FAIRE ÉMERGER LA VOIX DE LA JEUNESSE



Ipsos bva pour l'amU (Université Aix-Marseille)
Septembre 2026

amU Aix Marseille Université

JEUNESSE 2027

Ipsos bva

FICHE MÉTHODOLOGIQUE

ÉCHANTILLON

3030 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, âgée de 18 ans à 29 ans.

Parmi elles, 130 personnes âgées de 18 à 29 ans résidant dans les DROM suivants ont été interrogées : Martinique, Guadeloupe, Mayotte, Guyane, la Réunion

DATES DE TERRAIN

Du **23 juillet** au **5 août 2026**.

METHODOLOGIE

Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos pour la France métropolitaine et via les réseaux sociaux pour les DROM.

Pour l'échantillon en France métropolitaine :

Méthode des quotas appliquée au sexe, âge, catégorie socio-professionnelle du répondant, région et catégorie d'agglomération.

Pour l'échantillon dans les DROM :

Un minimum de 20 interviews a été réalisé dans chacun des territoires. Ils ont été ramenés au traitement statistique à leur poids réel dans l'échantillon global.

Enquête réalisée pour amU Aix Marseille Université

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Véronique Refalo, Directrice adjointe du Département Opinion, Ipsos bva.*

Ipsos bva

L'ÉTAT D'ESPRIT DE LA JEUNESSE :

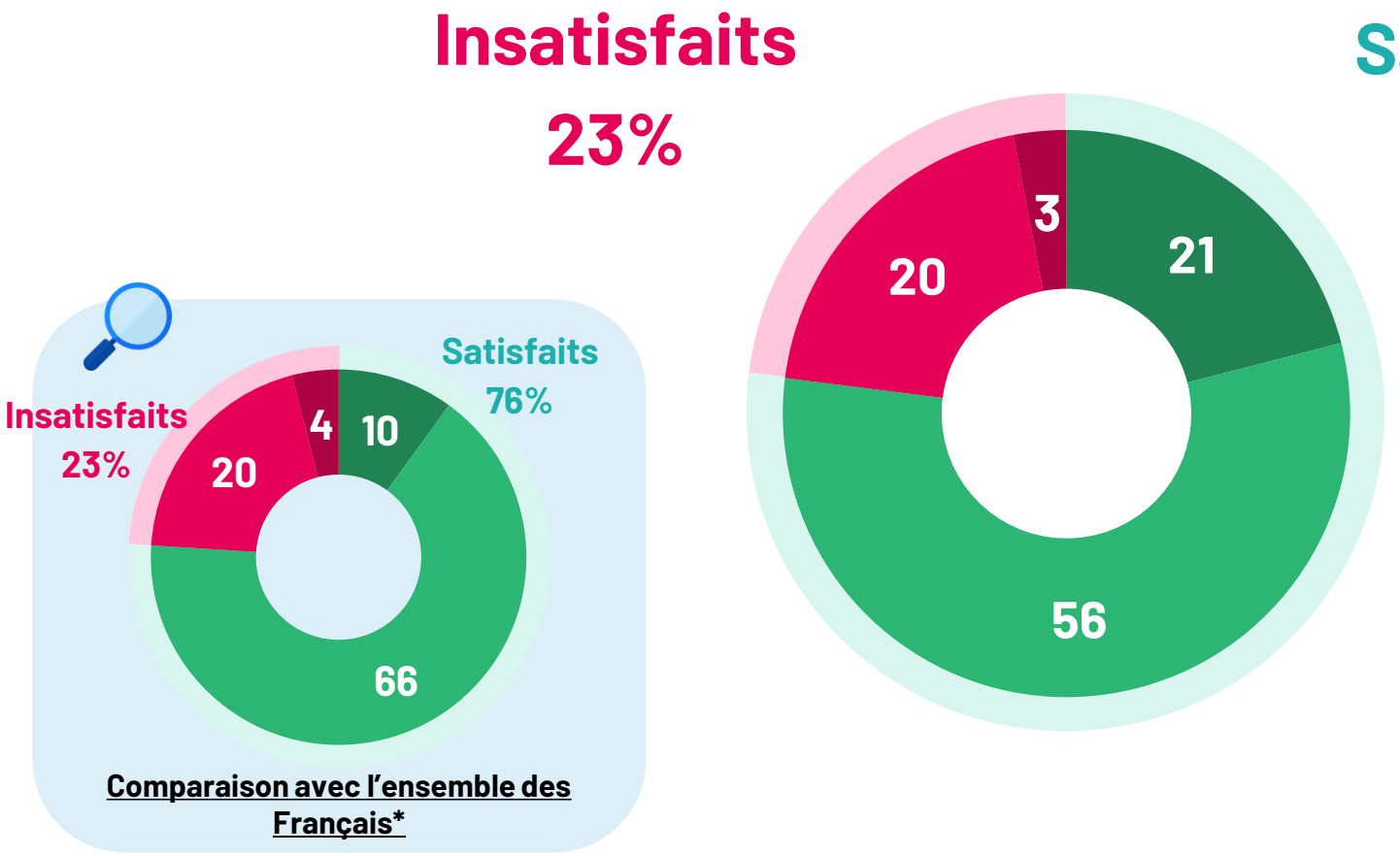
#1

Satisfaits de leur vie, les jeunes doutent de la capacité de la France à leur offrir un avenir meilleur

Une perception positive de la vie au quotidien : plus de trois quarts des jeunes se disent satisfaits de la vie qu'ils mènent

D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes satisfait de la vie que vous menez ?

Base : A tous



Et davantage parmi les :
- Actifs : **82%**
- CSP+ : **84%**
- Diplômés du supérieur : **84%**
- Jeunes de droite : **82%**

Et moins parmi les :
- DROM : **57%**
- Inactifs : **70%**
- Diplômés d'un CAP-BEP **: 68%**
- Jeunes de gauche : **73%**

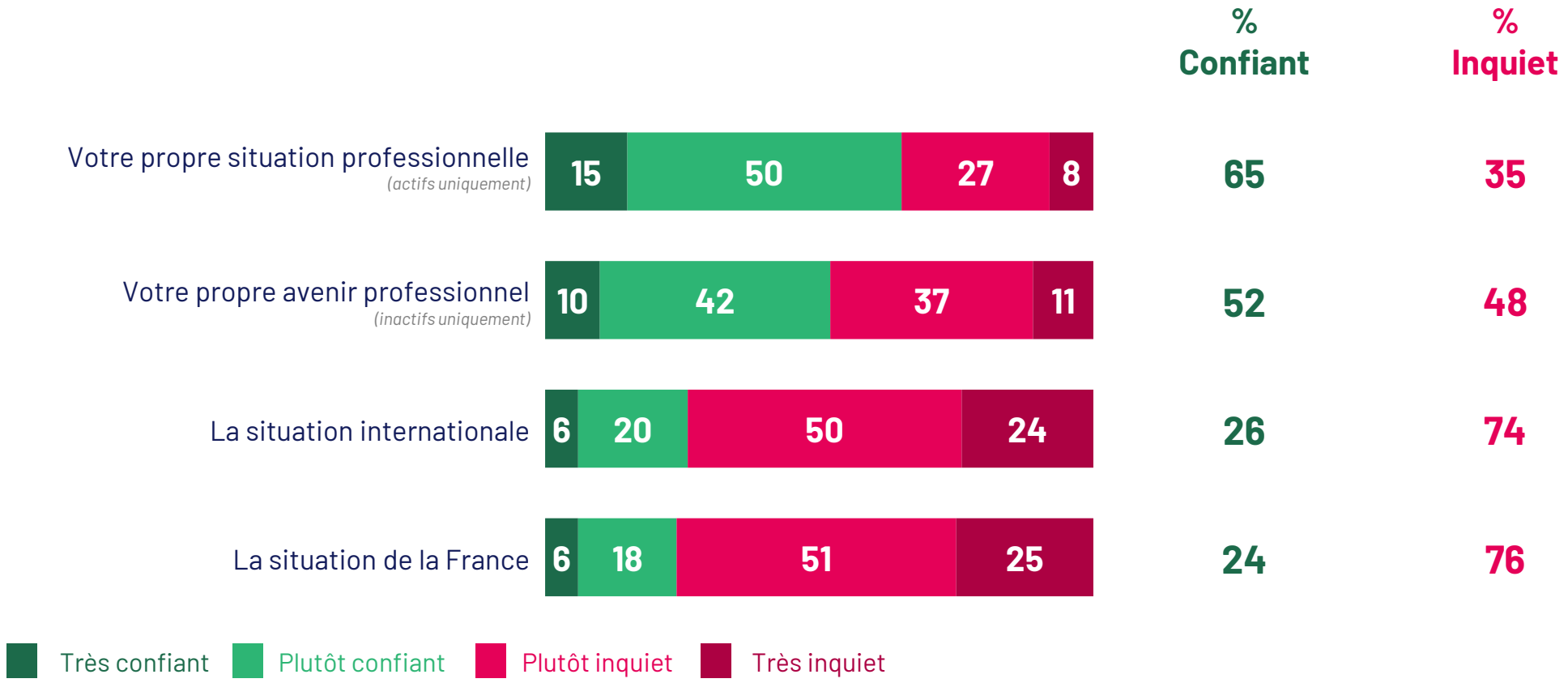
Très satisfait | Plutôt satisfait | Pas vraiment satisfait | Pas satisfait du tout

**Etude Ipsos bva de juillet 2026 auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

Mais des jeunes qui oscillent entre confiance personnelle (sans excès) pour leur avenir professionnel et pessimisme collectif : près de 8 sur 10 se disent inquiets s'agissant de l'avenir de la France et du monde

Et plus précisément, quand vous pensez à l'avenir, diriez-vous que vous êtes confiant ou inquiet en ce qui concerne… ?

