

Juillet 2024

# IPSOS UPDATE

Une sélection des  
dernières études et  
réflexions publiées par  
les équipes d'Ipsos à  
travers le monde



# Ipsos Update Juillet 2024

## Notre bilan des études et réflexions des équipes Ipsos dans le monde

J'écris ces notes de retour du [Festival International de la Créativité Cannes Lions](#) - un rassemblement unique d'experts de nos clients et partenaires du monde entier. C'est une excellente opportunité de faire le point, d'apprendre des succès et de débattre des défis de demain. Nous avons eu le plaisir de rencontrer de nombreux clients et amis sur la plage avec RTL et nous serons de retour l'année prochaine !

Les débats de Cannes comprenaient un aperçu de notre nouveau rapport Ipsos Global Trends, qui fête maintenant ses 10 ans. L'édition 2024 inclut 14 tendances clés telles que les fractures de la mondialisation, les sociétés segmentées et les "technomerveilles" ; 57% d'entre nous pensent que la technologie détruit nos vies, mais là encore, 71% disent qu'elle est essentielle pour résoudre nos problèmes futurs ! Notre [Global AI Monitor](#) trouve un concours similaire entre l'émerveillement et l'inquiétude

de l'IA.

Ipsos Global Trends souligne que la tension entre le pessimisme public et l'optimisme personnel est plus tendue que jamais, offrant aux marques l'opportunité de comprendre le contexte, de faire preuve d'empathie et de soutenir les consommateurs alors qu'ils naviguent dans un présent volatile et incertain. Nous organisons des sessions d'information - n'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez en avoir une.

Alors que nous réfléchissons aux grandes forces macro qui façonneront tous nos avens, l'enquête annuelle Ipsos/HCR pour la [Journée mondiale des réfugiés](#) offre une lecture sombre. Le nombre de personnes déplacées de force a atteint un nouveau record de plus de 120 millions, dont 43 millions sont classées comme réfugiés. La recherche de cette année révèle que la compassion du public envers les

réfugiés reste forte ; 73% croient qu'il faut offrir refuge à ceux qui fuient la guerre et la persécution. Mais dans le même temps, 44% pensent que leur pays devrait fermer complètement ses frontières - reflétant les perceptions répandues de surcharge et de concurrence pour les ressources - réelles ou non.

En ce qui concerne les défis mondiaux insolubles d'aujourd'hui, vers qui pouvons-nous nous tourner sur la scène internationale pour faire une différence positive ? Notre nouveau rapport [Global Leadership](#) comparant les pays et les institutions mondiales trouve une reconnaissance à la fois pour l'ONU et l'UE, tout en montrant de manière saisissante la chute de la Russie aux yeux du public du monde entier. Voyez comment votre pays se situe ici.

Ailleurs dans cette édition, nous examinons ce que les gens considèrent comme les causes de

la criminalité dans leur pays - et le [décalage entre la criminalité réelle et la peur du crime](#). Nous passons en revue les dernières données sur la [confiance des consommateurs](#) et partageons un rapport [Ipsos Flair sur l'état de l'Indonésie](#), la plus grande économie d'Asie du Sud-Est. Comme toujours, n'hésitez pas à contacter votre équipe Ipsos si vous souhaitez discuter de quoi que ce soit plus en détail.



Ben Page  
Ipsos CEO

# RÉSUMÉS DE SONDAGES

Voici quelques résultats de sondages Ipsos menés aux quatre coins du monde ce mois-ci.

## Etats-Unis :

58 % des femmes disent qu'il est important de progresser dans leur travail (contre 73 % des hommes).

## Mexique :

Un Mexicain sur deux (49 %) pense que le nouveau gouvernement de Claudia Sheinbaum apportera des améliorations à leur vie personnelle.

## Pérou :

73 % déclarent que l'ancien président, Alberto Fujimori, n'a pas le droit de se présenter à nouveau à la présidence.

## Grande Bretagne :

Seul un Britannique sur cinq (20 %) décrirait la Grande-Bretagne comme allant "très bien".



## Allemagne :

Les trois quarts des Allemands (73 %) sont favorables au service national obligatoire.

## France :

Les deux tiers des Français (67 %) disent que le football est un sport "unificateur".

## République tchèque :

Un peu plus d'un Tchèque sur cinq (22 %) ont été exposés à un deepfake.

## Inde :

Les forces de défense sont l'institution la plus fiable pour une majorité (54 %) des Indiens.

