

Septembre 2025

IPSOS UPDATE

Notre sélection des
publications d'Ipsos à
travers le monde

Ipsos Update Septembre 2025

Notre sélection des publications d'Ipsos à travers le monde

Quel était votre matière préférée à l'école ? Et quelles leçons vous rappellent de mauvais souvenirs ? C'est la rentrée des classes dans de nombreuses régions du monde, et notre nouveau [Moniteur d'Éducation Ipsos](#) explore la façon dont les gens perçoivent le paysage auquel sont confrontés les enfants et les jeunes aujourd'hui. Spoiler : l'histoire apparaît comme la matière la plus populaire, la religion étant au bas du tableau de popularité. Nous avons été encouragés de voir l'idée de "matières pour garçons" et "matières pour filles" s'estomper parmi les jeunes générations. Pendant ce temps, à une époque où l'on peut parfois avoir l'impression que personne n'est d'accord sur rien, j'ai été frappé par le consensus, dans les 30 pays de notre étude, selon lequel les moins de 14 ans ne devraient pas pouvoir accéder aux médias sociaux.

L'Australie interdira aux enfants d'avoir des comptes de médias sociaux en décembre ; tout gouvernement ayant l'intention de faire de même peut le faire en sachant qu'il a le soutien du public – du moins en principe.

Nous trouvons moins de consensus sur les thèmes abordés dans notre dernier [Indice Ipsos sur les Égalités](#). Cela dit, deux fois plus de personnes disent encore que les campagnes visant à promouvoir l'égalité dans leur pays doivent aller plus loin que celles qui disent qu'elles devraient être réduites. Notre éclairage spécial sur l'état d'esprit aux États-Unis révèle que 68 % des Démocrates estiment que le gouvernement est le principal responsable de la réduction des inégalités dans le pays, ce qui est conforme à la moyenne des 31 nations. En revanche, les opinions des

Républicains sont très différentes ; seulement 26 % considèrent cela comme une responsabilité du gouvernement. La base électorale de Donald Trump a sa propre vision distinctive des choses.

Le président Trump a déclaré pour la première fois son ambition de "Rendre à l'Amérique sa grandeur" il y a plus d'une décennie. Notre équipe a suivi l'opinion des gens sur le pays – et cela ne s'améliore pas. En mai 2017, alors que sa première administration commençait, 51 % déclaraient que l'Amérique était "grande" (évaluant la nation à au moins huit sur dix sur une échelle de grandeur). Aujourd'hui, seulement 36 % des Américains pensent que la nation est à huit ou plus. Inscrivez-vous à notre newsletter "[Connaître la nouvelle Amérique et au-delà](#)" pour en savoir plus.

Ailleurs, ce tour d'horizon de septembre présente ce que les Libanais pensent des produits fabriqués chez eux (plutôt positif), ce que les Français pensent des films (la comédie est leur préférée) et si les Britanniques se conformeraient aux interdictions d'arrosage pendant les récentes vagues de chaleur (ils ne sont pas très enthousiastes). Quelles que soient vos priorités pour les mois à venir, nos collègues d'Ipsos sont impatients de discuter de la manière dont nous pouvons vous aider à mieux comprendre le monde agité d'aujourd'hui.



Simon Atkinson
**Chief Knowledge
Officer**

Résumé des sondages

Quelques résultats du mois issus des sondages Ipsos à travers le monde

Canada :

82 % des propriétaires de petites entreprises investissent dans l'IA.

États-Unis :