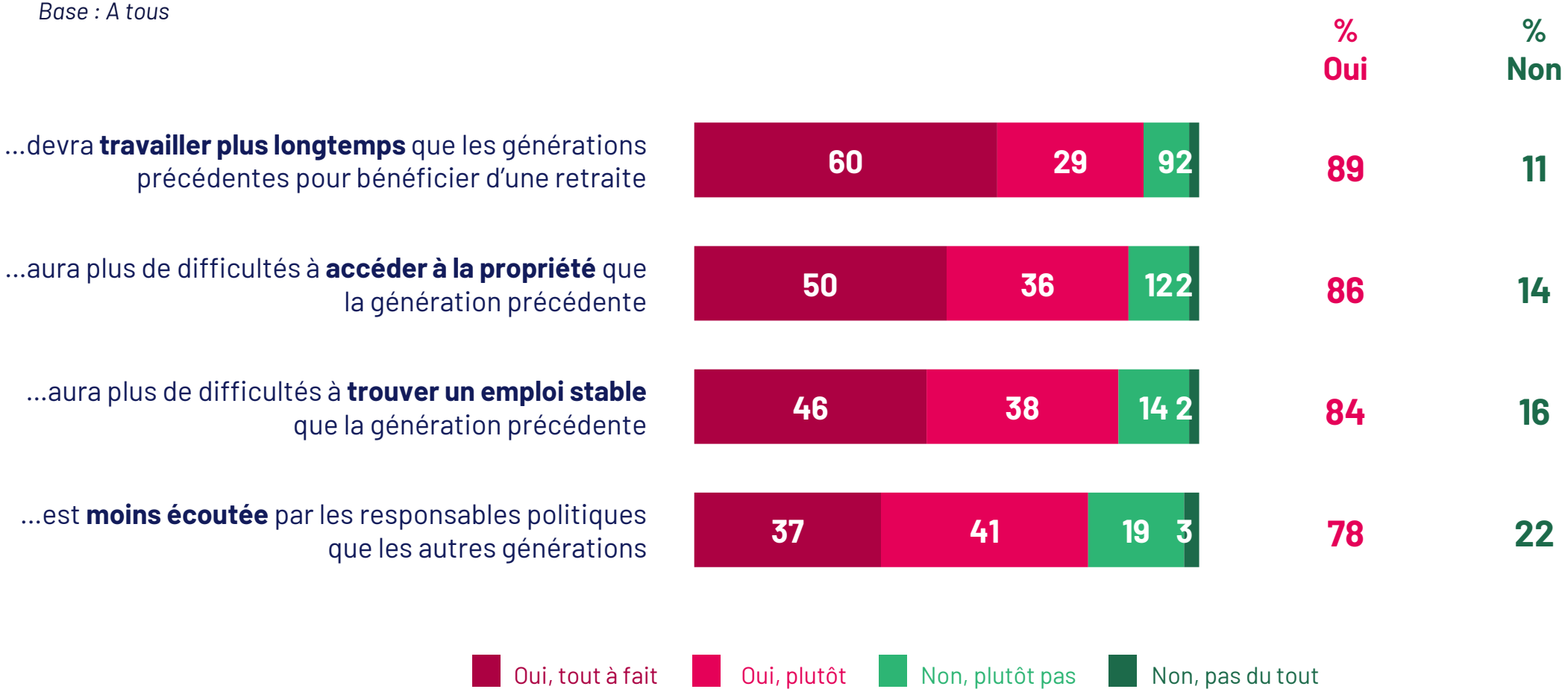
Base : A tous



Un fort sentiment de déclassement générationnel : plus de 8 jeunes sur 10 redoutent une vie plus difficile que celle de la génération précédente. Ils se sentent par ailleurs moins écoutés par les responsables politiques

Avez-vous le sentiment que votre génération… ?

Base : A tous

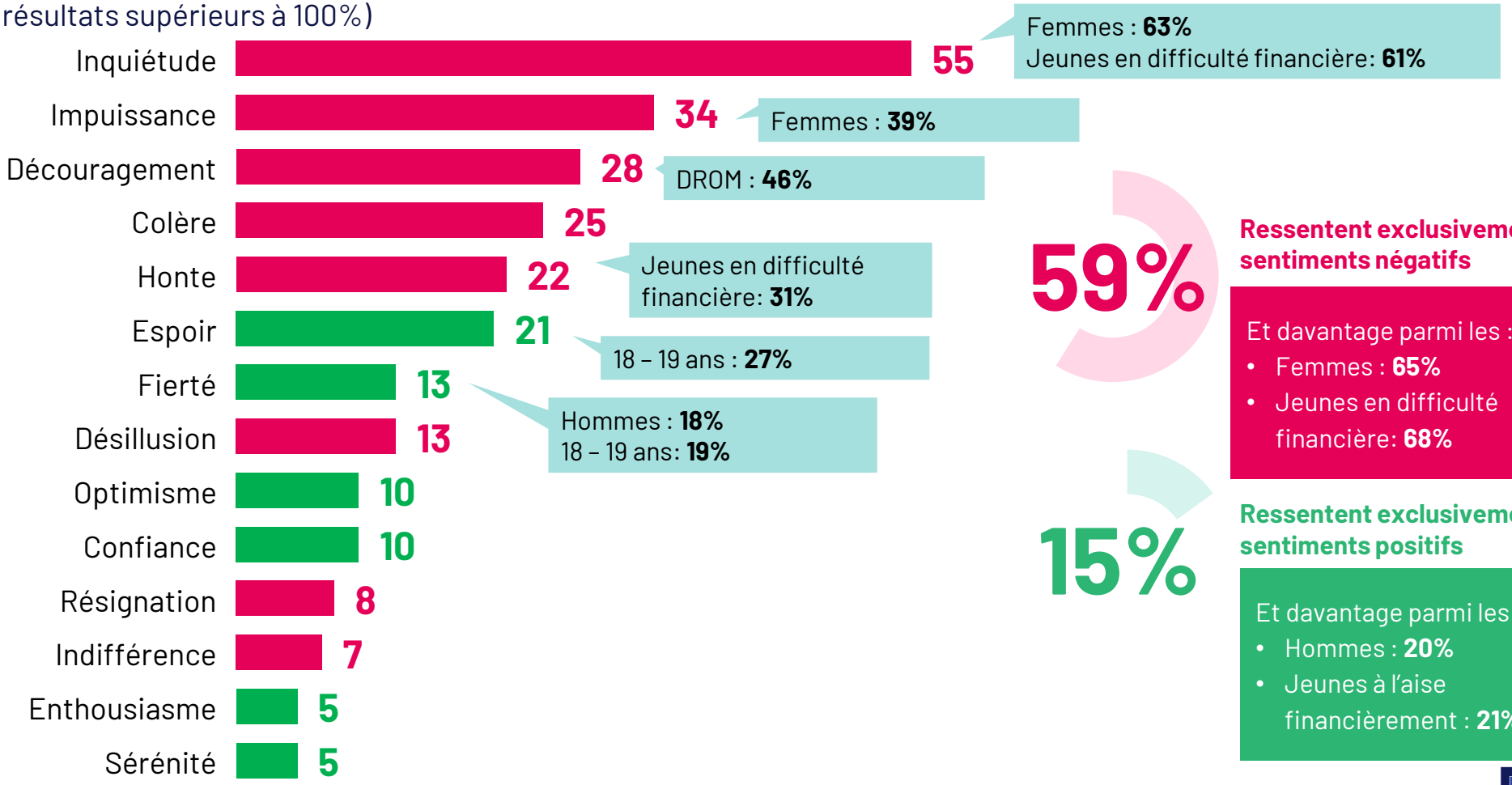


La situation de la France suscite un réel malaise au sein de la jeunesse : près de 6 sur 10 ne ressentent que des sentiments négatifs, l'inquiétude arrivant largement en tête devant l'impuissance et le découragement

Parmi les sentiments suivants, quels sont ceux qui représentent le mieux votre état d'esprit quand vous pensez à la situation de la France aujourd'hui ?

(Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

Base : A tous

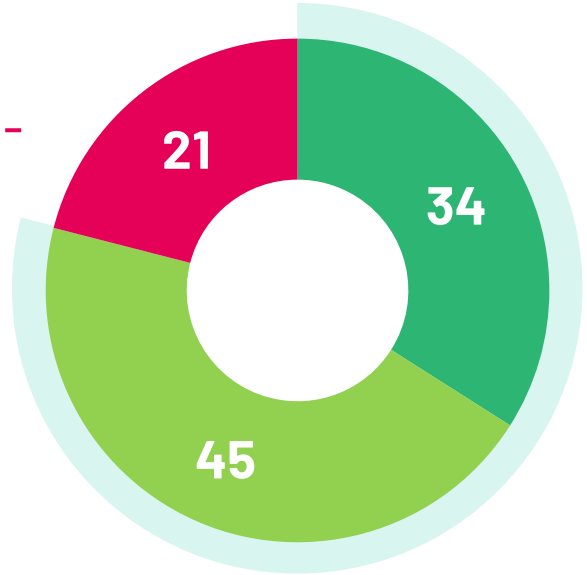


Quitter la France devient alors une option pour de nombreux jeunes : près de 8 sur 10 ont déjà envisagé de construire leur vie ailleurs, dont un tiers sérieusement. Une aspiration qui touche davantage les jeunes urbains.

Avez-vous déjà envisagé de construire votre vie et votre avenir ailleurs qu'en France ?

Base : A tous

Et davantage parmi les :
- DROM : **30%**
- Jeunes vivant dans une zone rurale : **26%**



Oui 79%

Et plus parmi les :
- Jeunes vivant dans une grande ville : **83%**
- Jeunes vivant dans l'agglomération parisienne **: 85%**

Oui, et j'y réfléchis sérieusement | Oui, mais je ne suis pas vraiment sûr de ce choix | Non, je ne l'ai jamais envisagé

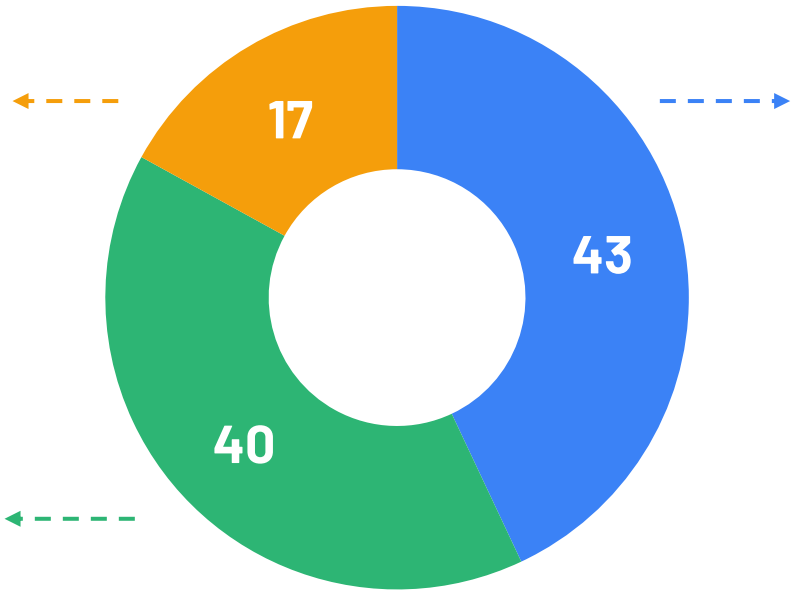
Des jeunes partagés entre liberté et égalité : respectivement 43% et 40% en font les valeurs les plus importantes de la devise républicaine, loin devant la fraternité

Quand vous pensez à la devise de la France « Liberté – Égalité – Fraternité », quelle est la valeur qui a le plus d'importance à vos yeux ?

