

Août 2026

IPSOS UPDATE

Notre sélection des
publications d'Ipsos à
travers le monde

Ipsos Update Août 2026

Notre sélection des publications d'Ipsos à travers le monde

Alors que la crise iranienne approche désormais de son sixième mois, il apparaît clairement que l'économie mondiale s'est mieux adaptée que prévu initialement. Pourtant, les consommateurs restent prudents. La confiance ne s'effondre pas, mais elle ne se redresse pas non plus de manière convaincante. L'incertitude liée au conflit s'ajoute à une inquiétude déjà présente.

Le coût de la vie demeure la principale préoccupation aux États-Unis, au Canada, en Irlande, en Turquie, à Singapour, en Australie et au Japon. Le dernier rapport What Worries the World montre également un moral particulièrement morose dans les pays du G7.

Le travail de notre équipe canadienne sur « l'Économie de l'Endurance » est particulièrement instructif. Il décrit une longue période d'adaptation au cours de laquelle les ménages, les entreprises et les institutions s'ajustent à des conditions qui semblent structurelles plutôt que temporaires.

Le Royaume-Uni traverse également une période mouvementée. Le pays compte désormais un nouveau Premier ministre, le septième depuis 2016. Andy Burnham prend ses fonctions alors que seulement 19 % des Britanniques estiment que le pays va dans la bonne direction, soit 14 points de moins qu'il y a un an. Notre nouveau rapport We British retrace l'évolution de la société

britannique depuis les années 1980. En 1988, 72 % des Britanniques étaient satisfaits de leur niveau de vie ; aujourd'hui, malgré un PIB réel par habitant bien plus élevé, ils ne sont plus que 52 %.

Deux nouveaux rapports couvrant 30 pays mettent également en lumière les difficultés auxquelles les gouvernements sont confrontés pour arbitrer entre des priorités concurrentes. L'Indice mondial des infrastructures montre que les citoyens s'interrogent sur la capacité de leur pays à réaliser de grands projets, tandis que le Baromètre de la transition énergétique révèle des préoccupations croissantes concernant la dépendance aux sources

d'énergie étrangères.

L'intelligence artificielle est un autre domaine où les opinions sont partagées. Notre nouvelle étude Shopping with AI montre que les consommateurs adoptent l'IA pour la recherche d'informations et les comparaisons de produits, mais hésitent à lui confier la finalisation des achats, surtout pour les achats importants.



Simon Atkinson
**Chief Knowledge
Officer**

Résumé des sondages

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

États-Unis :

63 % des démocrates et 66 % des républicains américains souhaitent mieux comprendre les personnes ayant des opinions politiques différentes.

Canada :

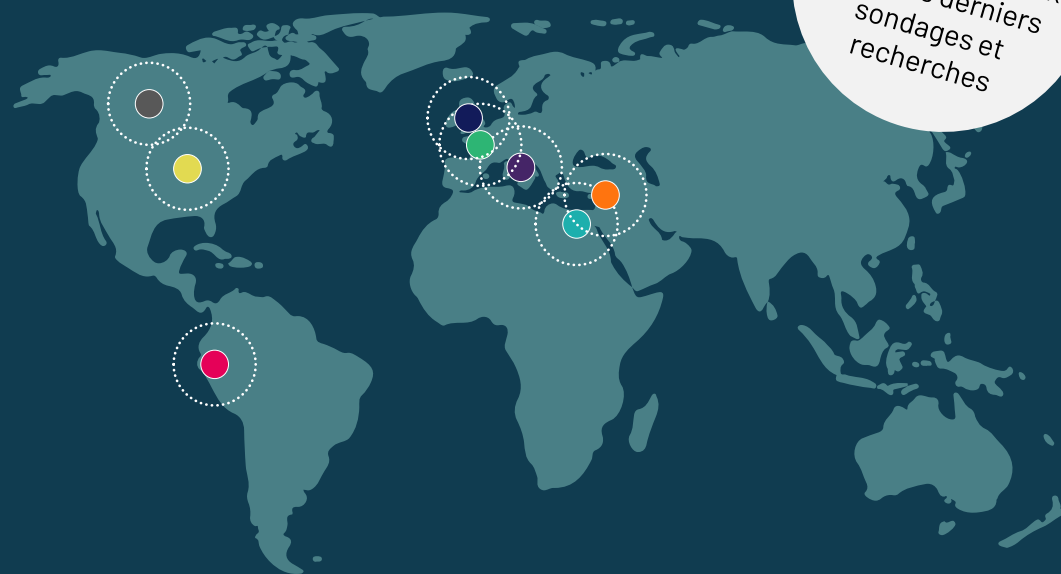
32 % des Canadiens reconnaissent avoir exagéré leurs compétences en IA auprès de leurs collègues.

