

LE JOURNALISME FACE À LA HAINE EN LIGNE

Rapport de recherche

8 novembre 2021

© 2021 Ipsos. Tous les droits sont réservés. Contient des informations confidentielles et exclusives d'Ipsos et ne peut être divulgué ou reproduit sans le consentement écrit préalable d'Ipsos.



Table des matières

02 Introduction

04 Conclusions principales

08 Profil et rôle dans les médias

14 Prévalence du harcèlement

24 Impact du harcèlement

28 Recours et ressources

37 Dans leurs propres mots

41 Annexe

Introduction

Objectif du sondage

Évaluer et comprendre le phénomène de la haine en ligne que les journalistes et d'autres employés des médias subissent dans le cadre de leur travail.

Méthodologie

Le sondage a été conduit en ligne par Ipsos entre le 27 septembre et le 13 octobre 2021 en anglais et en français. Il a été largement distribué à 12 associations de journalistes et organisations médiatiques canadiennes.

Au total, 1 093 journalistes et employés des médias y ont répondu.

Les résultats du sondage ne sont pas pondérés, puisque l'âge, le sexe et la distribution régionale des répondants ressemblent fortement à la composition des professions ciblées comparativement aux données de Statistique Canada.

Note : L'échantillon des répondants surreprésente les journalistes par rapport aux autres professions de l'industrie des médias. Cela est toutefois raisonnable pour cette étude étant donné que les journalistes sont plus à risque de subir du harcèlement en ligne. Il a été décidé que les données ne seraient pas pondérées en fonction de la profession.

La durée moyenne du sondage était de 15 minutes.



Conclusions principales

Prévalence du harcèlement

Le harcèlement est largement répandu – 72 % des répondants disent avoir subi une forme ou l'autre de harcèlement au cours des 12 derniers mois. Un journaliste ou employé des médias sur trois fait l'objet de harcèlement en ligne au moins une fois par mois, ce qui en fait la forme de harcèlement la plus courante (65 % au cours de la dernière année). Un sur dix a reçu des menaces de mort dans le cadre de son travail au cours des 12 derniers mois.

Impact du harcèlement

Le harcèlement vécu au travail a de graves conséquences, tant du point de vue personnel qu'à l'échelle de l'industrie. Beaucoup ont connu des problèmes de santé mentale à la suite du harcèlement (un sur quatre). Et ils sont nombreux (un sur trois) à avoir songé à quitter la profession au cours des 12 derniers mois.

Recours et ressources

La plupart des cas de harcèlement ne sont pas signalés, soit parce que les journalistes et professionnels des médias doutent de la gravité du harcèlement dont ils font l'objet ou parce qu'ils pensent que rien ne sera fait pour améliorer la situation. |



Prévalence du harcèlement

Prévalence du harcèlement

Impact du harcèlement

Recours et ressources

- La grande majorité des journalistes et des professionnels des médias ont fait l'objet de harcèlement en ligne (65 %). Cependant, beaucoup déclarent également avoir été harcelés en personne (38 %) ou avoir reçu des menaces par téléphone (28 %). Un répondant sur dix a été agressé physiquement et deux sur dix (20 %) indiquent avoir fait l'objet de harcèlement en ligne de façon hebdomadaire ou même quotidienne.
- La plupart (84 %) de ceux qui ont fait l'objet de harcèlement en ligne estiment que ce phénomène s'est accru. Le harcèlement en ligne prend de nombreuses formes, dont des messages ou des images vulgaires et sexualisés, des menaces physiques, des commentaires ciblant l'identité de genre, l'utilisation du nom ou de l'image sans autorisation et des commentaires ciblant l'ethnicité ou la nationalité.
- Les femmes, les jeunes journalistes ou employés des médias, les personnes issues de la diversité et les membres de la communauté LGBTQ2+ sont plus susceptibles d'être harcelés en ligne. Le harcèlement dont ils font l'objet est également plus sévère.
- Les facteurs menant à faire l'objet de harcèlement sont plus communément liés à la négativité entourant la profession, l'industrie, les reportages et l'employeur. Le harcèlement n'est pas nécessairement causé par l'identité personnelle du journaliste ou du professionnel des médias (genre, sexualité, origine ethnique, religion, etc.), mais les attaques elles-mêmes sont souvent très personnelles. Les accusations de « fausses nouvelles » sont le principal facteur qui mène au harcèlement en ligne, suivies de près par des critiques du média pour lequel le ou la journaliste travaille. Les journalistes et professionnels des médias qui sont membres de la communauté LGBTQ2+ sont plus susceptibles d'être ciblés spécifiquement en raison de leur genre ou de leur identité sexuelle.