Base : A tous

Et davantage parmi les :
- 18-19 ans : **22%**

Et plus parmi les :
- Femmes : **44%**
- DROM : **52%**



Et plus parmi les :
- Hommes : **49%**
- Jeunes de droite : **50%**

Liberté Égalité Fraternité

SUJETS D'INTERÊT ET DE PRÉOCCUPATION :

#2

Vivre dignement, la première exigence d'une jeunesse inquiète et pessimiste

Au-delà du pouvoir d'achat, des inquiétudes plurielles traversent la jeunesse

Parmi les sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent le plus aujourd'hui ?
(Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

Base : A tous



Top 5 des préoccupations des Français*

Les difficultés en termes de pouvoir d'achat

L'avenir du système social

La protection de l'environnement

Le niveau de l'immigration

Le niveau de la dette et des déficits

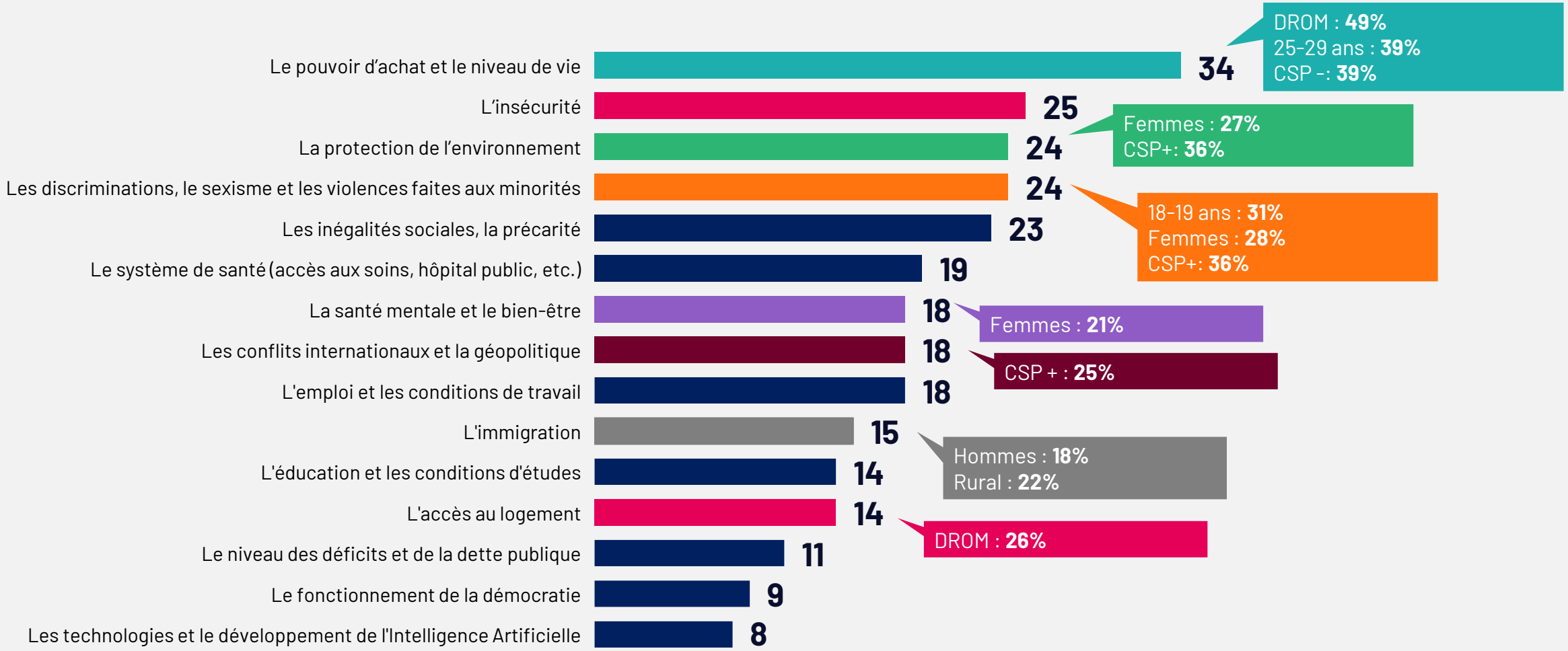
**Top 5 issu du baromètre Ipsos bva / CESI École d'ingénieurs pour LA TRIBUNE DIMANCHE, vague septembre 2026 sur un échantillon de 1000 personnes âgées de 18 ans et plus, représentatif de la population française.*

La comparaison stricto sensu entre les deux études n'est pas possible à cause des différences de méthodologie et de libellés mais permettent un éclairage sur les préoccupations de ces deux populations.

Des niveaux de préoccupations variables selon les catégories

Parmi les sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent le plus aujourd'hui ?
(Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

Base : A tous



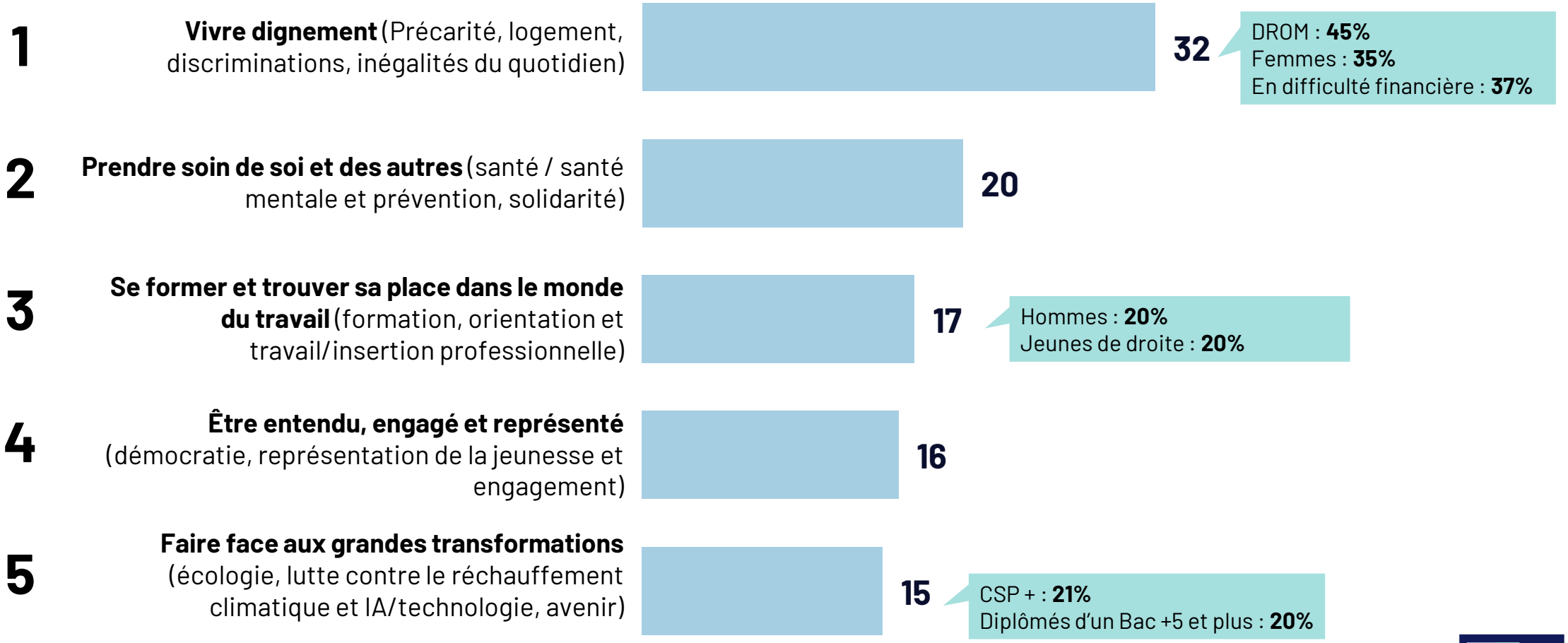
Les principales préoccupations selon le positionnement politique des jeunes

	Extrême Gauche	Gauche modérée	Droite modérée	Extrême droite
#1	44% LES INÉGALITÉS SOCIALES, LA PRÉCARITÉ	35% LES INÉGALITÉS SOCIALES, LA PRÉCARITÉ	35% LE POUVOIR D'ACHAT ET LE NIVEAU DE VIE	46% L'IMMIGRATION
#2	44% LES DISCRIMINATIONS, LE SEXISME ET LES VIOLENCES FAITES AUX MINORITÉS	34% LES DISCRIMINATIONS, LE SEXISME ET LES VIOLENCES FAITES AUX MINORITÉS	32% L'INSÉCURITÉ	43% L'INSÉCURITÉ
#3	40% LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	33% LE POUVOIR D'ACHAT ET LE NIVEAU DE VIE	21% L'IMMIGRATION	35% LE POUVOIR D'ACHAT ET LE NIVEAU DE VIE
#4	28% LE POUVOIR D'ACHAT ET LE NIVEAU DE VIE	33% LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	19% LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	18% LA SANTÉ MENTALE / L'EMPLOI ET LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Plus globalement, « Vivre dignement » s'impose comme la préoccupation n°1 des jeunes Français

Parmi les 5 thématiques suivantes, quelle est celle qui vous préoccupe le plus aujourd'hui ? (Premier choix)