Pérou :

Les destinations les plus recommandées par les Péruviens sont : Le Machu Picchu (58 %), Le centre historique de Cusco (28 %), et Les bains incas (26 %).

Égypte :

42 % des Egyptiens craignent de ne pas pouvoir couvrir financièrement leurs dépenses quotidiennes.



Liban :

55 % des Libanais se sentent émotionnellement épuisés tous les jours ou plusieurs fois par semaine.

France :

59 % des Français estiment que la Fête nationale du 14 juillet est une célébration essentielle qui doit être marquée avec fierté.

Grande-Bretagne :

39 % des Britanniques citent l'immigration comme un enjeu majeur, devant l'économie (37 %).

Italie :

50 % des Italiens considèrent la mafia comme l'un des problèmes les plus urgents du pays, contre 62 % en 2022.

SOMMAIRE



Acheter avec l'IA

Comment l'intelligence artificielle transforme le parcours d'achat

1



Journée mondiale des réfugiés 2026

Les attitudes restent stables, mais les interrogations sur la mise en œuvre persistent

2



Diagnostic différentiel

Réflexions sur l'utilisation des données synthétiques dans les études de marché en santé

3



Baromètre de la transition énergétique 2026

Accessibilité financière, sécurité énergétique et changement climatique

4



Indice mondial des infrastructures 2026

Un appétit toujours fort pour l'investissement dans les infrastructures

5



We British

Des Walkman au Wi-Fi... et après ?

6



Les publicités de la Coupe du monde 2026

Ce qu'il fallait pour se démarquer

7



L'Économie de l'endurance à mi-2026

L'état d'esprit des consommateurs ne montre aucun signe du rebond attendu

8

Acheter avec l'IA

Comment l'intelligence artificielle transforme le parcours d'achat

L'intelligence artificielle (IA) redéfinit l'expérience d'achat, mais pas de la manière que beaucoup avaient imaginée. S'appuyant sur des données recueillies dans 15 marchés, cette étude Ipsos Views révèle que, si l'IA transforme la façon dont les consommateurs découvrent les produits, ils restent fermement attachés au contrôle de la décision d'achat finale.

Parmi les consommateurs qui connaissent les outils d'IA, 27 % les utilisent déjà pour rechercher des produits avant un achat, tandis que 43 % supplémentaires se disent ouverts à cette pratique.

Cependant, les consommateurs fixent des limites claires lorsqu'il s'agit d'autoriser l'IA à effectuer l'achat final. Bien que l'ouverture à la recherche

assistée par l'IA soit élevée, seuls 9 % des consommateurs permettent aujourd'hui à l'IA d'effectuer des achats de manière autonome, et seulement 24 % envisageraient de le faire.

Plutôt que de remplacer le parcours d'achat, l'IA devient un puissant levier d'amélioration.

Alors que 71 % des personnes estiment que l'IA doit être abordée avec prudence, la confiance, plus que la technologie, constitue le principal moteur de son adoption. Cette confiance varie fortement selon l'âge et les régions du monde.

Pour les marques et les distributeurs, la pression est bien réelle. Comment justifier les investissements dans l'IA lorsque le retour sur investissement n'est pas clairement établi ? Comment

répartir les budgets entre innovation numérique et expérience en magasin ? Quels points de contact peuvent être automatisés sans risquer de perdre des clients ? Lesquels méritent d'être préservés ou renforcés afin d'équilibrer l'influence croissante de l'IA ?