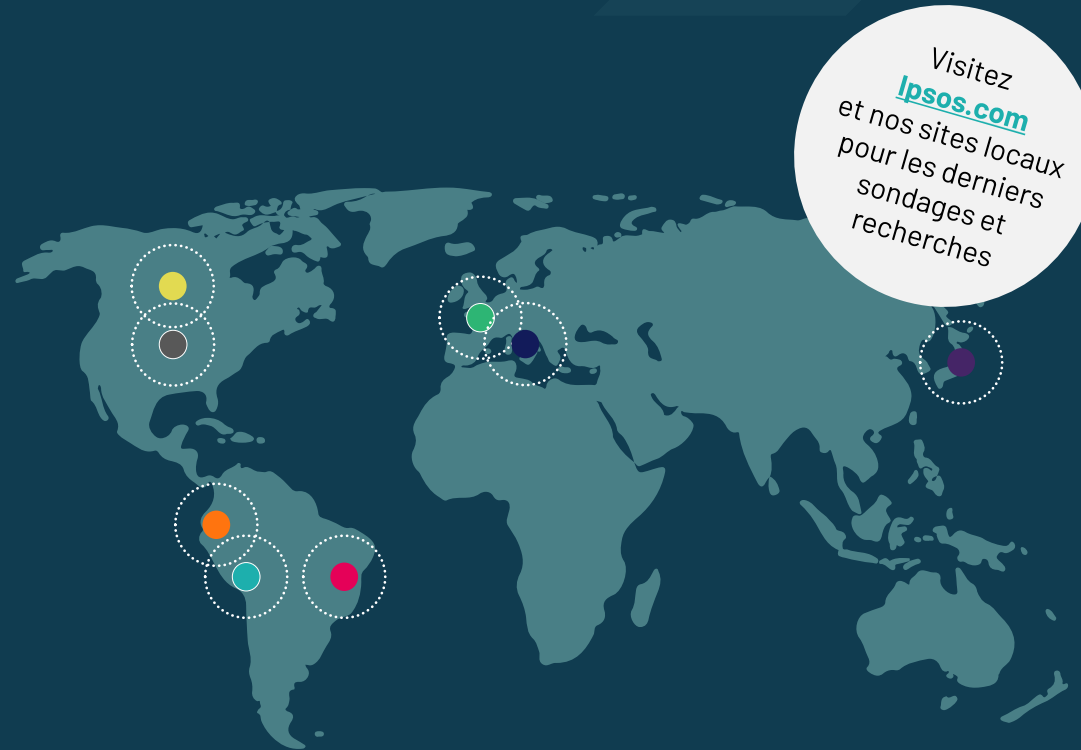
32 % des Américains s'attendent à ce que les tarifs douaniers créent des emplois (contre 39 % qui ne sont pas d'accord).

Brésil :

28 % des Brésiliens jugent les 100 premiers jours du pape Léon XIV « moyens ».

Chili :

72 % des Chiliens se sentent exposés au risque d'une maladie grave ou d'un accident.



Pérou :

48 % des Péruviens se déclarent fiers de la gastronomie du pays.

France :

53 % des Français déclarent que la comédie est leur genre de film préféré, suivie par l'action (48 %) et les thrillers (32 %).

Italie :

63 % des Italiens attendent les Jeux d'hiver de 2026 avec enthousiasme et curiosité.

Japon :

80 % des Japonais déclarent faire des achats en ligne au moins une fois par mois.

SOMMAIRE



Indice Ipsos sur les Égalités 2025

Il faut en faire plus

1



Connaître la Nouvelle Amérique

Les dernières perspectives d'Ipsos sur les États-Unis

2



Moniteur d'Éducation Ipsos 2025

Interdire les médias sociaux aux enfants

3



Ce qui inquiète le monde

La criminalité et la violence s'imposent comme la principale préoccupation

4



La fin du commencement

Percées, défis et orientations futures

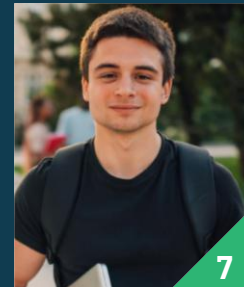
5



What the Future: Bien-être

L'impact de la technologie, des politiques publiques et de la baisse de confiance

6



Une fenêtre sur la santé financière de la génération Z 2025

L'inflation frappe les jeunes à l'entrée dans l'âge adulte

7



Masculinité Moderne et Solitude

Les sentiments d'isolement deviennent prévalents

8

Indice Ipsos sur les Égalités 2025

Il faut en faire plus

Le résultat de l'élection présidentielle américaine de 2024 a provoqué un changement dans le climat politique mondial, avec des répercussions sur la manière dont les questions sociales sont discutées et dont les politiques en matière d'égalité, de diversité et d'inclusion sont formulées. La troisième édition de l'Indice Ipsos sur les Égalités montre où et comment les opinions publiques évoluent en réponse à cela – et où elles ne le font pas.

