

IPSOS UPDATE

Une sélection de publications récentes d'Ipsos à travers le monde

Novembre 2023

IPSOS UPDATE NOVEMBRE 2023

Notre sélection parmi les dernières publications d'Ipsos à travers le monde

Nous avons tous été choqués par les événements horribles qui se déroulent en Israël et à Gaza. Les coûts humains sont bien trop évidents et bouleversants, tandis que les implications géopolitiques sont incertaines et inquiétantes. Le conflit renouvelé au Moyen-Orient est un rappel de notre "polycrise" en cours, sur fond de sombres nouvelles économiques.

La confiance des consommateurs reste mitigée, notre indice mensuel montrant des baisses en Asie du Sud-Est (Malaisie, Singapour et Indonésie) ainsi que dans plusieurs pays européens (Pays-Bas, Suède et France). Bien que les préoccupations concernant le coût de la vie se soient stabilisées, elles restent élevées : l'inflation est le principal problème à l'échelle mondiale selon notre étude "Ce qui préoccupe le monde" depuis 19 mois consécutifs.

Les conflits, ainsi que les défis économiques, entraînent une augmentation de l'immigration, et Ipsos constate que la préoccupation mondiale quant à sa gestion est désormais à son plus haut niveau depuis trois ans, avec une préoccupation particulièrement élevée en Turquie, en Allemagne et aux Pays-Bas. Avec le vieillissement de la population active en Europe, les gouvernements et les citoyens sont confrontés à des choix difficiles. La pauvreté et l'inégalité figurent également parmi les principales préoccupations du public mondial, et notre nouvelle étude menée dans 16 pays montre une réalité frappante : une personne sur cinq dans le monde déclare que leurs enfants ont eu faim au cours du dernier mois. Pendant ce temps, nous sommes également confrontés à une crise mondiale de l'obésité, où "le sucre est plus

dangereux que la poudre à canon", pour citer Yuval Noah Harari.

Toujours en ce qui concerne les problèmes de santé, après la pandémie, la santé mentale a dépassé le cancer en tant que préoccupation numéro un en matière de santé, en particulier chez les femmes. Quatre travailleurs sur dix dans le monde déclarent avoir dû prendre du temps libre en raison du stress.

Étant donné nos préoccupations en matière de santé, nous pouvons nous consoler en sachant que les médecins et les scientifiques conservent leur position de professions les plus fiables au monde dans notre dernier indice de confiance. Les politiciens conservent leur position de moins fiables, suivis des journalistes et des cadres publicitaires. Ce n'est rien de nouveau - les politiciens sont toujours parmi les moins fiables dans la plupart des sociétés - mais étant donné notre besoin désespéré de leadership, cela est toujours troublant.

Enfin, avec autant d'incertitude, la nostalgie est en plein essor - 60% des personnes dans le monde nous disent "Je voudrais que mon pays soit comme il était". C'est le thème de notre publication Ipsos Flair sur le Brésil, intitulée "Nostalgie et perspectives". La dixième édition de la série examine l'expérience du Brésil au cours de la dernière décennie et explore la dynamique du septième pays le plus peuplé au monde. Nous espérons que certaines des recherches présentées ici pourront vous être utiles dans votre travail. Comme toujours, n'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez discuter de quoi que ce soit plus en détail.

Ben Page, Ipsos CEO



POLL DIGEST

Allez sur [ipsos.com](https://www.ipsos.com) et nos sites locaux pour les derniers sondages et recherches

Chiffres glânés parmi nos dernières enquêtes à travers le monde

USA : 60 % souhaitent que les États-Unis fassent partie d'une force de maintien de la paix entre Israël et la Palestine.

CHILI : 75 % des Chiliens en faveur d'un minimum de mesures de protection du bien-être animal dans les exploitations avicoles.

CROATIE : Près de 8 Croates sur 10 prêts à faire des changements pour préserver l'environnement.

GB : 65 % des Britanniques en faveur de l'enseignement de l'histoire des Noirs britanniques dans le secondaire.