Impact du harcèlement

Prévalence du harcèlement

Impact du harcèlement

Recours et ressources

- Le harcèlement vécu au travail a de graves conséquences, tant du point de vue personnel qu'à l'échelle de l'industrie. Plus de trois journalistes ou professionnels des médias sur dix qui font l'objet de harcèlement (37 %) ont ressenti le besoin de s'absenter des médias sociaux, de supprimer leurs comptes, ou ont envisagé de quitter carrément le métier (33 %). D'autres ont décidé d'éviter de faire certains reportages (26 %), ont envisagé de demander (11 %) ou ont demandé de changer d'affectation (6 %).
- Un tiers des répondants a fait face à des émotions négatives de peur, honte ou colère et un quart a eu du mal à dormir et/ou a éprouvé des problèmes de santé mentale à cause du harcèlement. Les répercussions sur la santé mentale s'accroissent avec la fréquence du harcèlement : 42 % des répondants qui ont été harcelés toutes les semaines ou quotidiennement disent que cette situation a eu une incidence négative sur leur santé mentale, comparativement à 13 % de ceux qui ont fait l'objet de harcèlement moins souvent.
- Une plus grande proportion de jeunes journalistes et professionnels des médias, de femmes et de membres de la communauté LGBTQ2+ ont éprouvé des symptômes post-traumatiques. Ceci indique que non seulement ces groupes sont les plus touchés par le harcèlement en ligne, mais qu'ils souffrent également le plus de son impact psychologique.
- Le harcèlement fréquent poussent la moitié (50 %) des journalistes et des professionnels des médias à s'absenter des réseaux sociaux ou à envisager de quitter la profession.