En moyenne, dans 31 pays, plus de personnes croient que nos chances de succès dans la vie sont déterminées par nos propres mérites (42 %) que par des facteurs indépendants de notre volonté (30 %).

Ces chiffres ont très peu changé

depuis 2023.

Un peu plus des deux cinquièmes (43 %) pensent que les efforts visant à promouvoir l'égalité pour tous les groupes de personnes doivent aller plus loin – plus du double de la proportion (21 %) qui disent qu'ils sont déjà allés trop loin. Mais cet écart s'est réduit – en 2023, près de la moitié (49 %) disaient qu'il fallait en faire plus, et moins d'un sur cinq (19 %) disaient que les choses étaient allées trop loin.

Comparés à d'autres pays, les Américains sont considérablement moins susceptibles de tenir le gouvernement responsable de la lutte contre les inégalités (48 % contre une moyenne mondiale de 65 %), et beaucoup plus susceptibles de dire

que c'est le rôle des individus (34 % contre une moyenne mondiale de 20 %).

Au Canada, nos collègues tentent de comprendre et de combler le fossé [générationnel de la nation en utilisant les données de cette recherche](#). Ils explorent ce que signifient l'équité, l'opportunité et le succès pour chaque génération et mettent en évidence les similitudes et les différences.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

42 % croient que nos chances de succès dans la vie sont déterminées par nos propres mérites.

Connaître la Nouvelle Amérique

Les dernières perspectives d'Ipsos sur les États-Unis

En utilisant [l'Ipsos Consumer Tracker](#), nous posons aux Américains des questions sur la culture, l'économie et les forces qui façonnent nos vies.

Plus de dix ans se sont écoulés depuis que le président Trump a annoncé son objectif de "Rendre à l'Amérique sa grandeur" et ce mois-ci, nous avons examiné les attitudes des Américains envers la grandeur de la nation. Dans l'ensemble, le sentiment de grandeur s'estompe.

Alors qu'en 2017, 51 % des Américains considéraient la nation comme grande, avec une division significative entre Républicains (69 %) et Démocrates (44 %), nos dernières données révèlent que seulement 36 % maintiennent cette opinion. Ce changement reflète des divisions partisans croissantes, avec un écart de 37 points entre les partis en

2025 (54 % Républicains contre 17 % Démocrates).

Alors, quand l'Amérique était-elle la plus grande ? Une majorité (en baisse) dit que c'était avant les années 1980. Cela signifie que 58 % (contre 70 % en 2017) pensent que la nation était à son apogée avant le lancement du Sony Walkman. Seulement 9 % pensent qu'elle est à son apogée aujourd'hui. Plus (12 %) pensent qu'elle n'a jamais été grande. Les Américains blancs sont moins susceptibles de penser que l'Amérique n'a jamais été grande.

Nous nous penchons également sur les perceptions des nouvelles économiques, qui sont notablement divisées (encore une fois) selon les lignes partisans. Alors que des analyses antérieures en avril révélaient que les Républicains étaient deux fois

plus susceptibles de considérer les développements économiques positivement que les Démocrates, des enquêtes récentes montrent un déclin de l'optimisme des deux côtés.

L'écart se creuse également, les Républicains étant trois fois plus susceptibles (26 %) que les Démocrates (9 %) de percevoir les nouvelles économiques positivement, tandis que les Démocrates les perçoivent plus souvent négativement (70 %).

LIRE PLUS

CONTACT

En 2017, 51 % des Américains considéraient leur nation comme « une grande nation ». En 2025, seulement 36 % maintiennent cette opinion.

Moniteur de l'Éducation Ipsos 2025

Des majorités dans tous les pays soutiennent désormais l'interdiction des médias sociaux pour les enfants

En moyenne, dans 30 pays, 71 % sont favorables à l'interdiction de l'utilisation des médias sociaux par les enfants de moins de 14 ans, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des écoles, selon la troisième édition du Moniteur d'Éducation Ipsos.

Le soutien a augmenté de 6 points de pourcentage depuis 2024 et des majorités dans les 30 pays sont désormais favorables à l'interdiction.

Cependant, le soutien à l'interdiction des smartphones dans les écoles (55 % sont favorables) et à l'interdiction de l'utilisation de l'IA comme Chat GPT dans les écoles (37 % sont favorables) est moins évident.