TURQUIE : 65 % des consommateurs ne savent pas quoi faire pour mener une vie plus "durable".

PAKISTAN : Une majorité craint de ne pas pouvoir couvrir ses besoins financiers quotidiens.

AU SOMMAIRE CE MOIS-CI

MENTAL HEALTH DAY 2023

Une préoccupation croissante

Bien que 78 % pensent que la santé mentale est aussi importante que la santé physique, seuls 34 % déclarent que le système de santé de leur pays les traite de manière égale.

DEMYSTIFYING DOUBLE MATERIALITY

Le nouveau modèle de compliance ESG

Nous partageons une nouvelle approche innovante pour les évaluations de double matérialité - un outil essentiel pour combler la division perçue entre "bon pour le portefeuille" et "bon pour les gens et la planète".

WHAT WORRIES THE WORLD?

L'immigration redevient un enjeu majeur

Même si l'inflation demeure la principale préoccupation à l'échelle globale, l'immigration revient sur le devant de la scène.

NOT ENOUGH

Enquête globale sur la malnutrition

Les données de cette enquête menée par Ipsos pour World Vision International dans 16 pays montrent que si des progrès ont été réalisés, la malnutrition infantile demeure un problème majeur dans le monde.

TETRA PAK INDEX 2023

L'avenir de la santé et de la nutrition

Les enjeux des marques et les attentes des consommateurs en matière nutrition – santé et de sécurité alimentaire.

GLOBAL TRUSTWORTHINESS INDEX 2023

La cote des professions à travers le monde

La confiance dans différentes professions à travers 31 pays, y compris les politiciens, les médecins et les scientifiques.

RESPECTING RESPONDENTS

Prendre en compte les participants aux enquêtes

Le nombre de personnes disposées à participer aux études de marché est limité. Attirer et fidéliser les participants les plus engagés dans la recherche fournira les données et les réponses de meilleure qualité.

FLAIR BRÉSIL 2024

Nostalgie et visions d'avenir

Rédigée par nos experts locaux, la 10ème édition de Flair Brésil analyse en profondeur les facteurs sociaux, économiques et politiques du pays.



WORLD MENTAL HEALTH DAY

A la recherche de l'équilibre

Alors que 78 % pensent que la santé mentale est aussi importante que la santé physique, seulement 34 % des personnes dans le monde déclarent que le système de santé de leur pays les traite de manière égale, selon cette enquête Ipsos publiée pour la Journée mondiale de la santé mentale. 58 % des personnes dans 31 pays déclarent penser souvent à leur bien-être mental (55 % en France, soit une augmentation de 6 points en un an).

S'appuyant sur trois années de données de tendance, l'étude explore les changements dans la façon dont les gens se sentent vis-à-vis de leur propre santé mentale et les facteurs qui influent sur leur bien-être mental, le tout en tenant compte du contexte plus large du système de santé.

Le stress est considéré comme le 3ème plus important enjeu de santé dans la dernière vague de l'[Ipsos Global Health Service Monitor](#).

À l'échelle mondiale, 62 % déclarent qu'au moins une fois au cours de l'année écoulée, ils ont ressenti du stress au point que cela a eu un impact sur leur vie quotidienne ; 34 % disent que cela s'est produit plusieurs fois. 39 % disent qu'ils ont dû prendre des congés en raison du stress au cours de la dernière année, dont 18 % disent avoir dû le faire à plusieurs reprises.

Les femmes sont plus susceptibles de dire que le stress a un impact sur leur vie. Plus d'un tiers des femmes (36 %) déclarent qu'au cours de l'année écoulée, il y a eu plusieurs fois où le stress a eu un impact sur leur vie quotidienne, ou qu'elles ont eu l'impression de ne pas pouvoir faire face, contre 26 % des hommes. Les femmes sont également plus susceptibles de dire qu'elles ont ressenti de la dépression au point de se sentir tristes ou désespérées presque tous les jours pendant quelques semaines ou plus (30 % contre 24 % des hommes).

