partage responsable de l'information.

En comprenant les facteurs qui rendent les gens enclins à croire aux fausses nouvelles, nous visons à fournir des informations exploitables pour aider à combattre la crise de la désinformation et à créer un paysage informationnel plus informé et digne de confiance pour tous.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

La recherche montre que les gens ne se trompent pas sur les informations de manière aléatoire ; leurs perceptions sont plutôt façonnées par des biais cognitifs, des habitudes de consommation des médias et des niveaux de confiance institutionnelle.



Attitudes mondiales envers la guerre en Ukraine

Un optimisme timide quant au retour de la paix

Dans 27 des 29 pays interrogés, plus de personnes pensent que le conflit en Ukraine prendra fin en 2025 qu'il y a six mois. L'Italie et Singapour ont connu la plus forte augmentation depuis novembre 2024 de la croyance que la guerre se terminera cette année (en hausse de 22 points de pourcentage (pp) et 19pp respectivement).

Cependant, le tableau global reste sombre. Dans de nombreux pays européens, la majorité pense qu'il est peu probable que la guerre se termine d'ici janvier prochain. Plus des deux tiers en Allemagne (71%), en Suède (67%) et aux Pays-Bas (68%) croient que c'est le cas.

Par conséquent, les gens pensent que des actions sont nécessaires contre

la Russie. Deux tiers (63%) des 29 pays estiment que ne rien faire en Ukraine encouragera la Russie à prendre d'autres actions militaires ailleurs en Europe et en Asie. Dans tous les pays sauf un (la Hongrie), les gens sont plus susceptibles de penser que ne rien faire enhardira la Russie. La Pologne, la Thaïlande et les Pays-Bas ont connu les plus fortes augmentations depuis 2023 du sentiment que ne rien faire entraînera d'autres actions militaires (en hausse de 16pp, 10pp et 9pp respectivement).

La guerre en cours semble avoir apporté un sentiment d'unité, les deux tiers (65%) des 29 pays déclarant que "mon pays doit soutenir les nations souveraines lorsqu'elles sont attaquées par d'autres pays". Une

majorité dans tous les pays interrogés, sauf trois, ressent cela. Cependant, bien qu'il y ait un soutien pour la défense des nations souveraines, parmi les 13 pays de l'OTAN couverts par cette enquête, 11 d'entre eux ont vu le soutien baisser par rapport à 2023 et tous les pays de l'OTAN ont vu le soutien pour la défense des autres baisser depuis 2022



Dans de nombreux pays européens, la majorité pense qu'il est peu probable que la guerre se termine d'ici janvier prochain.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Rapport AXA sur la santé mentale

La santé mentale continue de se détériorer dans le monde entier

Le dernier rapport d'AXA sur la santé mentale révèle un déclin mondial préoccupant du bien-être mental. Les principales conclusions de l'étude menée dans 16 pays révèlent une forte prévalence des troubles mentaux (32% de la population depuis 2023), les jeunes adultes étant touchés de manière disproportionnée (44%).

Les scores utilisés pour évaluer les indications de dépression, d'anxiété et de stress s'aggravent, avec une augmentation suggérée de la dépression à 47% (contre 44% en 2023), du stress à 64% (contre 62% en 2023) et de l'anxiété atteignant un niveau record de 23% (contre 20% en 2023 et 17% en 2022).

Plusieurs facteurs contribuent à ce déclin, notamment l'instabilité financière, l'insécurité de l'emploi,

l'incertitude quant à l'avenir, l'exposition aux informations négatives, l'agitation socio-politique et la solitude. L'utilisation excessive des médias sociaux et des technologies numériques a un impact négatif sur les jeunes adultes, bien qu'elle serve également de moyen de connexion et d'accès à l'information.

Le stress au travail a également un impact significatif sur la santé mentale. Les congés de maladie dus à des problèmes de santé mentale, par exemple le stress, sont en augmentation (27%, +4 points). Les employés identifient le salaire, la charge de travail, l'équilibre travail-vie personnelle, la stabilité de l'emploi et le style de management comme ayant un impact négatif sur leur santé mentale. Par conséquent, il y a une forte demande de soutien en matière de

santé mentale sur le lieu de travail (52%), en particulier chez les jeunes et ceux qui subissent des niveaux de stress élevés.

Sur une note positive, une grande majorité se sent généralement bien informée sur le sujet de la santé mentale, sur ce qu'il faut faire s'ils pensent souffrir d'un problème de santé mentale (71%), sur les symptômes qui devraient les alerter (70%) et sur ce qu'il faut faire s'ils pensent qu'un de leurs proches souffre d'un problème de santé mentale (66%).

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

52% des jeunes adultes estiment qu'une utilisation intensive des médias sociaux et des appareils numériques affecte négativement leur santé mentale.

Baromètre de la mobilité

Les Européens redéfinissent leurs habitudes de mobilité

Les Européens adoptent de plus en plus des méthodes de transport plus écologiques, selon le Baromètre de la mobilité Europ Assistance 2025 dans neuf pays.