La santé mentale des jeunes apparaît comme un thème clé du rapport de

cette année. En moyenne, un tiers des personnes dans le monde (33 %) considèrent les problèmes de santé mentale comme l'anxiété et la dépression comme l'un des plus grands défis auxquels sont confrontés les jeunes aujourd'hui, ce qui en fait le problème n°1.

Une majorité (53 %) déclare que la santé mentale des jeunes dans leur pays est aujourd'hui mauvaise, contre 37 % qui disent la même chose de la santé physique des jeunes.

En ce qui concerne les matières que les gens ont le plus appréciées à l'école, l'histoire arrive en tête, citée par 32 %, suivie des mathématiques (30 %) et des sciences (26 %). Mais l'histoire et les mathématiques s'avèrent être des sujets qui divisent,

figurant également parmi les trois matières les moins appréciées (mathématiques 37 %, histoire 19 %).

Chez les baby-boomers, il existe une distinction claire entre les matières populaires auprès des garçons (sciences, mathématiques) et celles populaires auprès des filles (langue locale, littérature). Mais chez les jeunes générations, cet écart s'est considérablement réduit – et a presque disparu pour les sciences et les mathématiques.

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

Une majorité (53 %) déclare que la santé mentale des jeunes dans leur pays est aujourd'hui mauvaise.

Ce qui inquiète le monde

La criminalité et la violence s'imposent comme la principale préoccupation

En août, la proportion de personnes dans 30 pays mentionnant la criminalité et la violence comme une préoccupation majeure s'élève à un tiers (32 %), tandis que l'inquiétude concernant l'inflation a légèrement diminué pour atteindre trois personnes sur dix (30 %) – consolidant davantage la criminalité comme le problème principal d'aujourd'hui.

La criminalité et la violence ont toujours été une préoccupation pressante en Amérique latine, cinq des six pays d'Amérique latine de notre liste la plaçant comme leur principale préoccupation. La Suède et la France la placent également comme leur préoccupation numéro un – à 64 % et 38 % respectivement.

Les Australiens ont également atteint

un nouveau sommet d'inquiétude concernant la criminalité et la violence ce mois-ci, suite à une augmentation de six points de l'inquiétude à 36 % – le niveau d'inquiétude le plus élevé du pays depuis février 2018 (38 %).

Ailleurs, après que les tensions le long de la frontière entre la [Thaïlande et le Cambodge se soient transformées en action militaire](#), nous constatons que l'inquiétude de la Thaïlande concernant les conflits militaires entre nations a augmenté de 13 points pour atteindre son niveau le plus élevé (50 %).

Nous examinons plus en détail la Thaïlande dans le reportage spécial de ce mois-ci, en explorant plus en profondeur les préoccupations de ce

pays.

Pour coïncider avec la publication du [Moniteur d'Éducation Ipsos 2025](#), nous nous penchons également sur la question de l'éducation, en explorant comment l'inquiétude varie selon les nations.

Les Argentins sont les plus préoccupés par l'éducation, trois sur dix (30 %) estimant que c'est l'un des problèmes les plus importants auxquels leur nation est confrontée.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



La moitié (50 %) des Thaïlandais déclarent que les conflits militaires entre nations sont l'un des plus grands problèmes auxquels leur pays est confronté.

La fin du commencement

Percées, défis et orientations futures

La maladie d'Alzheimer (MA) touche plus de 15 millions de personnes dans le monde et devrait devenir un problème de santé mondial croissant à mesure que l'espérance de vie augmente. Aux États-Unis, les coûts directs et indirects associés à la MA s'élèvent à environ 300 milliards de dollars par an – ce chiffre devrait atteindre 7,8 milliards de dollars en 2030.

La cause exacte de la MA est inconnue, mais la génétique et les facteurs environnementaux semblent jouer un rôle. L'explication la plus préminente postule que les agrégations de bêta-amyloïde pathogène entraînent un dysfonctionnement neuronal et, plus tard, la mort.

Après des décennies de revers, ce domaine semble être à un point crucial, avec de multiples nouvelles thérapies qui devraient remodeler le paysage du traitement dans les années à venir. Cependant, les défis passés et les obstacles réglementaires ont souligné la nécessité de solutions plus complètes et d'une innovation continue.