La réponse ne consiste pas à choisir un camp, mais à comprendre précisément où l'IA crée de la valeur dans le parcours d'achat de votre catégorie.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



Plutôt que de remplacer l'écosystème commercial, l'IA devient un puissant levier d'amélioration.



Journée mondiale des réfugiés 2026

Les attitudes restent stables, mais les interrogations sur la mise en œuvre persistent

Dans un contexte marqué par des niveaux historiquement élevés de déplacements de population, des pressions économiques et des débats persistants sur l'immigration, l'enquête annuelle d'Ipsos à l'occasion de la Journée mondiale des réfugiés montre que le soutien du public à l'accueil des réfugiés demeure fort, mais s'accompagne de doutes sur le fonctionnement concret des dispositifs d'accueil des réfugiés.

Dans les 29 pays étudiés, deux personnes sur trois (66 %) estiment que les personnes fuyant la guerre ou les persécutions devraient pouvoir trouver refuge dans d'autres pays.

L'intensité du soutien varie selon les pays : 78 % des Suédois et des Néerlandais se déclarent favorables à

l'accueil des réfugiés, contre respectivement 44 % et 47 % en Corée du Sud et à Singapour.

Les opinions peuvent toutefois évoluer fortement avec le temps, comme le montrent le Japon (de 23 % en 2019 à 64 % en 2026) et la France (de 43 % à 68 %). Le soutien au principe de l'accueil s'accompagne néanmoins d'un certain scepticisme quant à sa mise en œuvre concrète. Dans les 29 pays, six personnes sur dix (61 %) doutent que nombre de ceux qui se déclarent réfugiés aient réellement besoin d'une protection.

L'opinion publique est particulièrement divisée sur les politiques les plus restrictives. Une personne sur deux (49 %) est d'accord avec l'affirmation selon laquelle il

faudrait « fermer complètement les frontières aux réfugiés, car nous ne pouvons en accepter aucun actuellement », tandis que 41 % ne sont pas d'accord.

Les différences entre pays restent importantes, soulignant que les attitudes sont davantage façonnées par les contextes nationaux que par une position mondiale commune.

Le soutien au principe de l'accueil des réfugiés s'accompagne d'un scepticisme sur son application dans la pratique.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Diagnostic différentiel

Réflexions sur l'utilisation des données synthétiques dans les études de marché en santé

À une époque où la technologie et les données façonnent tous les aspects de l'industrie, les données synthétiques joueront un rôle essentiel dans l'avenir des études de marché dans le secteur de la santé.

Dans cette publication Ipsos Views, nos experts Healthcare partagent leur vision de l'application des méthodologies de données synthétiques dans les sciences de la vie. Ils explorent les usages concrets déjà opérationnels, les domaines où ces approches restent encore expérimentales, ainsi que les raisons pour lesquelles le secteur de la santé impose des exigences de validité plus strictes que les études consommateurs. Ils fournissent également des recommandations précieuses pour tirer parti de ces

technologies tout en préparant le terrain à de futures innovations.

Principaux enseignements :

- Les données synthétiques créent déjà de la valeur en augmentant les échantillons dans les maladies rares, en activant des segmentations à travers des profils types générés par l'IA et en complétant les variables manquantes.
- Le secteur de la santé nécessite des approches spécifiquement conçues pour ses enjeux : raisonnement clinique, répondants experts et exigences réglementaires créent des défis uniques en matière de validation.
- La qualité des données synthétiques peut être évaluée grâce au cadre

SURE d'Ipsos, qui propose une approche structurée reposant sur la similarité statistique, l'utilité, la rareté et la validation par des experts.

- Les organisations qui obtiennent les meilleurs résultats combinent la rapidité de l'IA avec la validation humaine, en renforçant les études primaires plutôt qu'en les remplaçant.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Les outils de données synthétiques ont le pouvoir d'améliorer de manière significative la recherche dans le domaine de la santé.