# CONTENTS



## La Nouvelle Ère de l'Innovation

Briser les Portes d'Étapes avec l'IA Générative

1



## Le Moniteur IA d'Ipsos 2024

L'Intelligence Artificielle est-elle une amie ou une ennemie ?

2



## Journée Mondiale des Réfugiés 2024

Un soutien public durable envers les réfugiés

3



## What Worries the World?

L'inflation reste la préoccupation numéro un pour le 27e mois consécutif

4



## Attitudes envers la criminalité et la police

La criminalité perçue comme étant en hausse, malgré des données contradictoires

5



## Flair Indonésie 2024

Comment le développement durable, l'automobile et la beauté façonnent-ils l'Indonésie ?

6



## Leadership Mondial

Influences positives et négatives sur la scène mondiale

7



## WTF: Créativité

Comment l'IA remodèle la façon dont nous créons, travaillons et jouons.

8



# La Nouvelle Ère de l'Innovation

## Briser les Portes d'Étapes avec l'IA Générative

L'intelligence artificielle (IA) a déclenché un changement sismique dans le développement de l'innovation, permettant aux entreprises d'apporter de meilleurs produits et services dans notre monde.

Ce document Ipsos Views présente notre philosophie de l'innovation avec l'IA Générative qui permet aux fonctions d'insights de produire des innovations plus audacieuses, avec des cycles de développement plus rapides et des processus plus intelligents. Plus précisément, nous explorons comment l'IA Générative :

**Brise les portes d'étapes traditionnelles** - L'IA Générative décompose les silos d'innovation, favorisant la collaboration et l'agilité

pour des innovations plus rapides et plus audacieuses.

**Construit des percées à partir des barrières** - L'IA Générative analyse les données des consommateurs pour générer des insights commerciaux et une innovation plus intelligente.

**Donne aux professionnels de l'insight de nouvelles possibilités** - L'IA Générative améliore les divisions d'insight, élevant l'expertise humaine pour une innovation stratégique, intelligente et responsable.

**Nécessite une IA responsable** - Des pratiques d'IA responsables sont cruciales pour une intégration sûre et transformatrice de l'IA, en particulier la confidentialité des données et la supervision humaine.

Bien que les avancées de l'IA comme la génération vidéo et l'informatique quantique offrent un potentiel illimité d'innovation, l'ingéniosité humaine reste cruciale. La nouvelle ère de l'innovation, où les humains et l'IA travaillent en tandem, promet un avenir rempli de possibilités pour créer des produits extraordinaires qui rapprochent encore plus les entreprises des consommateurs.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**L'IA brise les cycles d'innovation, avec des capacités uniques pour alimenter le développement de nouveaux produits.**

# Le Moniteur IA d'Ipsos 2024

## L'Intelligence Artificielle est-elle une amie ou une ennemie ?

Ce dernier Moniteur offre de précieux éclairages sur la perception publique de l'IA. Les résultats révèlent des perspectives mitigées, soulignant à la fois les avantages potentiels et les préoccupations entourant cette technologie transformatrice.

Près de quatre personnes sur dix (37 %) pensent que l'IA améliorera leur travail, tandis qu'une plus petite proportion (16 %) craint qu'elle aura un impact négatif. Cependant, les inquiétudes concernant le remplacement des emplois par l'IA existent, en particulier chez les personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé.

La présence croissante de l'IA semble

se refléter dans les connaissances des gens. 52 % des répondants disent pouvoir identifier les produits et services qui utilisent l'IA.

De plus, un clivage générationnel clair existe, au moins dans une certaine mesure, en termes de compréhension de l'IA. Les jeunes, en particulier la Génération Z (72 %) et les Millennials (71 %), démontrent un plus grand confort et une meilleure connaissance, par rapport aux Baby Boomers (58 %).

Alors que 53 % expriment de l'enthousiasme pour les produits et services alimentés par l'IA, la moitié (50 %) ont également des inquiétudes quant à ses implications potentielles.

Notamment, l'impact sur la désinformation en ligne – 37 % pensent que l'IA va aggraver le problème. Des pays comme la Suède, l'Australie et la Nouvelle-Zélande expriment une croyance plus forte que l'IA exacerbera la désinformation.

Assurez-vous également de regarder le dernier webinar KEYS, qui explore tout ce qui concerne l'IA.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**37 % pensent que l'IA va exacerber les problèmes de désinformation en ligne.**



# Journée Mondiale des Réfugiés 2024

## Un soutien public durable envers les réfugiés

Ce rapport de 52 pays, mené avec le HCR, se déroule dans un contexte de niveaux sans précédent de déplacements forcés. Plus de 120 millions de personnes ont été déplacées de force dans le monde, en mai 2024, en raison de persécutions, de conflits, de violences, de violations des droits de l'homme ou d'événements perturbant gravement l'ordre public.