Base : A tous



LES HOMMES POLITIQUES ET LA JEUNESSE : UNE RELATION À RECONSTRUIRE

#3

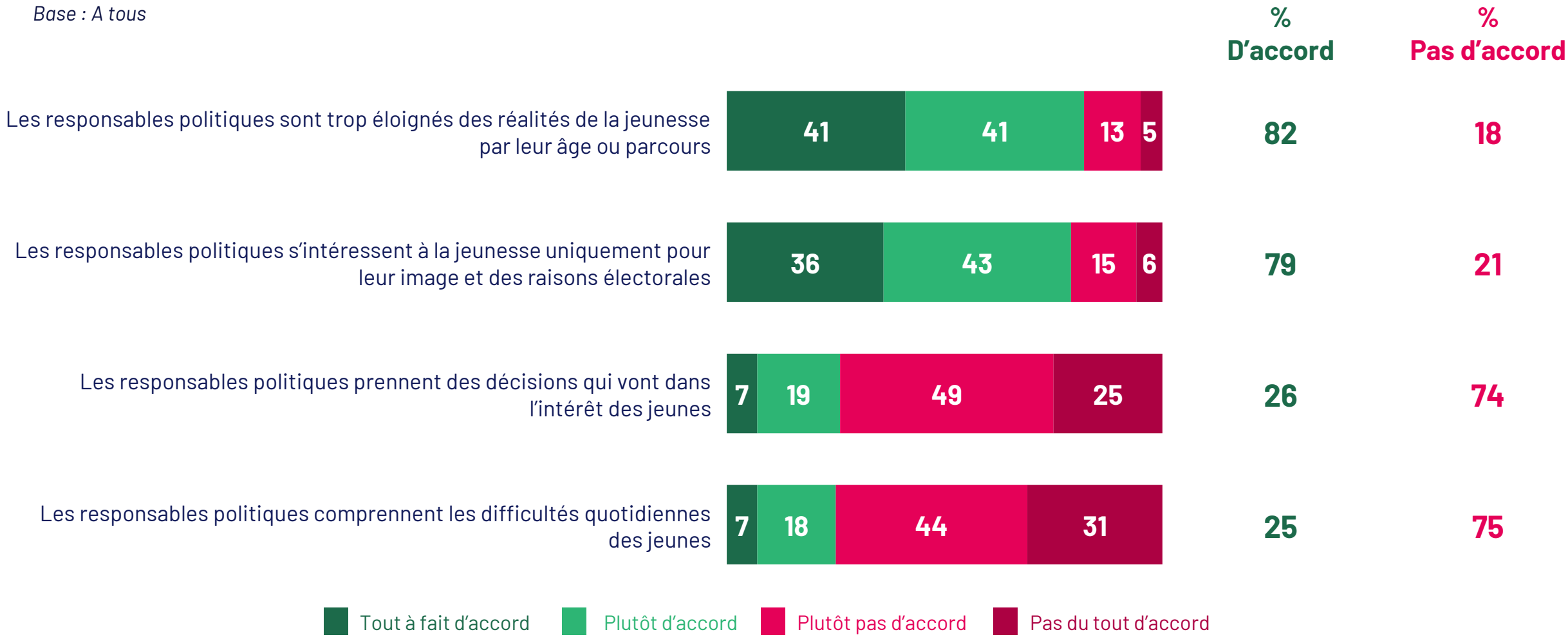
Une défiance généralisée à l'égard des responsables politiques

#3.1

Des responsables politiques jugés déconnectés et opportunistes par 8 jeunes sur 10. Ces derniers se sentent par ailleurs globalement incompris

Voici plusieurs affirmations concernant les responsables politiques et la jeunesse. Pour chacune, indiquez si vous êtes d'accord ou non :

Base : A tous

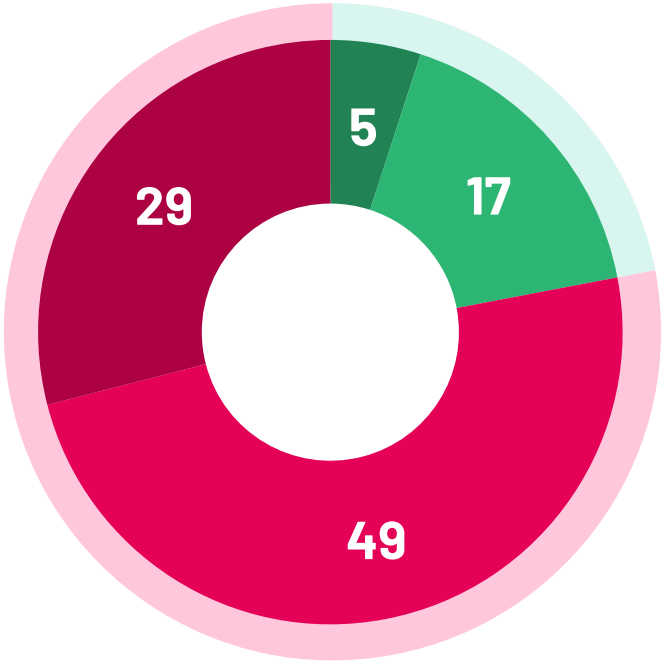


Un réel scepticisme quant à leur capacité à agir pour les jeunes : près de 8 sur 10 estiment que les responsables politiques actuels ne préparent pas bien leur avenir

D'une manière générale, avez-vous le sentiment que les responsables politiques actuels préparent bien votre avenir ?

Base : A tous

Non
78%



Oui
22%

Et davantage parmi les :
- Cadres supérieurs : **28%**
- Habitants de l'agglomération parisienne : **26%**

Et moins parmi les :
- DROM : **3%**
- Etudiants : **17%**
- Habitants des agglomérations Moins de 20 000 habitants : **18%**

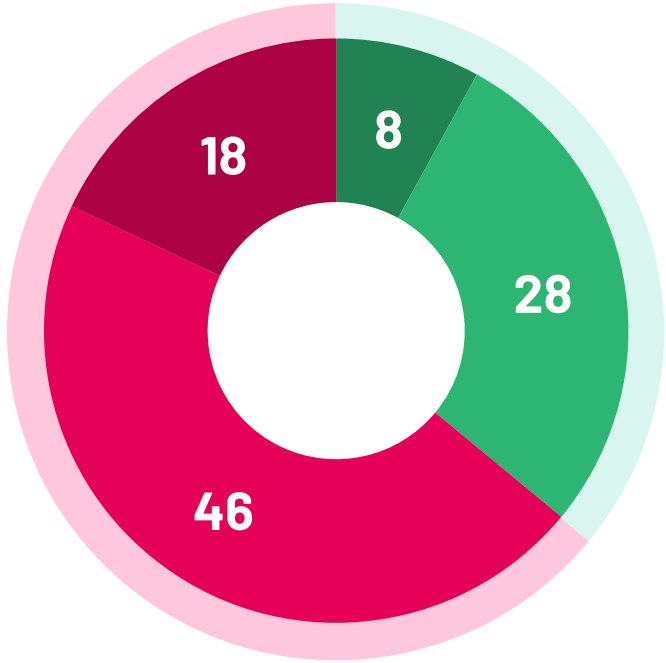
Oui, très bien | Oui, assez bien | Non, assez mal | Non, très mal

Une défiance qui n'épargne pas les futurs candidats à l'élection présidentielle : près des deux tiers des jeunes Français ne leur font pas confiance pour prendre en compte leurs préoccupations

Et diriez-vous que vous faites confiance aux futurs candidats à la prochaine élection présidentielle pour comprendre et bien prendre en compte les préoccupations et les difficultés de la jeunesse ?

Base : A tous

Non
64%



Oui
36%

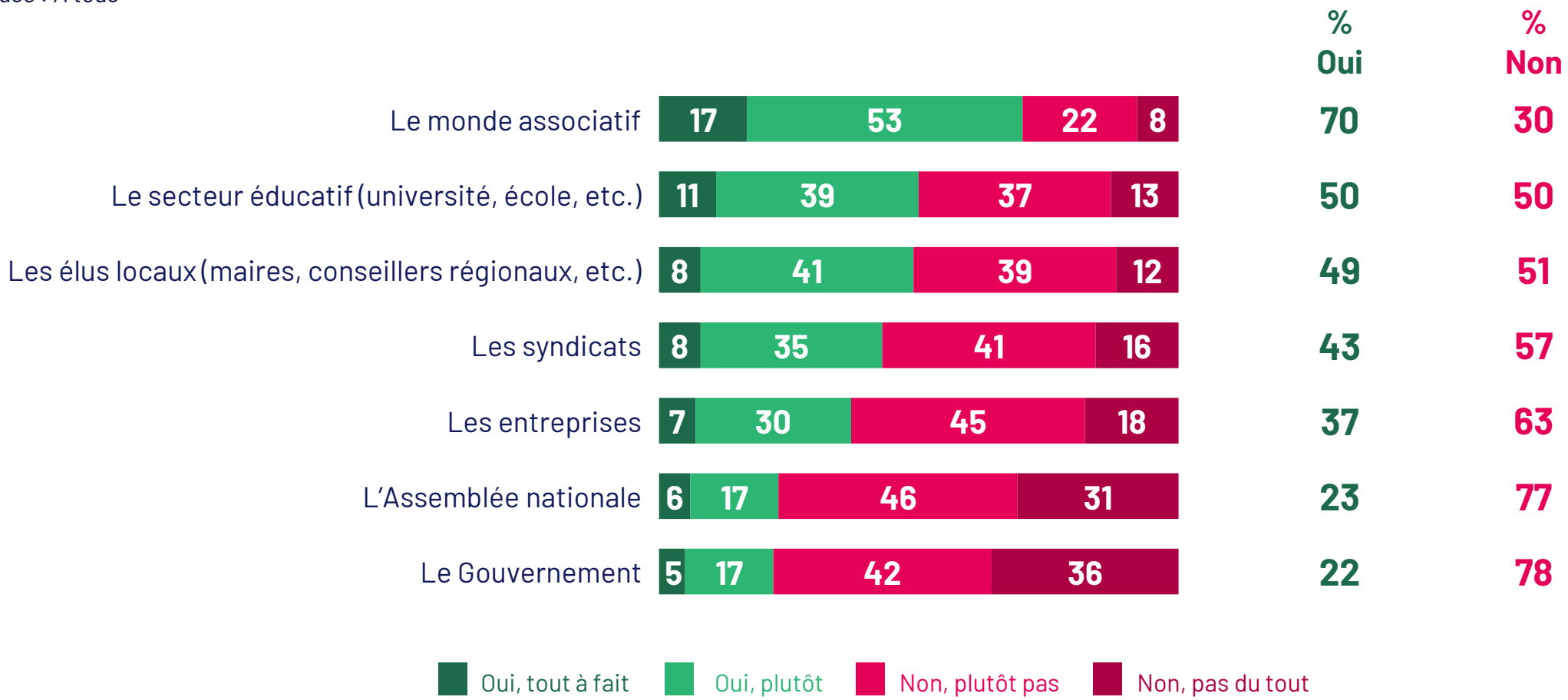
Et davantage parmi les :
- Hommes : **41%**
- Jeunes d'extrême-droite : **57%**

Et moins parmi les :
- Femmes : **31%**
- Etudiants : **29%**
- Jeunes de la gauche modérée : **27%**
- DROM : **25%**

Plus généralement, la confiance va aux acteurs de proximité : si 7 jeunes sur 10 se sentent écoutés par le monde associatif, ils sont toutefois plus partagés s'agissant du secteur associatif et des élus locaux

Pour chacune des institutions suivantes, diriez-vous qu'elle est à l'écoute de la jeunesse et qu'elle prend en compte ses préoccupations ?