Baromètre de la transition énergétique 2026

Accessibilité financière, sécurité énergétique et changement climatique

La transition énergétique mondiale entre dans une nouvelle phase, façonnée autant par les préoccupations liées à l'accessibilité financière et à la sécurité énergétique que par le changement climatique.

Le Baromètre Ipsos de la transition énergétique 2026 révèle une montée des inquiétudes liées à l'énergie dans 31 pays, les citoyens étant de plus en plus attentifs au coût, à la fiabilité et à la résilience des systèmes énergétiques.

L'accessibilité financière demeure la préoccupation dominante. Trois personnes sur quatre (76 %) s'inquiètent de la hausse des coûts de l'énergie, tandis que 52 % déclarent qu'il est devenu plus difficile de payer leurs factures énergétiques. Près d'une personne sur deux (49 %) a réduit d'autres dépenses afin de faire face à ces coûts. Les pressions les plus fortes se font sentir

dans les économies émergentes et les pays fortement exposés aux chocs des prix de l'énergie.

La sécurité énergétique est devenue un enjeu majeur à la suite des tensions géopolitiques. Sept personnes sur dix (70 %) estiment que leur pays dépend trop des sources d'énergie étrangères, tandis que 60 % soutiennent la priorité donnée à l'indépendance énergétique, même si cela entraîne des coûts plus élevés. Parallèlement, 53 % souhaitent que les gouvernements privilégient des prix de l'énergie bas, même si cela entraîne une augmentation des émissions, illustrant la tension croissante entre ambitions climatiques et réalités économiques.

Les préoccupations concernant la fiabilité du système ajoutent une couche supplémentaire d'incertitude. Moins de la moitié des personnes interrogées (46 %) sont convaincues que leur région pourra

répondre à la demande future d'électricité, et seulement 35 % estiment que les réseaux électriques sont prêts à satisfaire les besoins énergétiques des centres de données liés à l'IA.

Malgré ces pressions, le soutien à la transition énergétique reste fort. Deux tiers des répondants (67 %) soutiennent les investissements dans les énergies renouvelables et les solutions de stockage, tandis que l'énergie solaire bénéficie d'un soutien massif du public.



52 % des personnes interrogées dans 31 pays déclarent qu'il est devenu plus difficile de payer leurs factures énergétiques.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Indice mondial des infrastructures 2026

Un appétit toujours fort pour l'investissement dans les infrastructures

Le dernier Indice mondial des infrastructures d'Ipsos, réalisé en partenariat avec la Global Infrastructure Investor Association (GIIA), révèle une forte concurrence entre les différentes priorités d'investissement en matière d'infrastructures.

L'enquête 2026, menée dans 29 pays entre avril et mai, montre que les citoyens placent l'approvisionnement en eau et l'assainissement en tête de leurs priorités (42 %), suivis par la construction de nouveaux logements (37 %). Viennent ensuite, à égalité avec 36 %, les infrastructures ferroviaires, les infrastructures solaires ainsi que les trottoirs et espaces piétonniers.

Les résultats mettent en évidence

d'importantes différences entre les pays. À titre d'exemple, l'approvisionnement en eau et l'assainissement sont considérés comme prioritaires par 72 % des Sud-Africains, contre seulement 19 % des Sud-Coréens. De même, la construction de logements est citée par 53 % des Néerlandais mais par seulement 5 % des Japonais.

Par ailleurs, près de quatre personnes sur dix (38 %) se déclarent satisfaites des infrastructures de leur pays, retrouvant ainsi les niveaux observés en 2023 après une légère amélioration en 2024 (40 %). Trois personnes sur dix (30 %) se disent insatisfaites, tandis que 29 % n'expriment ni satisfaction ni insatisfaction.

Toutefois, le niveau de satisfaction a

fortement reculé entre 2024 et 2026 dans trois pays du G7 : le Royaume-Uni et l'Allemagne (–11 points chacun) ainsi que les États-Unis (–8 points). Une baisse est également observée au Mexique, en Thaïlande et en Indonésie.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

57 % estiment que leur pays n'en fait pas assez pour répondre à ses besoins en infrastructures.