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT

31 % DES FRANÇAIS ONT DÛ S'ABSENTER DE LEUR TRAVAIL OU DE LEURS ÉTUDES PARCE QU'ILS NE SUPPORTAIENT PLUS LE STRESS.



TETRA PAK INDEX 2023

L'avenir de la santé et de la nutrition

L'enquête menée dans sept pays, dont la France, pour Tetrapak, analyse l'émergence d'une tendance que l'on peut qualifier de « climatarianisme » .

Certains consommateurs effectuent des arbitrages qu'ils estiment avoir un impact environnemental positif. Plus d'un sur deux (54%) estime pouvoir contribuer à un monde meilleur en changeant son alimentation.

Mais le bien-être individuel n'est jamais très éloigné des préoccupations altruistes: les consommateurs recherchent aussi des produits qui leur font du bien, non

seulement à leur santé physique (74 %), par exemple en renforçant leurs défenses immunitaires (43 %), mais aussi leur santé mentale (39 %).

Enfin, ce n'est pas parce qu'un produit est sain pour l'homme qu'il doit être nuisible pour son environnement naturel, car beaucoup de consommateurs, la qualité de l'environnement (pollution, changement climatique...) détermine leur état de santé autant que ce qu'ils mangent.

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT

PLUS D'UN CONSOMMATEUR SUR DEUX (54 %) ESTIME POUVOIR CONTRIBUER À UN MONDE MEILLEUR EN CHANGEANT SON ALIMENTATION.



DEMYSTIFYING DOUBLE MATERIALITY

Le nouveau modèle de compliance ESG

Les initiatives ESG (Environnementales, Sociales et de Gouvernance) sont de plus en plus reconnues comme une nécessité commerciale. Pourtant, les doutes inhérents quant au retour sur investissement peuvent nuire à la stratégie d'investissement et à la prise de décision. Cela perpétue finalement une division perçue entre ce qui est bon pour les personnes et la planète et ce qui est bon pour le portefeuille.

Les évaluations de double matérialité nécessitent une considération et une compréhension égales des domaines d'impact financier et des domaines d'impact sur les personnes et la planète. Elles sont donc essentielles pour contribuer à combler la division perçue entre les deux.

Cependant, elles restent un concept relativement nouveau et il n'existe donc pas d'approche standardisée

universellement acceptée. Les modèles concurrents sont nombreux et confus.

En théorie, les évaluations de double matérialité peuvent aider une entreprise à hiérarchiser de manière plus efficace la prise de décision et la stratégie. Cependant, les limites des approches conventionnelles impliquent le risque de mener des évaluations sans valeur significative.

Ce document démystifie le processus de réalisation d'évaluations de double matérialité, mettant en évidence les principaux écueils et limites des approches conventionnelles. Il présente également un nouveau modèle innovant qui répond aux limitations traditionnelles et renforce la confiance dans les résultats des consultations des parties prenantes.

Pour en savoir plus, écoutez le [webinaire](#).

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT



LES LIMITES DES APPROCHES
CONVENTIONNELLES IMPLIQUE LE RISQUE
DE MENER DES ÉVALUATIONS SANS
VALEUR. ”



GLOBAL TRUSTWORTHINESS INDEX 2023

La cote des professions à travers le monde

Depuis 2018, l'Indice de Confiance Mondial d'Ipsos suit la confiance dans différentes professions à travers une trentaine de pays.

Les professions suivies incluent, par exemple, les hommes et femmes politiques, les médecins et les scientifiques, mais aussi les journalistes, les forces de l'ordre, etc. Dans l'ensemble, les médecins et les scientifiques conservent leur position de professions jugées le plus fiables (respectivement 58 % et 57 %).

Le niveau de confiance en France dans les médecins (64 %) et les scientifiques (59 %) se situe donc légèrement au-dessus de la moyenne.

Il est moindre pour les enseignants (52 %, en ligne avec la moyenne), mais très supérieur à la moyenne pour les forces armées (49 %) et la police (47 %).

Il y a en effet de nombreux pays dans lesquelles leur corruption ou leurs interventions dans la vie politique ont terni l'image des détenteurs de la force légitime et la France n'en fait clairement pas partie.