Le domaine s'oriente vers un diagnostic et une intervention plus précoces, tout en explorant des voies de recherche prometteuses au-delà des approches anti-amyloïde et ciblant la protéine tau. Un investissement continu dans un éventail de modalités sera essentiel, tout comme l'incorporation de nouveaux biomarqueurs et outils

d'imagerie pour permettre une médecine de précision.

Dans ce point de vue, nos experts en soins de santé partagent les dernières recherches, soulignent la nécessité de solutions holistiques et se tournent vers d'éventuels traitements prometteurs dans les voies de recherche – ces dernières pouvant atteindre un point critique.

Le marché de la maladie d'Alzheimer devrait passer d'environ 0,2 milliard de dollars en 2023 à 7,8 milliards de dollars en 2030.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

What The Future: Bien-être

L'impact de la technologie, des politiques publiques et de la baisse de confiance

La recherche d'une vie saine influence chaque aspect de la vie américaine. Mais ce tableau change plus vite que jamais.

Les innovations pharmaceutiques et numériques sont sur le point de transformer les soins de santé. Les institutions de recherche sont confrontées à de nouveaux défis de financement. La conversation aux États-Unis sur des sujets tels que la santé des femmes et le bien-être mental évolue. Le consensus sur l'alimentation et la forme physique est en train de changer. Et pendant ce temps, l'allongement de l'espérance de vie et les changements démographiques créent de nouvelles considérations pour les aspirations personnelles et les politiques publiques.

Chacun de ces problèmes créera de nouvelles opportunités et exigera de nouvelles stratégies. Mais surtout, les dirigeants, les institutions et les marques devront instaurer la confiance afin de naviguer dans l'avenir de la santé publique. "What the Future: Wellness" explore cette tension et ses implications pour les innovateurs de produits, les spécialistes du marketing et les stratèges d'entreprise dans les industries de la santé, pharmaceutique et technologique.

Nous nous appuyons sur des entretiens exclusifs et des analyses d'experts pour découvrir les tensions et les opportunités clés qui façonneront l'avenir du bien-être et expliquer comment les marques peuvent jouer un rôle significatif en

aidant les gens à vivre plus longtemps et en meilleure santé.

Rejoignez-nous le 15 septembre pour le [webinaire "What the Future: Wellness"](#), pour une plongée approfondie dans ces découvertes.

L'émission présentera des extraits de nos entretiens avec des experts du Département américain des Anciens Combattants, de la Menopause Society, de l'Université de New York et de l'Université Johns Hopkins.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Pendant ce temps, l'allongement de l'espérance de vie et les changements démographiques créent de nouvelles aspirations personnelles et de nouvelles attentes en matière de politiques publiques.

Une fenêtre sur la santé financière de la génération Z 2025

L'inflation frappe les jeunes à l'entrée dans l'âge adulte

Cette étude, menée pour le compte de Bank of America, a révélé que, confrontée à des coûts de vie plus élevés, une majorité de jeunes adultes aux États-Unis prennent des mesures pour améliorer leur santé financière.

La recherche a montré que la génération Z américaine estime que son manque de revenus est un problème, plus de la moitié (53 %) ne pensant pas gagner suffisamment d'argent pour vivre la vie qu'elle souhaite, et beaucoup ayant du mal à épargner de manière constante. En fait, 55 % déclarent ne pas avoir suffisamment d'épargne d'urgence pour couvrir trois mois de dépenses.

Bien que la génération Z sache qu'épargner pour l'avenir est important, elle a du mal à le faire, près

de la moitié (43 %) déclarant ne pas être en bonne voie pour épargner activement pour la retraite, même si elle le souhaiterait.

Un tiers (33 %) de la génération Z est stressé par ses finances, et parmi eux, 52 % déclarent que l'instabilité économique en est la cause principale. Lorsqu'ils sont stressés par leurs finances, beaucoup (90 %) sont susceptibles de prendre des mesures, notamment vérifier le solde de leur compte bancaire (69 %), établir un budget (64 %) ou payer leurs factures à l'avance (46 %).