La Grande-Bretagne est devenue plus libérale, plus diverse et plus connectée, mais aussi plus pessimiste quant à l'avenir.

We British

Des Walkman au Wi-Fi... et après ?

Le dernier rapport Understanding Society d'Ipsos analyse l'évolution de la société britannique au cours des quatre dernières décennies en comparant les attitudes et les comportements des années 1980 avec ceux d'aujourd'hui.

La Grande-Bretagne est devenue plus libérale, plus diverse et davantage connectée sur le plan technologique. Cependant, elle est également devenue plus pessimiste quant à son avenir et moins confiante envers ses institutions.

Bien que la plupart des Britanniques restent globalement satisfaits de leur propre vie, la confiance dans la manière dont le pays est gouverné s'est fortement dégradée. La confiance envers les responsables politiques, le gouvernement, les services publics et la mobilité sociale a diminué, tandis que le pessimisme économique atteint des

niveaux records. Beaucoup ont le sentiment que le contrat social ne fonctionne plus, alimentant la fragmentation du paysage politique et un sentiment croissant de déclin national.

La société britannique accepte aujourd'hui beaucoup plus qu'auparavant la diversité des modes de vie, des origines, des structures familiales et des identités sexuelles. Les jugements moraux reposent de plus en plus sur les notions d'autonomie, de consentement et de préjudice, plutôt que sur les règles religieuses traditionnelles.

Toutefois, malgré cette libéralisation des valeurs sociales, l'opinion publique demeure divisée sur des questions économiques telles que la fiscalité, la protection sociale et l'équilibre entre

responsabilité individuelle et solidarité collective.

Le rapport souligne également l'impact de la technologie sur la vie quotidienne. Les smartphones, Internet et les réseaux sociaux sont désormais essentiels à la vie moderne, offrant de nouvelles opportunités tout en suscitant des inquiétudes concernant le bien-être des enfants, la cohésion sociale et l'impact de l'IA sur l'emploi.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Les publicités de la Coupe du monde 2026

Ce qu'il fallait pour se démarquer

La Coupe du monde de la FIFA 2026 a offert aux marques une occasion majeure de toucher une audience mondiale. Toutefois, l'analyse d'Ipsos montre qu'il ne suffisait pas de s'appuyer sur des images familières du football pour sortir du lot.

Alors que de nombreux annonceurs ont largement utilisé les codes visuels traditionnels de la Coupe du monde, tels que les matchs, les stades ou les bars sportifs, les campagnes les plus efficaces ont trouvé des moyens de se différencier.

Les recherches d'Ipsos montrent que les éléments distinctifs de la marque ont joué un rôle clé. Les publicités les plus performantes utilisaient des symboles produits et une identité visuelle immédiatement

reconnaissables, permettant au public d'identifier instantanément l'annonceur.

Ces résultats rappellent un défi bien connu du marketing de sponsoring événementiel : les grands événements sportifs attirent naturellement l'attention, mais ils peuvent aussi rendre les campagnes publicitaires interchangeables. Les marques qui se limitaient à des décors inspirés du football risquaient de se fondre dans une multitude d'exécutions créatives similaires.

L'analyse souligne également l'importance de trouver le juste équilibre entre engagement émotionnel et différenciation. Une publicité liée à la Coupe du monde est plus efficace lorsqu'elle capte

l'enthousiasme et la portée culturelle de l'événement tout en conservant un lien fort avec la marque.

Attirer l'attention lors d'un événement mondial de premier plan ne consiste donc pas seulement à exploiter l'occasion, mais aussi à dépasser les conventions en s'appuyant sur des actifs de marque distinctifs.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Les marques qui se sont appuyées uniquement sur des univers visuels liés au football risquaient de se fondre dans une multitude de créations similaires.



76 % des Canadiens considèrent la hausse des prix et l'inflation comme un risque personnel.

L'Économie de l'endurance à mi-2026

L'état d'esprit des consommateurs canadiens ne montre aucun signe du rebond attendu

Six mois après le début de 2026, l'idée selon laquelle le ralentissement de l'inflation et la stabilisation des taux d'intérêt permettraient un retour rapide à la normale économique semble de plus en plus éloignée de la réalité.