Le signe au final le plus patent de cette confiance dans le fonctionnement des institutions est que la France est le pays qui fait le plus confiance à ses fonctionnaires (37 %, contre une moyenne de seulement 25 %).

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT

DANS L'ENSEMBLE, LES MÉDECINS ET LES SCIENTIFIQUES SONT JUGÉS LE PLUS FIABLES. ”



WHAT WORRIES THE WORLD?

L'immigration redevient un enjeu majeur

Pour un 19^{ème} mois consécutif, l'inflation demeure la principale préoccupation au niveau mondial (39 %).

Dix pays font de l'inflation leur préoccupation principale : l'Argentine, l'Australie, le Canada, la France, l'Allemagne, l'Inde, la Pologne, Singapour, les États-Unis et la Turquie.

En Europe, le contrôle de l'immigration redevient un enjeu majeur : 44 % des Allemands, 32 % des Néerlandais, 29 % des Britanniques, 27 % des Belges et 26 % des Français citent ce problème.

Autre sujet majeur en Europe, la délinquance et la violence préoccupent plus de deux tiers des Suédois (68 %), 11 points de plus qu'en septembre 2023 et alors que le pays connaît un nombre record d'homicides liés à des gangs criminels. Quoique dans des proportions moindres, ce problème est aussi très

prégnant en France où il est cité par 31 % des répondants. Or cette enquête a été réalisée [avant l'attentat de Bruxelles qui a fait deux victimes de nationalité suédoise et juste avant l'attaque au couteau dans un collège d'Arras qui a coûté la vie à Dominique Bernard.](#)

En baisse de 6 pts., la perception par les Canadiens de la santé de leur économie est au plus bas depuis la pandémie. [Un récent sondage d'Ipsos au Canada](#) se fait l'écho de cette insatisfaction : 60 % des Canadiens estiment que Justin Trudeau devrait démissionner avant la prochaine élection fédérale.

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT



EN EUROPE, LE CONTRÔLE DE L'IMMIGRATION REDEVIENT UN ENJEU MAJEUR.”



RESPECTING RESPONDENTS

Prendre en compte les participants aux enquêtes

Les études de marché font intervenir trois parties prenantes : le client, l'institut d'études et les participants à l'étude. L'institut tient compte des attentes de son client pour définir les informations recherchées, mais ce sont les participants qui les fourniront et feront donc que recommandations pertinentes résulteront ou non de l'étude.

Les instituts et leurs clients doivent donc, pour obtenir une excellente qualité de données et de recommandations, prendre en compte le rôle essentiel des participants. Le nombre de personnes disposées à participer à des études de marché est limité à un moment donné, en particulier pour les enquêtes en ligne.

Il est donc essentiel de conserver ceux qui se sont volontairement engagés à remplir des questionnaires du mieux qu'ils le peuvent. Les organisations capables d'engager et de fidéliser les participants

aux études obtiendront donc les meilleures données par des réponses de qualité.

Les points clés à retenir de ce papier sont les suivants :

- Les études de marché impliquent une approche centrée sur les répondants.
- Engager et prendre soin des participants est essentiel pour obtenir des données de qualité et des recommandations précieuses.
- Les études doivent être conçues de manière à ne pas décourager ou rebuter les répondants, en tenant compte de facteurs tels que la durée de passation et la variété des questions.



L'ORGANISATION QUI PLACE
LE RÉPONDANT AU CENTRE DU DISPOSITIF
EST SEULE À MÊME DE PRESERVER
CETTE RESSOURCE ESSENTIELLE. ”

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT



NOT ENOUGH

Enquête globale sur la malnutrition

Cette nouvelle étude mondiale d'Ipsos réalisée dans 16 pays pour le compte de Global Vision examine les perceptions de la malnutrition infantile dans les pays à revenu élevé, moyen et faible.