Bien que les voitures personnelles restent le principal mode de transport (86% de possession), l'utilisation des véhicules électriques et hybrides est en hausse (13% en 2025 contre 10% en 2023), notamment en Italie et en Suisse.

Malgré cela, l'intérêt pour l'achat de véhicules électriques a stagné au cours des trois dernières années (27% en 2025), probablement en raison du coût (51%) et des inquiétudes concernant l'infrastructure de recharge (26%). À l'inverse, les économies sur les coûts de carburant (40%) et les préoccupations

environnementales (35%) sont les principales motivations pour l'achat de véhicules électriques.

Bien que 84% des Européens préfèrent la voiture personnelle comme principal mode de transport, les modes alternatifs gagnent du terrain. La marche et l'utilisation des transports publics ont augmenté au cours des cinq dernières années, en particulier en Espagne et en Autriche. L'utilisation des vélos électriques a également augmenté, notamment en France, en Belgique et en Allemagne.

Un changement significatif est la volonté croissante d'abandonner la possession d'une voiture personnelle (33% en 2025 contre 30% en 2024), en particulier en Espagne, en Italie et en Suisse. Cela reflète l'acceptation croissante de la mobilité partagée et

hybride ainsi que des transports publics.

Le transport multimodal devient la norme, avec 86% des Européens utilisant la voiture, 54% les transports publics et 48% les vélos. L'amélioration des infrastructures est un facteur clé de motivation pour l'utilisation des vélos et des scooters (32%), et le covoiturage et l'autopartage sont en croissance, en particulier en Espagne, en Autriche et au Portugal.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



La marche et les transports publics ont gagné en popularité, avec une utilisation plus fréquente qu'il y a cinq ans.

What Worries the World?

Toujours la vie chère

L'écart de positivité entre les républicains et les démocrates en Amérique reste important. La proportion de républicains qui disent que les États-Unis "vont dans la bonne direction" a légèrement baissé de 76% à 74%. Alors que la proportion de démocrates exprimant le même point de vue a chuté de quatre points de pourcentage à 16%, créant une différence de 58 points. Le mois dernier, l'écart était de 56 points.

Pour une analyse plus approfondie de l'actualité, visitez la nouvelle page Know the New America, un bulletin mensuel des meilleures informations d'Ipsos sur les États-Unis adaptées au monde.

Pendant ce temps, après une augmentation de cinq points, plus

d'un Canadien sur deux (53%) considère maintenant l'inflation comme un problème majeur - un niveau qui n'avait pas été observé depuis juin 2024, lorsqu'il avait atteint un pic de 54%.

L'Argentine, qui avait l'habitude de connaître des niveaux record d'inquiétude, a également augmenté de neuf points pour atteindre deux cinquièmes (41%). Cependant, cela est loin de son pic de 76% en mai 2023.

De plus, en Amérique latine, le Pérou a connu une augmentation significative de 10 points depuis le mois dernier, les trois quarts (75%) des répondants exprimant leur inquiétude en avril 2025. C'est 12 points de plus qu'à la même époque l'année dernière et le

niveau d'inquiétude le plus élevé concernant l'inflation enregistré pour le Pérou depuis octobre 2016, lorsqu'il était également à 75%.

Et à travers l'Europe, l'inquiétude concernant les conflits militaires augmente, en particulier en France, qui a connu la plus forte augmentation de ceux qui disent que c'est une préoccupation - en hausse de 10 points depuis le mois dernier pour atteindre une personne sur quatre (25%).

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



74% des républicains pensent que les États-Unis vont dans la bonne direction (contre 16% des démocrates).

Les États-Unis exercent-ils une influence positive sur le Monde ?

Une réputation chancelante du fait de la nouvelle administration

La proportion de personnes disant que les États-Unis auront une influence positive sur les affaires mondiales a diminué dans 26 des 29 pays au cours des six derniers mois.

Aujourd'hui, 46% en moyenne dans les 29 pays disent que les États-Unis auront une influence positive, contre 59% qui disaient la même chose en octobre 2024, avant l'élection présidentielle.

Il y a six mois, 52% des Canadiens considéraient les États-Unis comme une influence positive ; maintenant, seuls 19% ressentent la même chose. Cette chute de 33 points est la plus importante enregistrée pour n'importe quel pays. Alors que la cote des États-Unis a également chuté chez son voisin du nord pendant le premier mandat de Trump, c'est le score le plus bas que nous ayons enregistré pour le Canada depuis que nous avons commencé à suivre cette

question en 2015.

Encore plus surprenant, la Chine, pour la première fois en dix ans de pose de ces questions, est maintenant considérée comme ayant une influence plus positive. Sur les 29 pays couverts, une moyenne de 49% affirment que la Chine aura un effet positif sur les affaires mondiales, en hausse de dix points par rapport à il y a six mois. Israël et l'Iran restent les pays les moins susceptibles d'être perçus comme ayant une influence positive sur la scène internationale. Le score de l'Iran s'est cependant amélioré au cours des six derniers mois, tout comme ceux de la Chine, du Pakistan, de la Russie et de l'Arabie Saoudite.