La génération Z comprend l'importance de la santé financière, et elle valorise la transparence avec ses amis concernant l'argent. Conformément aux résultats des années précédentes, les deux tiers

(66 %) de la génération Z ne se sentent pas poussés par leurs amis à dépenser au-delà de leurs moyens, et 42 % se sentent à l'aise de refuser des activités sociales et de faire savoir à leurs amis que c'est parce qu'ils n'en ont pas les moyens.

La santé financière est également importante dans les relations amoureuses pour la génération Z – près de quatre sur cinq (78 %) déclarant que la responsabilité financière est un attribut important lors du choix d'un partenaire.



Plus de la moitié (53 %) de la génération Z américaine estime ne pas gagner suffisamment pour vivre la vie qu'elle souhaite.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Masculinité moderne et solitude

Les sentiments d'isolement deviennent prévalents

Un jeune Britannique sur trois (36 %) âgé de 16 à 34 ans déclare se sentir seul au moins une fois par semaine et un jeune sur dix (11 %) déclare se sentir seul au moins une fois par jour. Cela malgré le fait que les trois quarts (75 %) des 16-34 ans déclarent avoir « beaucoup » d'amis, les jeunes hommes (81 %) étant plus susceptibles que les jeunes femmes (69 %) de déclarer avoir beaucoup d'amis.

Ce nouveau sondage fait partie de la campagne « Modern Masculinity » d'Ipsos au Royaume-Uni et de JOE Media, qui vise à fournir une image fondée sur des preuves de la masculinité moderne et à dissiper les mythes entourant les jeunes hommes britanniques.

La recherche se concentre sur la

façon dont les Britanniques socialisent, montrant des différences d'âge et de genre dans la façon dont le public britannique se fait et garde des amis. Richie Jones, directeur client d'Ipsos au Royaume-Uni, suggère que le « lien côte à côte » joue un rôle plus important dans les amitiés masculines jeunes que pour les autres groupes, certaines parties de la génération Z étant coincées dans un « limbo de solitude » où elles ont beaucoup d'amis mais se sentent toujours seules.

Nous constatons désormais un fossé entre les personnes âgées et les jeunes en ce qui concerne leur capacité à nouer des amitiés, un cinquième (21 %) des 16-34 ans déclarant que ne pas savoir comment ou où se faire des amis constitue un obstacle aux nouvelles amitiés,

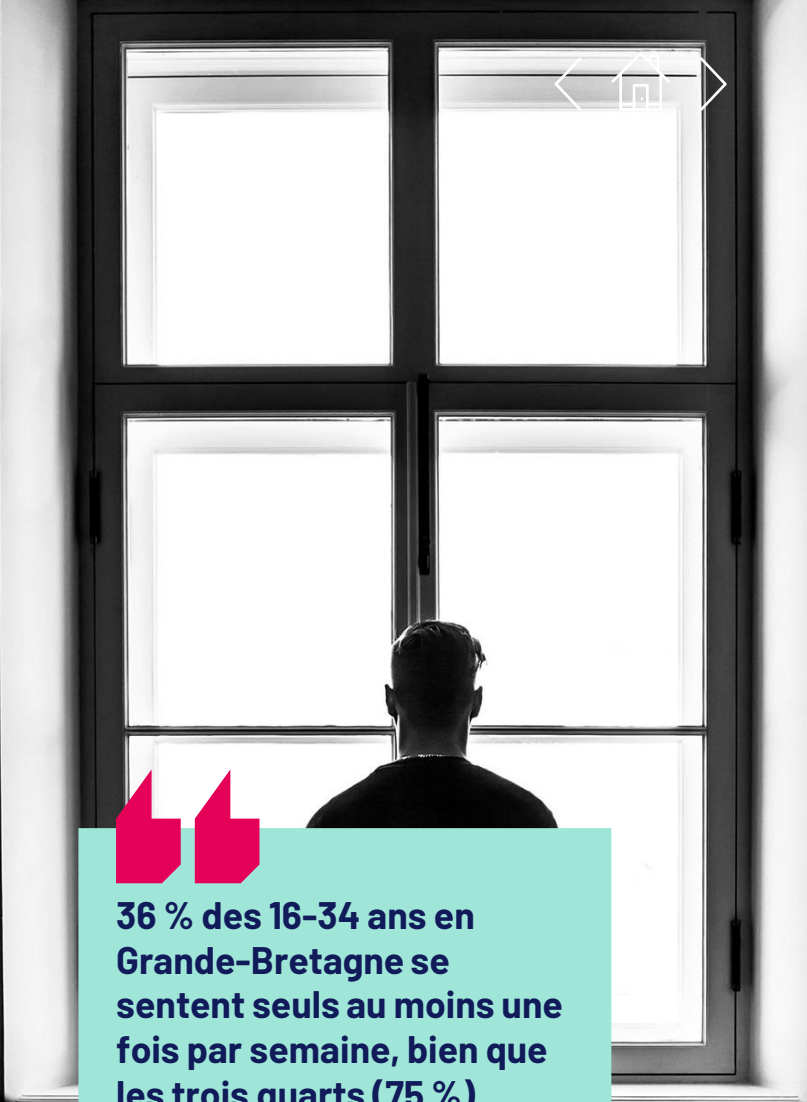
contre seulement 9 % des 55-75 ans. 36 % des jeunes déclarent qu'un manque de confiance les empêche de se faire de nouveaux amis, contre 20 % des 55-75 ans. Trois jeunes sur dix (29 %) déclarent qu'un manque de temps dû au travail les empêche de se faire de nouveaux amis.