En moyenne à l'échelle mondiale, un peu plus d'un cinquième (21 %) des parents déclarent que leurs enfants ont été couchés affamés le mois dernier. L'étude a également révélé que près de quatre parents ou tuteurs sur dix (37 %) déclarent que leurs enfants ne reçoivent pas les nutriments appropriés dont ils ont besoin quotidiennement. Bien que ce sentiment soit plus répandu dans les pays à faible revenu tels que le Tchad (66 %), le Malawi (64 %) et la République démocratique du Congo (63%), environ deux parents ou tuteurs sur dix en Allemagne (24 %), aux États-Unis (20 %), en Australie (19 %), au Canada (18 %) et en Corée du Sud (17 %) déclarent également que leurs enfants ne reçoivent pas tous les nutriments dont ils ont besoin quotidiennement.

Lorsqu'on leur a demandé s'ils pensaient que la malnutrition infantile serait éliminée d'ici 2030, la plupart étaient pessimistes.

En moyenne à l'échelle mondiale, seuls 37% pensent que la malnutrition infantile sera éliminée dans leur pays. Les pays les plus pessimistes sont tous des nations à revenu élevé, notamment l'Australie (17 %), le Canada (17, %), l'Allemagne (16, %) et le Japon (9 %). Trois quarts (75 %) estiment que leur gouvernement ne fait pas suffisamment pour soutenir les familles en difficulté dans leur propre pays, et sept sur dix estiment que leur gouvernement ne fait pas suffisamment pour mettre fin à la malnutrition infantile (71 %) ou pour résoudre la crise mondiale de la faim (69 %).

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT



MÊME DANS LES PAYS RICHES,
UN PARENT SUR CINQ NE PENSE PAS
QUE LES ENFANTS DONT IL A LA CHARGE
REÇOIVENT TOUS LES NUTRIMENTS DONT
ILS ONT BESOIN.”



FLAIR BRÉSIL 2024

Nostalgie et visions d'avenir



Cette année, Flair Brésil célèbre sa 10e édition. Rédigé par nos experts locaux, nous poursuivons notre plongée approfondie sur les facteurs sociaux, économiques et politiques qui façonnent la direction du pays, ainsi que les défis et les opportunités qu'ils apportent.

Malgré une décennie turbulente remplie de rebondissements pour le Brésil, il y a eu de nombreux développements importants indiquant des perspectives positives pour l'avenir.

La nostalgie et la perception jouent un rôle significatif - une dichotomie entre les demandes d'un avenir incertain et un passé meilleur est l'une des principales tensions dans le pays aujourd'hui.

INTRODUCTION:

The celebration of obsession

BRANDS AND SOCIAL PURPOSE:

Taking action in a politically divided time

INFLATION:

The brand vacuum

GENDER EQUALITY IN THE WORKPLACE:

The importance of female representation

TAKING RESPONSIBILITY:

Is ESG the new et cetera?

DIGITAL EXTREMISM:

How algorithms feed polarisation.

LIRE EN LIGNE

TELECHARGER

CONTACT



PLEIN FEUX SUR LE PODCAST “BRAND TALK”

Les fondamentaux du *Brand Success*



EPISODE 1 : SHAPING EXPECTATIONS

Dans ce premier épisode de la nouvelle série, David Robson, auteur de "*The Expectation Effect: How your mindset can transform your life*", se joint à nos animateurs pour discuter de l'importance de renforcer et de façonner les attentes en tant que leader de marque.

EPISODE 2: DESIGNS OF DISTINCTION

Dans cet épisode, nos animateurs sont rejoints par Lee Rolston. Lee est le directeur de la croissance de Jones Knowles Ritchie (JKR), une agence de design créatif. Ensemble, ils discutent des bonnes pratiques et des erreurs à éviter en matière de gestion d'actifs de marque distinctifs, ainsi que du travail collaboratif réalisé par JKR avec Ipsos : *Be Distinctive. Everywhere.*

EPISODE 3: TIMELY EXPRESSION OF A TIMELESS TRUTH

Dans cet épisode, nous parlons avec John Livanos, Lead Brand Strategist pour Harman International. Nos animateurs discutent avec John de son rôle et se concentrent sur les défis auxquels les leaders de marque sont confrontés lorsqu'ils tentent de naviguer dans un portefeuille de marques à travers un contexte en constante évolution.