Base : A tous



Mais des jeunes qui restent mobilisés pour la Présidentielle à venir

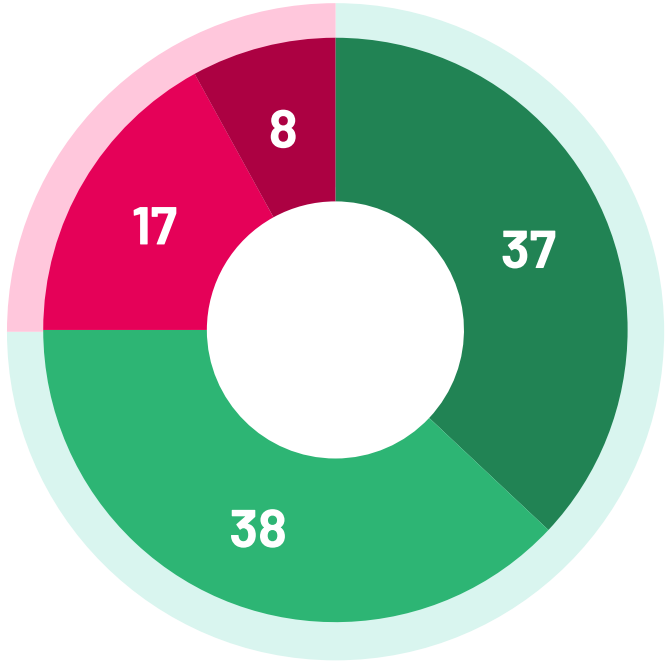
#3.2

Un réel intérêt pour l'élection présidentielle de 2027 : les trois quarts des jeunes déclarent s'intéresser au prochain scrutin

Diriez-vous que vous vous intéressez à l'élection présidentielle qui aura lieu en avril-mai 2027 ?

Base : A tous

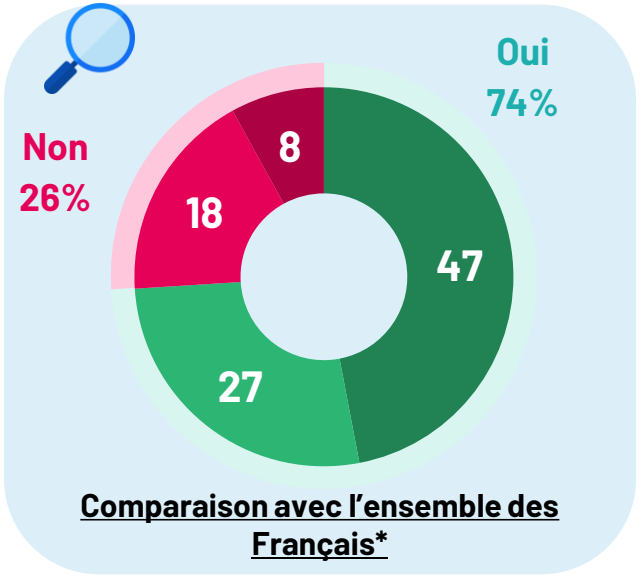
Non
25%



Oui
75%

Et davantage parmi les :
- Cadres supérieurs : **85%**
- Confiant sur la situation de la France : **80%**
- 18-19 ans : **80%**
- Agglomération de Paris : **79%**

Et moins parmi les :
- En recherche d'emploi : **68%**
- CAP/BEP : **67%**
- DROM : **67%**



Comparaison avec l'ensemble des Français*

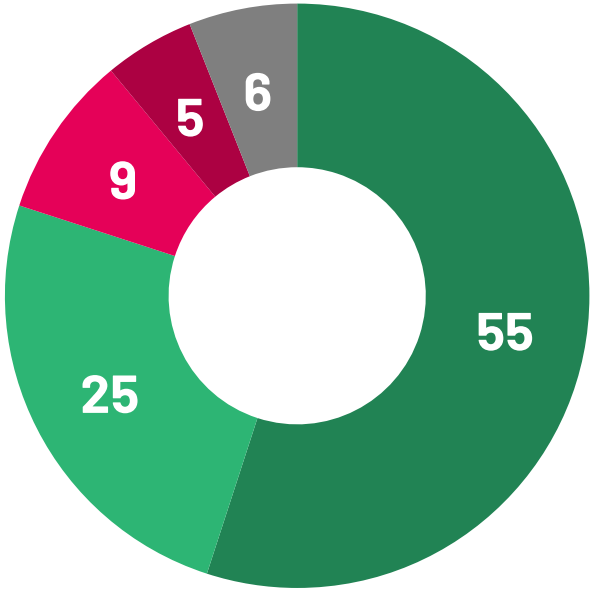
Oui, beaucoup | Oui, plutôt | Non, pas vraiment | Non, pas du tout

**Etude Ipsos bva pour Le Parisien de septembre 2026 auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

Et une forte intention de participation

Avez-vous l'intention d'aller voter à la prochaine élection présidentielle qui aura lieu en avril-mai 2027 ?

Base : A tous

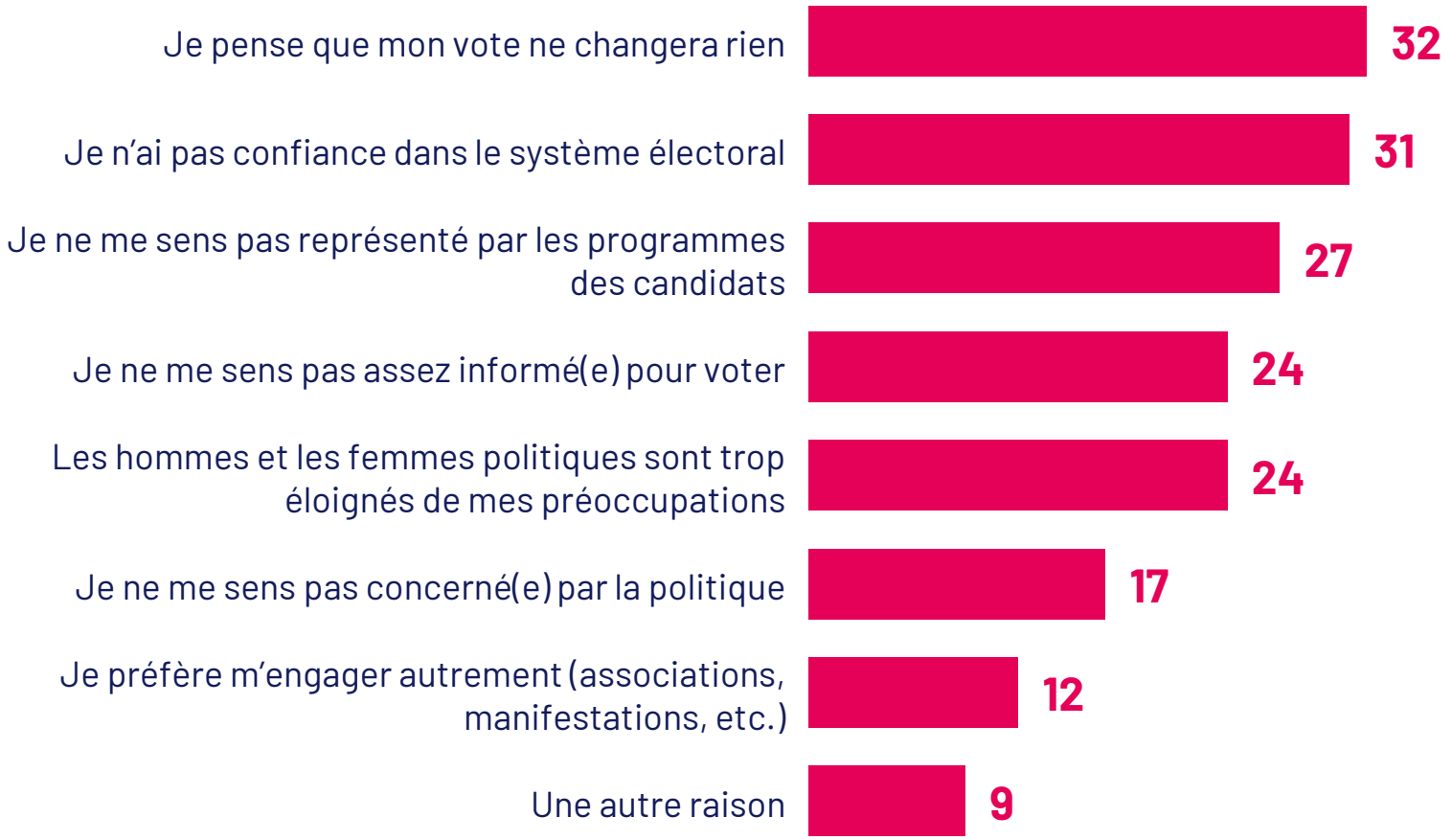


Oui, certainement | Oui, probablement | Non, probablement pas | Non, certainement pas | Je ne sais pas encore

Une abstention qui repose essentiellement sur la défiance envers un processus jugé peu efficace et représentatif : près d'1/3 des jeunes estiment que leur vote ne changera rien

Pour quelles raisons n'avez-vous pas l'intention d'aller voter ?
(Trois réponses possibles, résultats supérieurs à 100%)

Base : A ceux qui déclarent ne pas avoir l'intention d'aller voter (probablement pas/certainement pas à la question précédente)



Les grandes fractures qui traversent la jeunesse française

Une fracture sociale : jeunes qui se sentent à l'aise financièrement *vs.* jeunes en difficulté financière

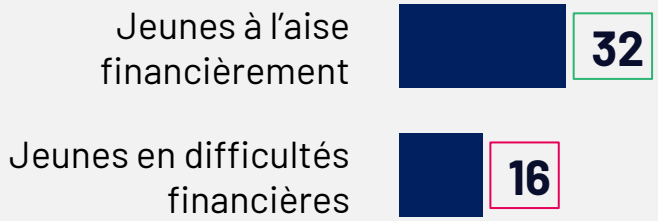
% « Satisfaits de leur vie »



% « Confiant dans son avenir professionnel » (inactifs)



% « Confiants dans la situation de la France



% « Sentiment que les responsables politiques préparent bien l'avenir des jeunes »



Les grandes fractures qui traversent la jeunesse française

Une fracture de genre*

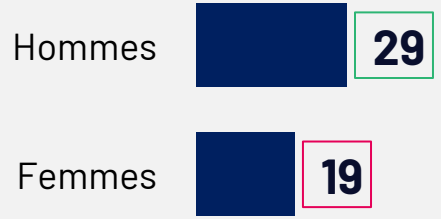
% « **Confiants dans leur situation professionnelle »** *(actifs)*



% « Confiant dans leur avenir professionnel » *(inactifs)*



% « Confiance dans la situation de la France



% « Expriment au moins un sentiment positif sur la France »



% « Confiance dans les futurs candidats à la présidentielle»