L'enquête de cette année cherche à saisir la compréhension du public du terme "réfugiés". Dans l'ensemble, la grande majorité des personnes interrogées, 75 % (moyenne de 52 pays), comprennent correctement que le terme "réfugié" désigne quelqu'un qui a quitté son pays

d'origine en raison d'un conflit, de violences ou de persécutions, ou qui a demandé et obtenu l'asile.

Le soutien pour offrir refuge aux personnes cherchant la sécurité reste élevé. Près de trois personnes sur quatre (73 %) expriment leur soutien pour offrir de l'aide.

Il y a aussi un soutien significatif ou une "ouverture" parmi le public pour trouver des solutions permettant aux réfugiés d'accéder à leurs droits. Bien que les attitudes varient, la moitié des personnes interrogées croient que les réfugiés devraient pouvoir s'intégrer et, par exemple, accéder pleinement à leur droit à l'éducation. Presque autant soutiennent leur plein accès

aux soins de santé et à l'emploi (44 % et 42 %, respectivement). Environ trois quarts (77 %) expriment leur soutien, à des degrés divers, pour des politiques permettant aux familles de réfugiés d'être réunies dans le pays d'asile.

Veuillez noter que l'enquête est menée depuis 2017. Les pays changent chaque année, donc les moyennes globales par pays ne sont pas directement comparables.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**73 %, en moyenne, expriment leur soutien pour offrir refuge à ceux qui fuient la guerre ou la persécution.**

# What Worries the World?

## L'inflation reste la préoccupation numéro un pour le 27e mois consécutif

Un tiers (33 %) disent que l'inflation est l'un des trois plus gros problèmes affectant leur pays, une légère baisse par rapport au mois dernier. Ce score est inférieur de 7 points de pourcentage par rapport à la même période l'année dernière.

Ce mois-ci, une baisse de 13 points de pourcentage de l'inquiétude voit Singapour passer du pays le plus préoccupé par l'inflation en mai (59 %) à la 6e place (46 %). C'est le niveau d'inquiétude le plus bas de Singapour depuis que nous avons ajouté le pays à What Worries the World en novembre 2022.

L'inquiétude de la Malaisie concernant l'inflation est relativement faible à 29 %. Cela se reflète dans leur sentiment économique positif, en hausse de +11

points de pourcentage ce mois-ci avec 58 % disant que l'économie de leur pays est en "bon" état. Les Pays-Bas et la Grande-Bretagne voient également de fortes augmentations de leur score d'économie en bonne santé ce mois-ci (tous deux +8 points de pourcentage à 65 % et 39 % respectivement).

Pendant ce temps, les préoccupations concernant la criminalité et la violence ont augmenté de 5 points de pourcentage en Allemagne pour atteindre le niveau le plus élevé du pays depuis plus de quatre ans (30 %, à égalité avec février 2020).

Malgré l'atteinte d'un niveau record le mois dernier, le niveau d'inquiétude d'Israël concernant les conflits militaires a maintenant chuté de 16 points de pourcentage à 33 %. C'est le niveau d'inquiétude le plus bas depuis le début

du conflit en octobre 2023. Cependant, il reste 16 points de pourcentage plus élevé qu'il y a un an.

Cela place la Pologne en tête de notre liste, avec un peu plus d'un tiers (35 %) des Polonais préoccupés par les conflits militaires.

Pour plus de contexte sur le sentiment mondial, assurez-vous de consulter notre Indice mondial de confiance des consommateurs.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**La Pologne est maintenant le pays le plus préoccupé par les conflits militaires, avec plus d'un tiers (35 %) d'inquiets, dépassant Israël.**





## Attitudes mondiales envers la criminalité et les forces de l'ordre

### La criminalité perçue comme étant en hausse, malgré des données contradictoires

Cette étude de 31 pays suit comment les gens dans le monde voient la criminalité se dérouler dans leurs communautés, ce qu'ils veulent que les gouvernements fassent et le niveau de confiance qu'ils ont dans les forces de l'ordre.

Bien que la criminalité soit une préoccupation majeure, l'économie est au premier plan. La moitié (50%) pense que les gouvernements devraient donner la priorité à la création d'emplois et à la croissance économique plutôt qu'à la protection de la santé et de l'environnement des citoyens locaux (27%) et à la réduction de la criminalité (24%).