EPISODE 4: UNDERSTANDING EXPERIENCE

Nous sommes rejoints par Neeraj Kalani, responsable mondial de l'excellence commerciale et médicale chez Moderna. Écoutez-le partager certaines des leçons apprises en cours de route grâce à la gestion des informations et à la construction de la marque dans l'une des plus grandes entreprises pharmaceutiques du monde. Une excellente écoute pour tout stratège de marque en herbe.

ECOUTER



ET AUSSI...

We Need to Talk About Generations

Le marketing est envahi par des stéréotypes, des idées préconçues et des clichés. Le battage médiatique autour de la génération Z en est un exemple. Les affirmations sur qui ils sont, comment ils se sentent et ce qu'ils font, sont répandues - mais elles ne sont pas toujours étayées par des preuves. Pourtant, il est clair que l'utilisation d'une perspective générationnelle peut être un moyen très efficace de comprendre comment et pourquoi les sociétés et les consommateurs changent.

Une meilleure analyse peut nous aider à séparer les mythes des réalités. Dans cet épisode de notre série de webinaires KEYS, nous partageons des idées, des informations et de nouvelles découvertes pour nous aider tous à construire une compréhension des différentes générations. Cela doit être ancré dans le contexte actuel : les consommateurs du monde entier vieillissent rapidement - et 36 pays perdent déjà de la population. Pour [plus de détail](#).

VISIONNER

Global Views on AI & Disinformation

Une nouvelle enquête Ipsos examine les perceptions des gens sur l'IA et sa capacité à diffuser de fausses informations. En 2018, pendant la présidence de Trump, près de sept Américains sur dix (69 %) croyaient qu'il y avait plus de mensonges et d'utilisation abusive des faits en politique et dans les médias qu'il y a 30 ans. Cinq ans plus tard, ce chiffre a maintenant baissé de cinq points de pourcentage pour s'établir à 64 %.

En remontant vers le nord, nous constatons que les Canadiens sont les plus préoccupés par le fait que l'IA aggrave la désinformation et la manipulation de l'information, avec plus des trois cinquièmes (64 %) d'entre eux d'accord. Beaucoup s'inquiètent également de savoir si les autres seront capables de distinguer une fausse histoire d'une histoire vraie - moins de la moitié (44 %) pensent que quelqu'un dans leur pays peut déchiffrer les fausses nouvelles. Cependant, 66 % sont sûrs de pouvoir discerner les faits de la fiction.

EN LIRE DAVANTAGE

Consumer Confidence Index

L'indice de confiance des consommateurs Ipsos Global de ce mois-ci est en baisse de 0,4 point par rapport au mois dernier, à 47,2. Le sentiment semble avoir chuté de manière significative en Asie du Sud-Est, notamment en Malaisie (-5,3 points), à Singapour (-4,0 points) et en Indonésie (-3,0 points).

Parallèlement, nous constatons également une baisse du sentiment dans certaines parties de l'Europe, avec les Pays-Bas (-3,9 points), la Suède (-2,3 points) et la France (-2,2 points) qui enregistrent toutes des baisses significatives.

En revanche, la confiance des consommateurs est en hausse en Amérique latine. L'Argentine (+3,9 points), la Colombie (+3,6 points) et le Mexique (+3,4 points) enregistrent tous des gains significatifs d'au moins trois points par rapport au mois précédent. Parmi les 29 pays, l'Inde (64,1) détient maintenant le score le plus élevé de l'indice national ce mois-ci.

EN LIRE DAVANTAGE



CONTACT

Toutes les informations contenues dans cette mise à jour Ipsos sont dans le domaine public - et sont donc disponibles à la fois pour les collègues et les clients d'Ipsos.

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

Veillez envoyer un e-mail à IKC@ipsos.com avec vos commentaires et suggestions.

www.ipsos.com

[@ipsos](#)