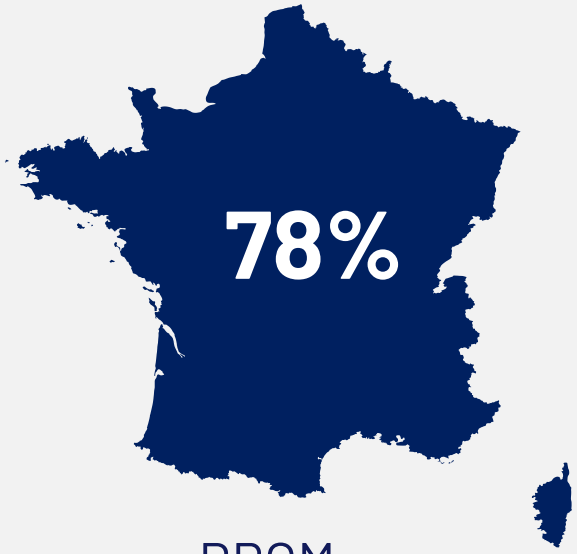


* À noter que les jeunes femmes sont plus nombreuses à se déclarer en difficulté financière (54% vs. 46% des jeunes hommes)

Les grandes fractures qui traversent la jeunesse française

Une fracture territoriale : jeunes vivant dans l'Hexagone *vs.* jeunes ultramarins (1/2)

% « Satisfait de leur vie»



DROM :



57%

% « Confiants dans la situation de la France »

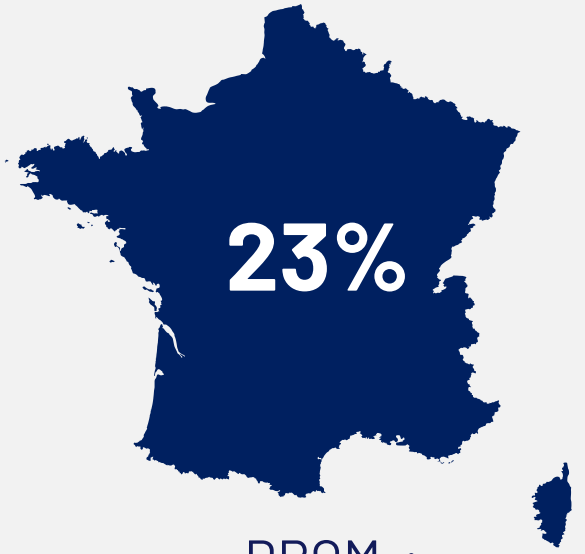


DROM :



8%

% « Sentiment que les responsables politiques préparent bien l'avenir des jeunes »



DROM :



3%

Les grandes fractures qui traversent la jeunesse française

Une fracture territoriale : jeunes vivant dans l'Hexagone vs. jeunes ultramarins (2/2)

% « Confiants dans leur situation professionnelle »



DROM :



51%

% « Confiants dans leur avenir professionnel »



DROM :



33%

% « Choisissent l'égalité comme valeur la plus importante »



DROM :



52%

LA SÉLECTION DES PROPOSITIONS ÉLABORÉES PAR LES JEUNES

#4

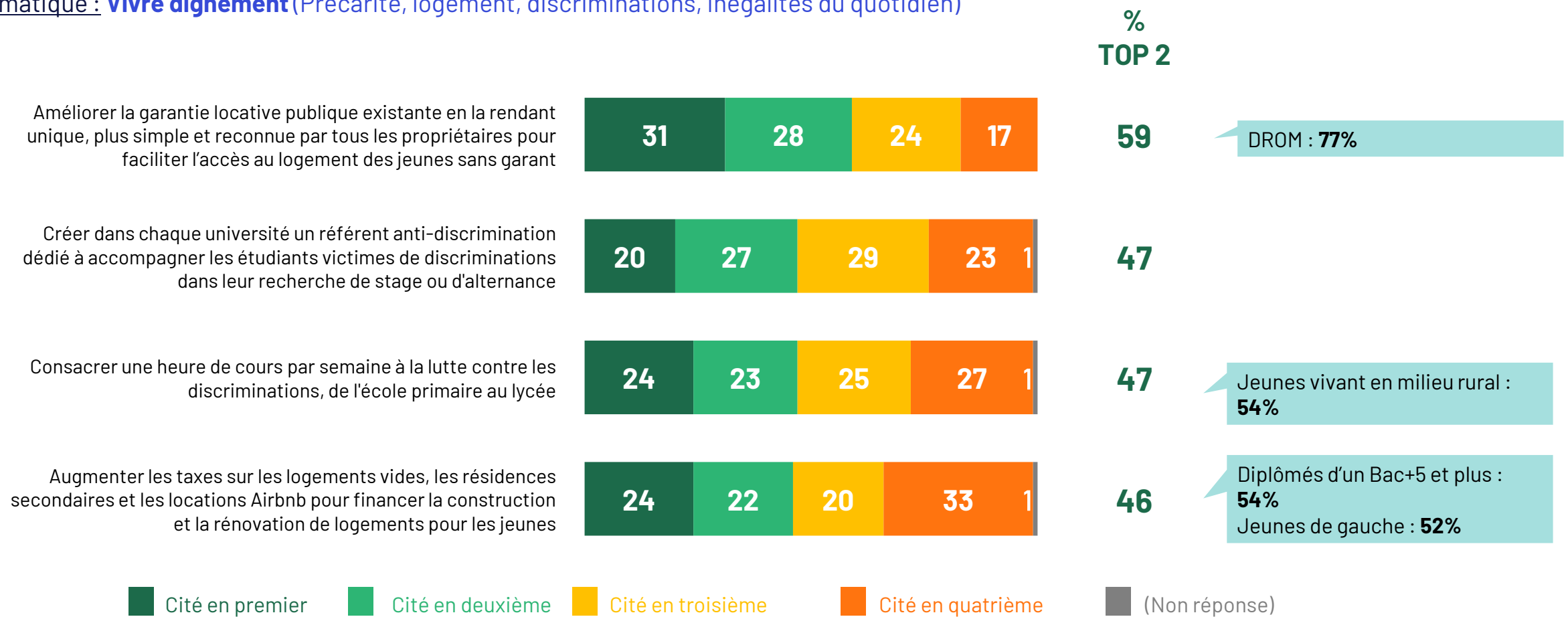
Classement détaillé des propositions par thème

#4.1

VIVRE DIGNEMENT : l'accès au logement via l'amélioration de la garantie locative est la proposition qui s'impose.

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

Thématique : **Vivre dignement** (Précarité, logement, discriminations, inégalités du quotidien)

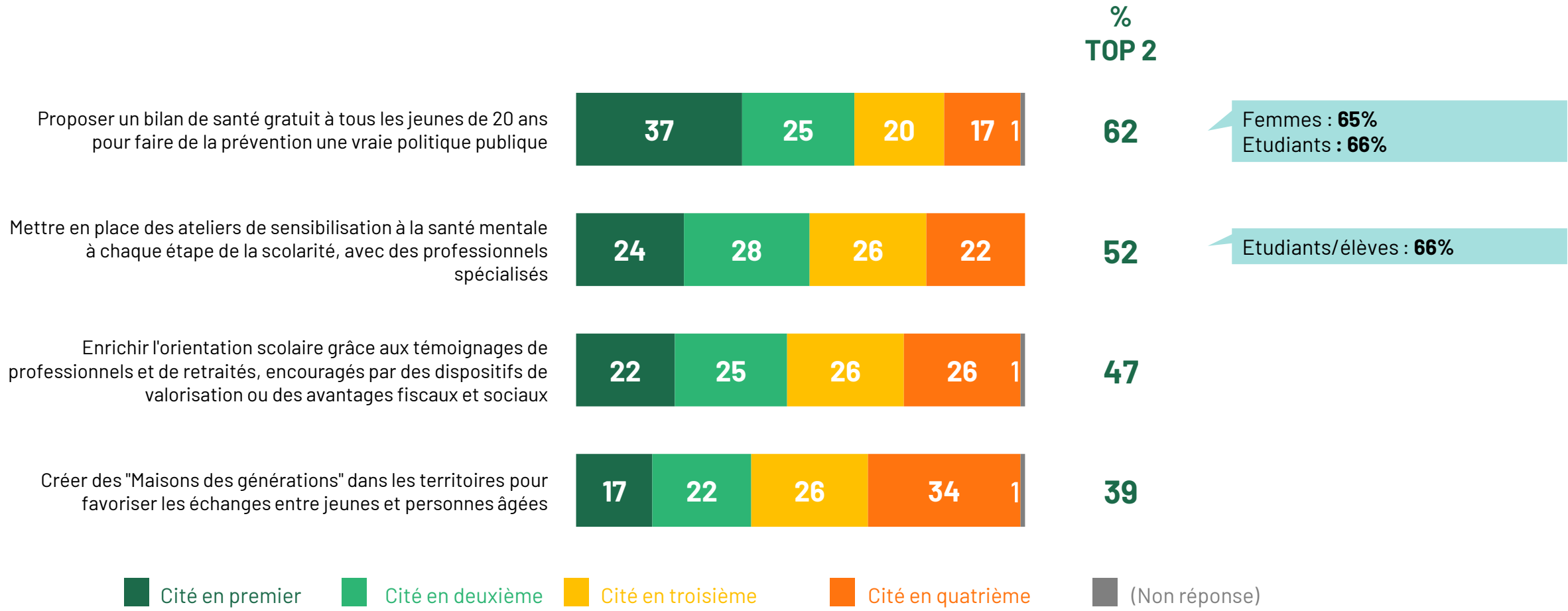


Note de lecture : 59% des jeunes ont cité la garantie locative parmi leurs 2 priorités (En 1er ou en 2nd)

PRENDRE SOIN DE SOI ET DES AUTRES : les jeunes priorisent une politique de prévention universelle avec un bilan de santé gratuit à 20 ans

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

Thématique : **Prendre soin de soi et des autres** (santé / santé mentale et prévention, solidarité)