Alors que 31 % en moyenne perçoivent une hausse de la criminalité dans leur

quartier, selon les données de l'ONU cela ne correspond pas aux augmentations réelles de la criminalité (2012-2022), soulignant les "périls de la perception".

La pauvreté et le chômage sont considérés comme les principales causes de la criminalité et de la violence par 53 % des répondants, suivis par l'abus de drogues et d'alcool (43%) et l'inefficacité de l'application de la loi (37%). Des différences générationnelles existent, les Boomers étant plus enclins à attribuer la criminalité à l'abus de drogues et d'alcool et à l'effondrement des valeurs traditionnelles, tandis que la Génération Z met l'accent sur le manque d'éducation.

En moyenne, 35 % sont d'accord qu'il faut parfois ignorer la loi pour faire ce qui est juste, tandis que 65 % croient qu'il faut toujours obéir à la loi, même si cela interfère avec les intérêts personnels. Des pays comme Israël, la Turquie et le Chili montrent une forte adhésion à la loi et à l'ordre, tandis que la Belgique, les Pays-Bas et le Japon sont plus susceptibles de dire que parfois la loi doit être ignorée.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**Il existe peu de corrélation entre les perceptions d'une criminalité croissante et les niveaux réels de criminalité.**

# Flair Indonésie 2024

## Inarrêtable ?

L'Indonésie est la dernière parution de notre collection Ipsos Flair, qui explore le contexte social, économique et politique d'un pays. L'édition de cette année comprend des chapitres sur les thèmes :

### Durabilité

Les Indonésiens sont de plus en plus préoccupés par le changement climatique et son impact sur leur vie, reconnaissant l'intersectionnalité des problèmes environnementaux avec la pauvreté, la santé et l'éducation. Le pays est confronté à des défis liés à l'élévation du niveau de la mer, aux événements météorologiques extrêmes et à la pollution, exacerbant les inégalités.

### Beauté

Le marché de la beauté en Indonésie est le plus dynamique d'Asie du Sud-Est, alimenté par les marques locales, les tendances de la beauté coréenne et une demande d'ingrédients halal et naturels.

### Automobile

Le secteur automobile en Indonésie est une industrie en croissance et de plus en plus stratégique. Mais lorsqu'il s'agit de véhicules électriques, les coûts élevés et le manque d'infrastructures restent des obstacles importants, malgré les promotions gouvernementales.

### Marques et numérique

L'Indonésie a une économie numérique en croissance rapide, avec une large base d'utilisateurs de médias sociaux. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants et attentifs aux prix, recherchant la valeur et le divertissement. Les marques doivent adapter leurs stratégies de marketing pour engager ces consommateurs en offrant accessibilité, empathie et contenu engageant sur les plateformes numériques.

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

**Le transport durable constitue un défi particulier dans les villes, car les transports publics ne sont pas largement et également disponibles.**



# Leadership Mondial

## Influence positive et négative sur la scène mondiale

La Russie, l'Iran, Israël et la Chine sont les plus mal classés en termes d'influence mondiale, selon une nouvelle étude menée par Ipsos en partenariat avec le Kings College de Londres dans 31 pays.

La Russie arrive en tête avec les perceptions les plus négatives ; près d'une personne sur deux (48 %) dit que la Russie utilise principalement son influence pour faire le mal dans le monde. C'est une augmentation de 22 points de pourcentage depuis 2019.

À l'échelle mondiale, les perceptions sont les plus divisées en ce qui concerne les États-Unis. Presque autant de personnes dans 31 pays disent que les États-Unis utilisent leur influence pour le bien (21 %) que pour le mal (19 %). Encore plus disent que c'est un peu des deux (36 %).

Bien qu'aucun pays n'ait de perceptions plus positives des États-Unis que les États-Unis eux-mêmes, la proportion d'Américains disant que leur pays utilise son influence pour le bien a considérablement diminué depuis 2019 (-14 points de pourcentage à 34 %).

En ce qui concerne les opinions sur leur propre pays, trois personnes sur dix disent que leur pays utilise son influence pour le bien sur la scène mondiale. C'est le plus élevé en Indonésie, où plus d'une personne sur deux est d'accord (53 %).

Près de six personnes sur dix (57 %) conviennent que l'Union européenne offre un modèle politique et économique qu'ils aimeraient que leur pays émule. Le modèle de l'UE est le plus populaire en Thaïlande (79 %), en Colombie (74 %) et au Pérou (73 %).