Plutôt qu'un cycle classique de reprise, le Canada évolue dans une période de contraintes durables, où l'adaptation à long terme façonne le comportement des consommateurs.

Même si l'inflation se normalise progressivement, les Canadiens continuent d'évoluer dans un contexte marqué par la prudence financière, un optimisme limité et une incertitude structurelle.

Trois signaux caractérisent l'environnement actuel :

1. L'accessibilité financière demeure le principal prisme à travers lequel les Canadiens interprètent la situation économique. 76 % des Canadiens considèrent la hausse des prix et l'inflation comme un risque personnel.
2. L'adaptation est devenue plus importante que la reprise. Plutôt que d'attendre un retour aux conditions antérieures, les Canadiens ont ajusté leurs comportements : 42 % déclarent fréquenter moins souvent les restaurants et 29 % réduisent leurs dépenses de loisirs et de divertissement.
3. Le Canada apparaît plus divisé que jamais. Les ménages propriétaires d'actifs vivent une réalité économique différente de celle des

ménages dépendants de leurs revenus, tandis que les jeunes Canadiens font face à des défis distincts de ceux des générations plus âgées.

Les questions pour les dirigeants d'entreprise sont les suivantes : comment cette adaptation prolongée va-t-elle remodeler le marché et les stratégies actuelles sont-elles alignées sur cette nouvelle réalité ?

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

Les raccourcis



KEYS – Les nouvelles frontières de la confiance envers les marques

À une époque marquée par les progrès technologiques rapides et les bouleversements géopolitiques, les fondements du succès des marques sont-ils en train d'être redéfinis ?

Découvrez nos nouvelles analyses et réflexions issues du Festival international de la créativité Cannes, Lions et d'autres événements majeurs.

REGARDE ICI



Le catalyseur géopolitique en Inde

Pendant des années, nous avons parlé des véhicules électriques au futur. Mais alors que le conflit en Iran continue de provoquer des perturbations sur les marchés énergétiques mondiaux, cette conversation est désormais entrée dans le quotidien des consommateurs. Pour les consommateurs urbains indiens, les tensions géopolitiques ne sont pas seulement des gros titres : elles se traduisent directement par une augmentation du coût des déplacements quotidiens. Ce que nous observons en 2026 n'est pas simplement un ralentissement des segments traditionnels, mais un changement profond.

LIRE PLUS



Sondage politique au Royaume-Uni – Juillet 2026

Les récents sondages révèlent un fort désir de changement parmi la population sur de nombreux sujets politiques, alors qu'Andy Burnham entre à Downing Street en tant que septième Premier ministre britannique en dix ans.

Cependant, nos recherches soulignent le manque de confiance envers les partis politiques et leurs dirigeants pour mettre en œuvre ces changements. Une nette majorité du public reste convaincue qu'aucun parti politique ne dispose actuellement d'un plan crédible répondant à ses attentes.

LIRE PLUS



Enquête Patients des médecins généralistes au Royaume-Unis 2026

L'enquête de cette année montre une nouvelle amélioration de l'expérience des patients par rapport à l'année précédente, poursuivant la tendance positive observée depuis 2024.

Elle porte sur les services des cabinets de médecine générale au Royaume-Uni, le dernier contact avec le cabinet, la qualité des soins reçus lors du dernier rendez-vous, l'expérience globale du cabinet médical, l'accès aux soins lorsque le cabinet est fermé, les services pharmaceutiques, les soins dentaires du NHS ainsi que l'état de santé actuel des répondants.

LIRE PLUS

CONTACT

Toutes les informations contenues dans cette mise à jour Ipsos sont du domaine public – et sont donc accessibles aux collaborateurs et aux clients d'Ipsos.

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

Veuillez envoyer un e-mail à IKC@ipsos.com pour tout commentaire, y compris des idées de contenu futur.

Cover photo: **Tokyo, Japon.** Une majorité de la population soutient l'accueil des personnes en quête de refuge.

www.ipsos.com

@ipsos