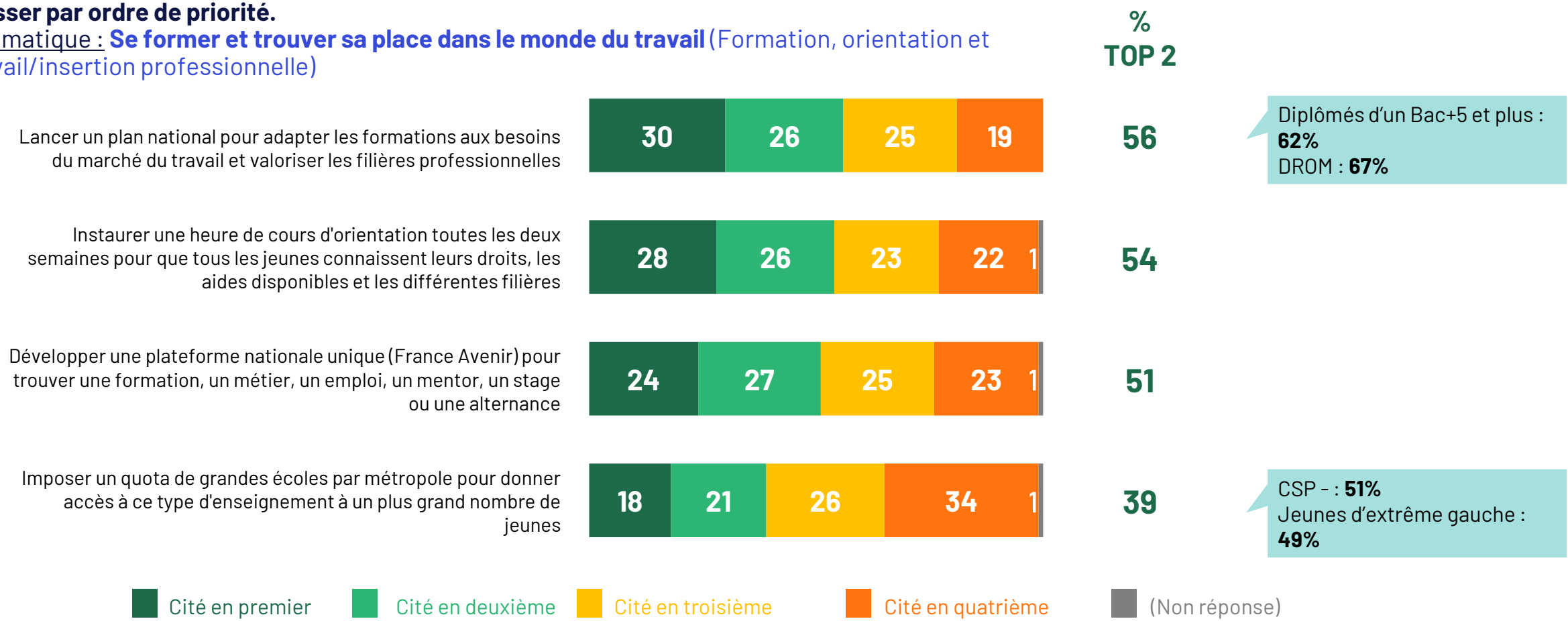


Note de lecture : 62% des jeunes ont cité le bilan de santé gratuit (En 1er ou en 2nd)

SE FORMER ET TROUVER SA PLACE DANS LE MONDE DU TRAVAIL : les jeunes privilégient les mesures qui favorisent l'insertion sur le marché comme un plan national de formations et des cours d'orientation

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

Thématique : **Se former et trouver sa place dans le monde du travail** (Formation, orientation et travail/insertion professionnelle)

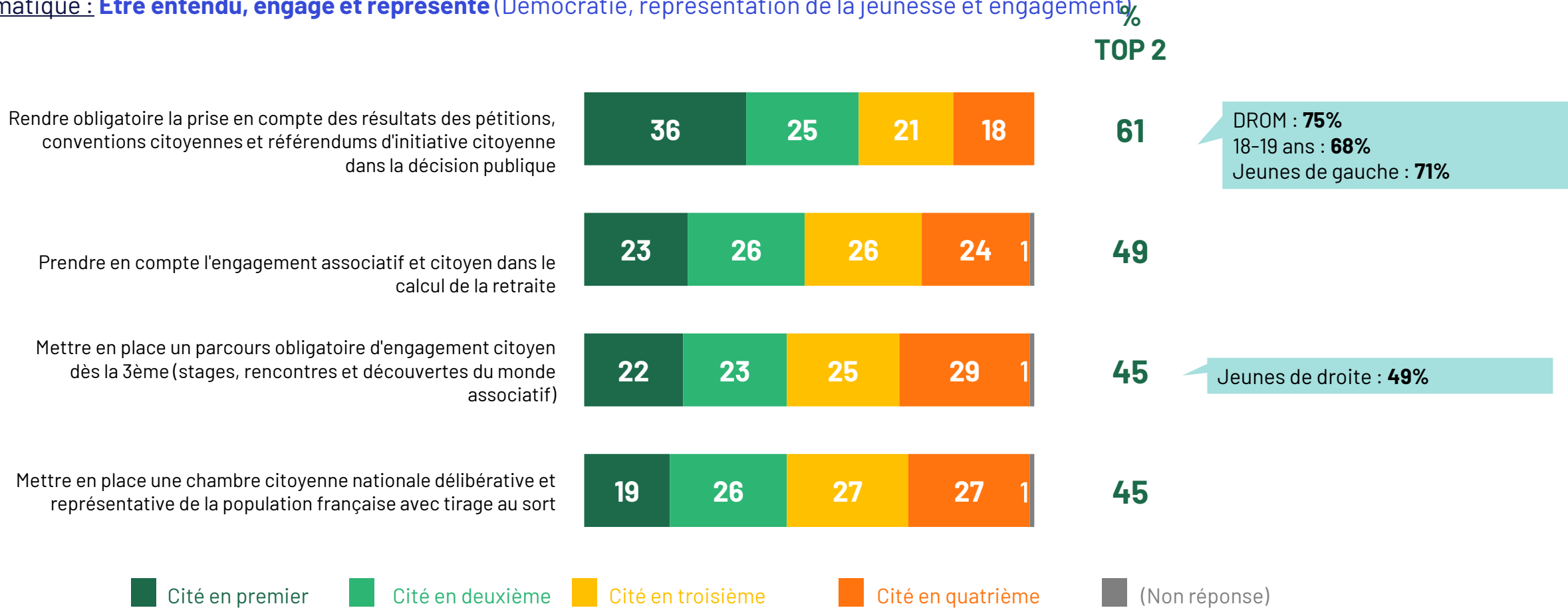


Note de lecture : 56% des jeunes ont cité le plan national pour adapter les formations parmi leurs 2 priorités (En 1er ou en 2nd)

ETRE ENTENDU, ENGAGÉ ET REPRÉSENTÉ : donner un réel pouvoir à la participation citoyenne est l'idée qui s'impose en rendant obligatoires les résultats des diverses consultations

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

Thématique : **Être entendu, engagé et représenté** (Démocratie, représentation de la jeunesse et engagement)

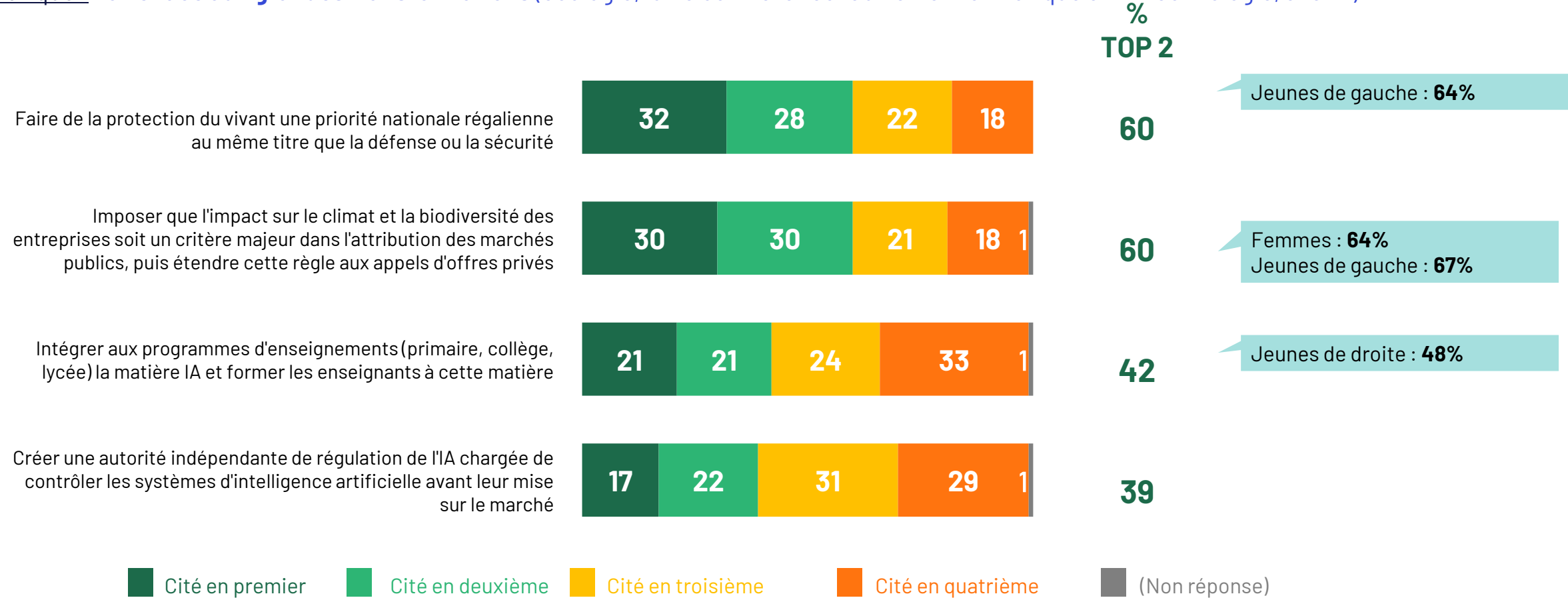


Note de lecture : 61% des jeunes ont cité de rendre obligatoire la prise en compte des résultats des pétitions parmi leurs 2 priorités (En 1er ou en 2nd)

FAIRE FACE AUX GRANDES TRANSFORMATIONS : les jeunes priorisent la protection du vivant et le durcissement des marchés publics à l'égard de l'impact environnemental des entreprises

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

Thématique : **Faire face aux grandes transformations** (écologie, lutte contre le réchauffement climatique et IA/technologie, avenir)



Note de lecture : 60% des jeunes ont cité de faire de la protection du vivant une priorité nationale régalienne parmi leurs 2 priorités (En 1er ou en 2nd)

Récapitulatif des 10 mesures sélectionnées

#4.2

TOP 10 DES MESURES - 1/2

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

« Vivre dignement »

1. Améliorer la **garantie locative publique** existante en la rendant unique, plus simple et reconnue par tous les propriétaires pour faciliter l'accès au logement des jeunes sans garant
59%

2. Créer dans chaque université **un référent anti-discrimination** dédié à accompagner les étudiants victimes de discriminations dans leur recherche de stage ou d'alternance / Consacrer une heure de cours par semaine à la lutte contre les discriminations [...]
47%

« Prendre soin de soi et des autres »

1. Proposer un **bilan de santé gratuit** à tous les jeunes de 20 ans pour faire de la prévention une vraie politique publique
62%

2. Mettre en place des **ateliers de sensibilisation à la santé mentale** à chaque étape de la scolarité, avec des professionnels spécialisés
52%

« Se former et trouver sa place dans le monde du travail »

1. Lancer un **plan national pour adapter les formations** aux besoins du marché du travail et valoriser les filières professionnelles
56%

2. Instaurer **une heure de cours d'orientation toutes les deux semaines** pour que tous les jeunes connaissent leurs droits, les aides disponibles et les différentes filières
54%

TOP 10 DES MESURES - 2/2

Pour chacune de ces 5 thématiques, je vais maintenant vous présenter 4 propositions qui pourraient être portées et défendues dans le cadre de la prochaine élection présidentielle de 2027. Merci de les classer par ordre de priorité.