N'oubliez pas de consulter les travaux précédents d'Ipsos avec JOE Media, [explorant les perceptions des jeunes hommes sur ce que les femmes recherchent chez un partenaire.](#)

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

A black and white photograph of a person's silhouette looking out a large window with multiple panes. The person is seen from behind, looking out towards a bright, overexposed area. In the top right corner of the window frame, there are small navigation icons: a left arrow, a house icon, and a right arrow.

36 % des 16-34 ans en Grande-Bretagne se sentent seuls au moins une fois par semaine, bien que les trois quarts (75 %) déclarent avoir « beaucoup » d'amis.

Raccourcis



Fabriqué au Liban

Ipsos au Liban a mené une étude nationale pour évaluer le sentiment du public envers les produits fabriqués au Liban.

Alors que 68 % considèrent les produits libanais positivement et 61 % estiment qu'ils correspondent aux normes de qualité internationales, les perceptions varient selon les catégories, les cosmétiques et les produits diététiques étant considérés comme des domaines nécessitant des améliorations.

[LIRE PLUS](#)

Attitudes américaines envers l'alimentation, la santé et la réglementation

Dans le cadre de notre série sur les sentiments des Américains concernant tout ce qui touche à l'alimentation, cette édition révèle que les Américains de tous horizons sont préoccupés par l'impact de leur alimentation sur leur santé et leur bien-être. Indépendamment de leur affiliation politique, les gens s'accordent à dire que le gouvernement devrait faire davantage pour assurer la sécurité alimentaire.

[LIRE PLUS](#)

Interdictions de tuyaux d'arrosage et vagues de chaleur

Un nouveau sondage d'Ipsos au Royaume-Uni révèle que 36 % du public britannique ne sont que "quelque peu" préparés à ajuster leur travail ou leurs routines quotidiennes à la chaleur, et 12 % déclarent ne pas être du tout préparés.

Ce manque de préoccupation est démontré par les conclusions d'Ipsos selon lesquelles seulement la moitié (49 %) des Britanniques se conformeraient aux interdictions de tuyaux d'arrosage si celles-ci étaient mises en place dans leurs régions.

[LIRE PLUS](#)

Rapport sur les questions autochtones 2025

Les efforts de réconciliation en Australie sont confrontés à des vents contraires importants, les gestes symboliques perdant de leur faveur auprès du public, selon le dernier rapport Ipsos Indigenous Issues 2025.

Le rapport mesure les perceptions des Australiens sur les questions relatives aux Prem res Nations, y compris la reconnaissance autochtone et le rôle du gouvernement dans l'action en faveur des peuples des Prem res Nations, en suivant les attitudes à l'égard de ces questions depuis 2021.

[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.

Cover photo: **Callao, Pérou**. Le Pérou est le pays le plus susceptible d'être d'accord sur le fait que le succès d'une personne est basé sur le mérite. Pour en savoir plus, voir [page 5](#).

www.ipsos.com

@Ipsos