Commentant ces résultats, Chris Jackson, vice-président senior d'Ipsos aux États-Unis, a déclaré : "Trois mois après le début de la deuxième administration Trump et six mois après

son élection, la réputation des États-Unis en tant que force pour le bien dans le monde a pris un sérieux coup, en particulier parmi nos alliés traditionnels en Europe et au Canada. Cela va à l'encontre de la promesse de campagne répétée de Donald Trump de restaurer le respect pour l'Amérique dans le monde. Cependant, étant donné l'orientation vers l'intérieur de nombreux Américains, il est peu probable que la base MAGA remarque notre position diminuée sur la scène mondiale."

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



46% des répondants à travers 29 pays s'attendent à ce que les États-Unis aient une influence positive sur le monde, contre 59% il y a six mois.

Viser plus haut 2.0

L'atout de la représentation féminine pour un marketing visant la croissance

Les femmes ne sont pas seulement un public cible ; elles sont des puissances économiques, des décideuses et des influenceuses d'achat. Cependant, notre recherche montre un décalage entre cette réalité et leur représentation dans la publicité.'

Viser plus haut 2.0', une collaboration entre Ipsos et SeeHer, comble cet écart. Dans le rapport, nous présentons nos conclusions sur la façon dont les femmes veulent être représentées dans la publicité en 2025, et comment une représentation précise générera de meilleurs résultats commerciaux et un impact à long terme. Les spécialistes du marketing ont une opportunité de croissance sans précédent - et la

responsabilité - de viser plus haut dans la publicité.

Les principales conclusions incluent :

- **Elle est importante - pour les résultats !** : Des représentations précises des femmes favorisent la réussite commerciale. Des scores GEM® élevés sont positivement corrélés à l'efficacité créative et à l'augmentation des ventes.
- **Comblent l'écart de représentation** : Seules 15% des femmes estiment que leur représentation dans la publicité reflète leur identité, contre près de 40% des hommes. Les représentations authentiques ne se limitent pas à l'inclusivité ; elles favorisent la connexion et influencent les décisions d'achat.

Les marques ont une réelle opportunité de faire mieux.

- **Aller au-delà du minimum** : Bien que la représentation appropriée et respectueuse se soit améliorée au cours des cinq dernières années, les progrès ont stagné là où cela compte le plus. La qualité de la représentation des femmes n'a pas été élevée au niveau où elle devrait être, et les femmes ne se voient toujours pas comme des figures inspirantes dans les publicités.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Une représentation positive des femmes dans la publicité génère une augmentation des ventes de 10% et plus de valeur pour votre investissement média.

Raccourcis



KEYS – Quelle est la prochaine étape pour l'ESG ?

L'ESG est-il à la croisée des chemins ? Les recherches d'Ipsos montrent que le changement climatique, la pauvreté et les inégalités restent des préoccupations constantes et significatives qui unissent les gens dans le monde entier. Mais les entreprises sont confrontées à un équilibre délicat entre profit, objectif et politique.

Nous essayons de comprendre l'état de l'ESG dans les entreprises aujourd'hui, en définissant les éléments clés que nous devons bien faire.

REGARDE ICI



Connaître la nouvelle Amérique

Il s'agit d'une dépêche mensuelle des meilleures informations d'Ipsos sur les États-Unis, adaptées au monde entier.

Ce qui se passe actuellement en Amérique est en train de façonner les marchés et la politique dans le monde entier. Ipsos couvre de manière unique les citoyens, les électeurs et les consommateurs aux États-Unis et dans le monde : dans cette mise à jour, nous rendons compte chaque mois des actions de l'administration Trump - et de la réaction du public et de l'économie américains.

LIRE PLUS



Semer les graines de la croissance

Ce rapport offre une analyse approfondie de l'industrie des aliments à base de plantes, tant au niveau mondial qu'en Inde.

Les informations tirées de conversations avec des experts du secteur, de recherches sur les consommateurs et de données de marché ont été synthétisées pour fournir une vue complète de ce secteur en rapide évolution.

LIRE PLUS



Guide de réussite d'un retardataire de l'expérience client

L'étude CSI Insurance d'Ipsos indique que les clients ne se sentent pas toujours valorisés et fiers d'être clients de leur assureur. Les fournisseurs doivent aller au-delà des transactions en répondant aux besoins émotionnels des clients à travers les six forces qui influencent l'attachement : Certitude, Traitement équitable, Contrôle, Statut, Appartenance et Plaisir.

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 : **Istanbul, Türkiye**. La Türkiye est particulièrement préoccupée par le changement climatique et la corruption politique, découvrez-en plus aux pages [5](#) et [10](#).

www.ipsos.com

@ipsos