« Être entendu, engagé et représenté »

1. **Rendre obligatoire la prise en compte des résultats** des pétitions, conventions citoyennes et référendums d'initiative citoyenne dans la décision publique
61%

2. Prendre en compte **l'engagement associatif et citoyen dans le calcul de la retraite**
49%

« Faire face aux grandes transformations »

1. Faire de la **protection du vivant une priorité nationale régalienne** au même titre que la défense ou la sécurité
60%

2. Imposer que l'impact sur le climat et la biodiversité des entreprises soit un **critère majeur dans l'attribution des marchés publics**, puis étendre cette règle aux appels d'offres privés
60%

ANNEXES

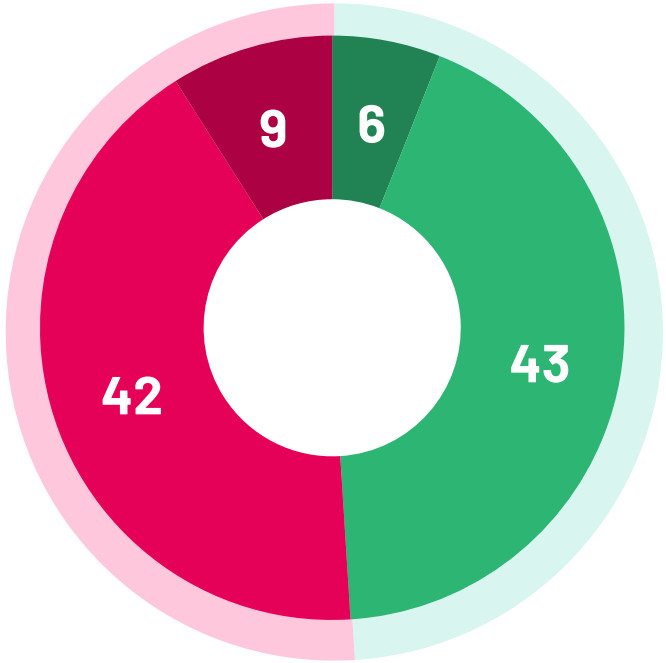
Le sentiment d'être à l'aise financièrement

Vous sentez-vous à l'aise financièrement ?

Base : A tous

En difficulté 51%

Et davantage parmi les :
- Femmes : **54%**
- DROM : **72%**
- Etudiants : **56%**



A l'aise 49%

Et plus parmi les :
- Hommes **: 54%**
- 25-29 ans : **54%**
- CSP + : **62%**

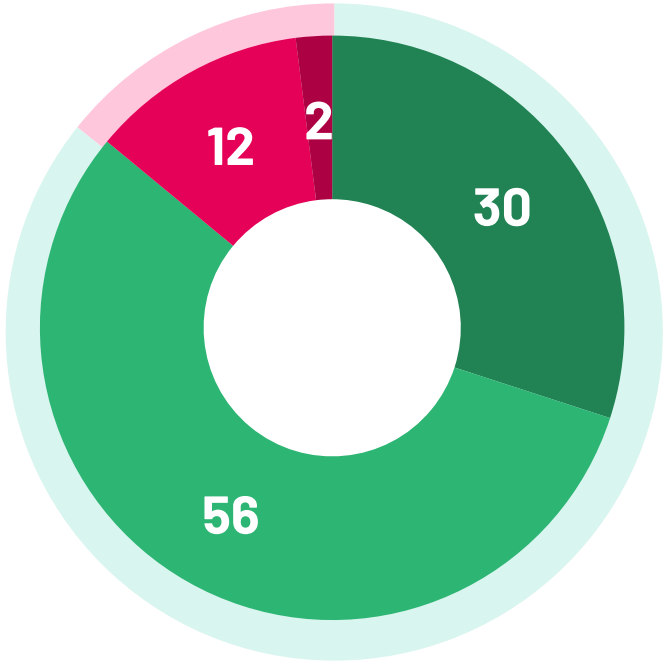
Très à l'aise | Plutôt à l'aise | Plutôt en difficulté | En grande difficulté

La perception de son niveau de santé

Actuellement, diriez-vous que vous êtes en bonne santé ?

Base : A tous

Non
14%



Oui
86%

Oui, tout à fait
Oui, plutôt
Non, plutôt pas
Non, pas du tout

La perception de son niveau de santé mentale

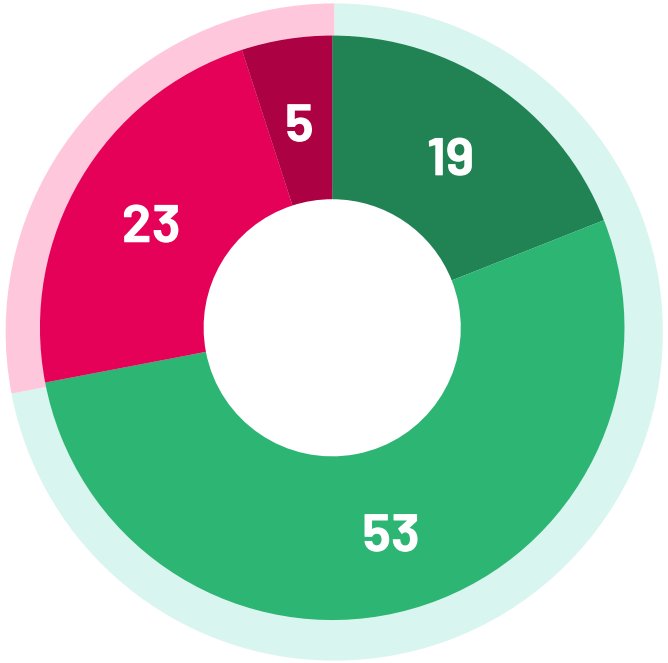
Quand vous pensez à votre santé mentale, diriez-vous que vous allez…

Base : A tous

Mal

28%

Et davantage parmi les :
- Femmes de 18-19 ans : **36%**
- Femmes de 20-24 ans : **35%**
- Jeunes qui ne travaillent pas : **32%**



Bien

72%

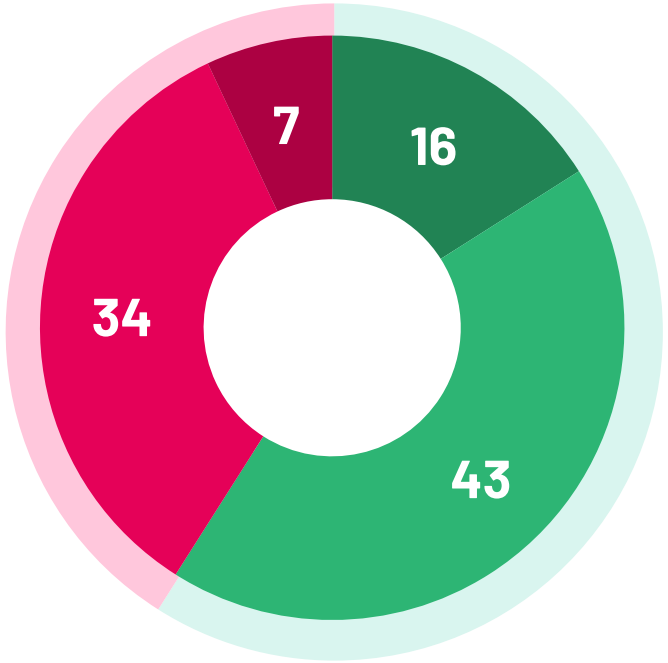
Très bien
Plutôt bien
Plutôt mal
Très mal

Le sentiment d’être engagé pour une cause

Vous sentez-vous personnellement engagé(e) aujourd'hui pour une cause ?

Base : A tous

Non
41%



Oui
59%

Oui, beaucoup
Oui, plitôt
Non, plutôt pas
Non, pas du tout

NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITE CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNEES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en france ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)

Ipsos France est certifiée ISO 20252 : Market Research - version 2019 par AFNOR CERTIFICATION

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

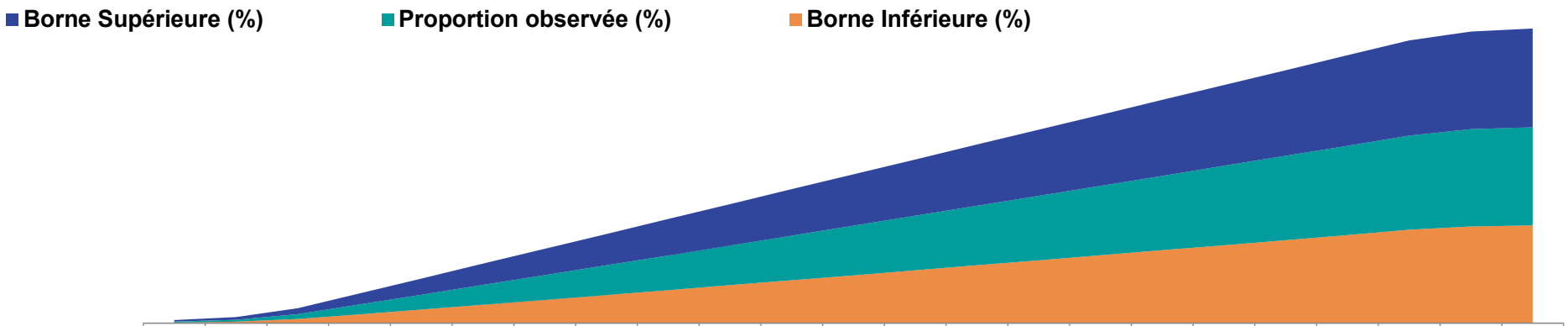
Fiabilité des résultats

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **3030**

Les proportions observées sont comprises entre :



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,4%	2,5%	5,8%	11,1%	16,3%	21,4%	26,5%	31,6%	36,7%	41,7%	46,8%	51,8%	56,8%	61,7%	66,7%	71,6%	76,5%	81,4%	86,3%	91,1%	95,8%	98,5%	99,4%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,6%	1,5%	4,2%	8,9%	13,7%	18,6%	23,5%	28,4%	33,3%	38,3%	43,2%	48,2%	53,2%	58,3%	63,3%	68,4%	73,5%	78,6%	83,7%	88,9%	94,2%	97,5%	98,6%

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.
Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.
Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.