Près d'une personne sur deux dans le monde (47 %) dit qu'elle aimerait que son pays émule le modèle politique et économique américain, une augmentation de 7 points de pourcentage depuis 2019. Le désir de suivre le modèle américain a le plus augmenté au Japon (+29 points de pourcentage à 59 %) et en Turquie (+25 points de pourcentage à 54 %).



**L'opinion des habitants de 31 pays est partagée quant au rôle des États-Unis dans le monde : 21 % estiment qu'ils utilisent leur influence pour faire le bien et 19 % pour faire le mal**

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT

# What The Future: Créativité

## Comment l'IA refaçonne notre façon de créer, de travailler et de jouer

Le rythme toujours plus rapide de l'innovation en IA change la façon dont les entreprises génèrent des idées et les concrétisent. Cela pousse également les gens à repenser tout, de la propriété intellectuelle à la nature de l'art.

S'agit-il d'un âge d'or ou d'un cycle de battage médiatique ? Les créatifs s'en sortiront-ils vainqueurs ou seront-ils au chômage ? Et de l'industrie culturelle à l'industrie lourde, comment les marques peuvent-elles exploiter la puissance de ces outils aujourd'hui sans s'exposer à des risques demain ?

Dans la dernière édition de notre série What the Future, nous parlons à des leaders de Meta et Snap, à un artiste

d'IA, à un créatif d'agence et à des universitaires de premier plan pour obtenir leurs perspectives sur les implications philosophiques et pratiques de l'IA sur tout, du marketing et du divertissement à l'éducation et à l'économie.

Nous découvrons les perceptions des gens sur la créativité, la technologie et la valeur de l'art humain dans un monde dirigé par l'IA, tout en fournissant des informations clés pour les marques et les agences naviguant dans ce paysage créatif en évolution, notamment :

- L'importance de la créativité au travail et dans la vie quotidienne
- Les préoccupations concernant

l'avenir de la créativité, des médias et de la publicité

- La confiance dans la publicité créée par l'IA dans différents secteurs
- Les préférences pour le contenu généré par l'homme ou par l'IA
- Les attitudes envers l'IA dans l'art et l'éducation

LIRE PLUS

TÉLÉCHARGER

CONTACT



**78% des Américains déclarent avoir souvent ou parfois l'impression d'être créatifs dans la résolution des problèmes au travail.**





# Shortcuts



## KEYS – L'Émerveillement et l'Inquiétude face à l'IA

Bien que n'étant pas aussi nouvelle qu'on le prétend parfois, l'IA a connu une croissance spectaculaire ces dernières années, portée par la puissance de calcul et l'utilisation de vastes quantités de données.

Notre dernier webinar nous amène à passer en revue les expériences récentes, à partager de nouvelles recherches et à poser des questions clés à garder à l'esprit alors que nous explorons tous l'émerveillement – et l'inquiétude – de l'IA.

[REGARDER ICI](#)



## Ipsos @ Cannes Lions 2024

Le Festival de la Créativité Cannes Lions s'est terminé pour une autre année mais ne craignez rien ! Vous pouvez toujours découvrir tous les insights et les points de vue d'experts présentés par Ipsos.

Découvrez le programme à Cannes et regardez les discussions de panels de ceux d'Ipsos et des leaders de l'industrie, y compris une introduction de Ben Page à la plage.

[LIRE PLUS](#)



## Une Dose de Digital

La pharma peut-elle faire des Thérapies Digitales (DTx) un business sain ?

Les DTx émergent comme un changement de jeu potentiel dans les soins de santé, offrant des interventions digitales basées sur des preuves pour aider à prévenir, gérer ou traiter des conditions spécifiques.

Dans ce document, nous présentons le cadre en 5 étapes d'Ipsos pour développer une activité DTx résiliente et évolutive.

[LIRE PLUS](#)



## Comment les incitations façonnent le marché des véhicules électriques

Le marché des VE aux États-Unis devrait croître cette année, mais certains spéculent que l'intérêt ralentit en raison des préoccupations des consommateurs concernant le coût et la commodité.

Nous examinons ce que les décideurs politiques doivent savoir sur l'opinion publique pour créer un marché des VE équitable et accessible dans tout le pays et dans les États clés.

[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.

Veillez envoyer un courriel à [IKC@ipsos.com](mailto:IKC@ipsos.com) avec tout commentaire, y compris des idées pour le contenu futur.

Photo de couverture : Échangeur de Semanggi, Jakarta, Indonésie. Découvrez les dernières informations sur le pays dans notre édition de Flair Indonésie, [page 10](#).

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

@Ipsos

© Ipsos