Recours et ressources

Prévalence du harcèlement

Impact du harcèlement

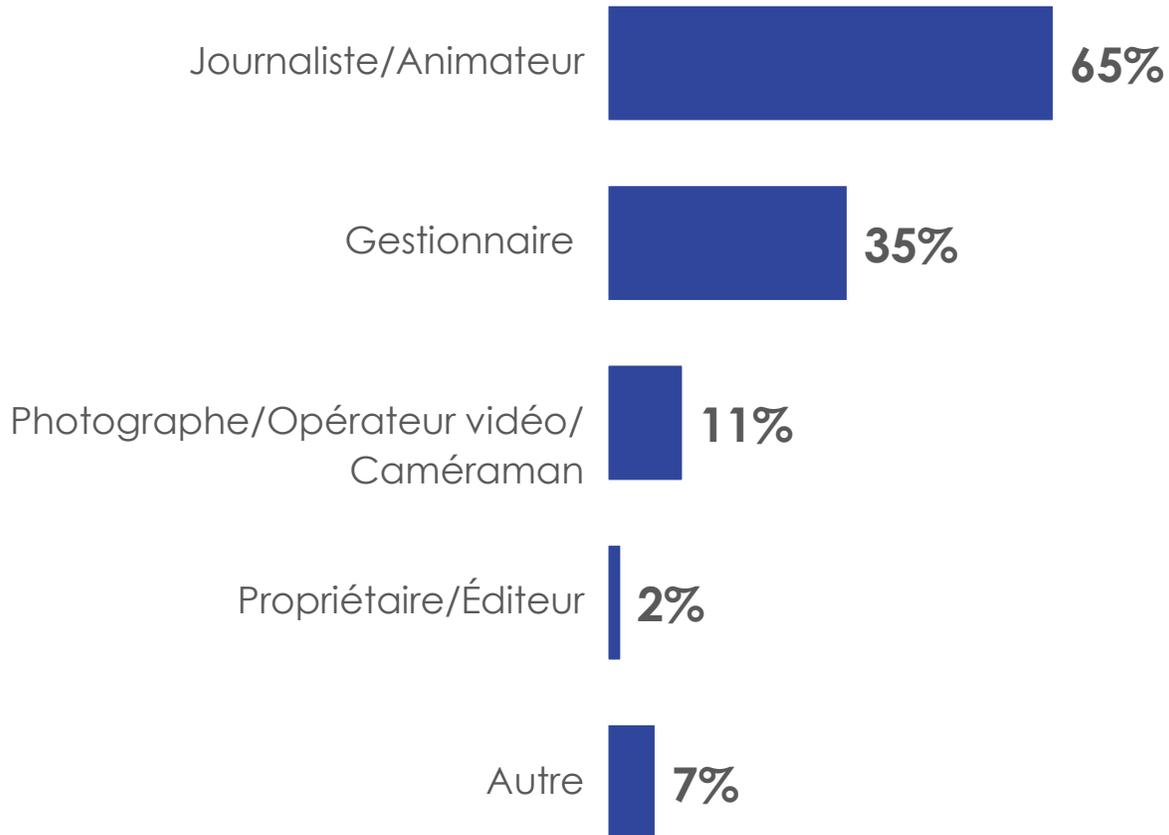
Recours et ressources

- Près de la moitié (46 %) de ceux qui ont fait l'objet de harcèlement ne l'ont pas signalé. Quatre journalistes ou professionnels des médias sur dix (39 %) qui ont fait l'objet de harcèlement sur une base hebdomadaire ou plus fréquemment ont choisi de ne prendre aucune mesure.
- Quatre répondants sur dix (40 %) ont informé leur employeur du harcèlement qu'ils subissent.
- Parmi ceux qui subissent des attaques quotidiennes, le harcèlement est plus courant sur les comptes Twitter professionnels. Cependant, la plateforme la plus utilisée pour harceler les journalistes et professionnels des médias est leur adresse électronique professionnelle. Les comptes personnels sont utilisés moins souvent. Les attaques sont à peu près aussi courantes sur les comptes Facebook et les comptes Twitter personnels, alors qu'Instagram est la plateforme la moins souvent utilisée pour harceler les répondants.
- Même si le harcèlement entraîne des enjeux de santé mentale et de sécurité, une vaste majorité des personnes qui n'ont pas signalé l'incident estiment que ce n'était pas assez sérieux pour être signalé.
- D'autres pensaient que rien ne se ferait fait après avoir effectué un signalement ou que le signalement prendrait trop de temps et demanderait trop d'efforts.
- Certains s'inquiètent également des répercussions négatives découlant d'un signalement. Qu'il s'agisse de la peur d'inciter le harceleur à doubler la mise, ou du retentissement sur l'avancement de leur carrière s'ils développent la réputation de « créer des problèmes ».
- Une grande majorité des personnes ciblées n'ont consulté aucune ressource. Parmi celles qui l'ont fait, peu les trouvaient adéquates.
- La plupart des journalistes et des employés des médias estiment que la protection des journalistes contre la haine en ligne relève de la responsabilité des employeurs ou des plateformes de médias sociaux.

PROFIL ET RÔLE DANS LES MÉDIAS

Rôle dans les médias

STATUT OFFICIEL COMME JOURNALISTE OU PROFESSIONNEL DES MÉDIAS



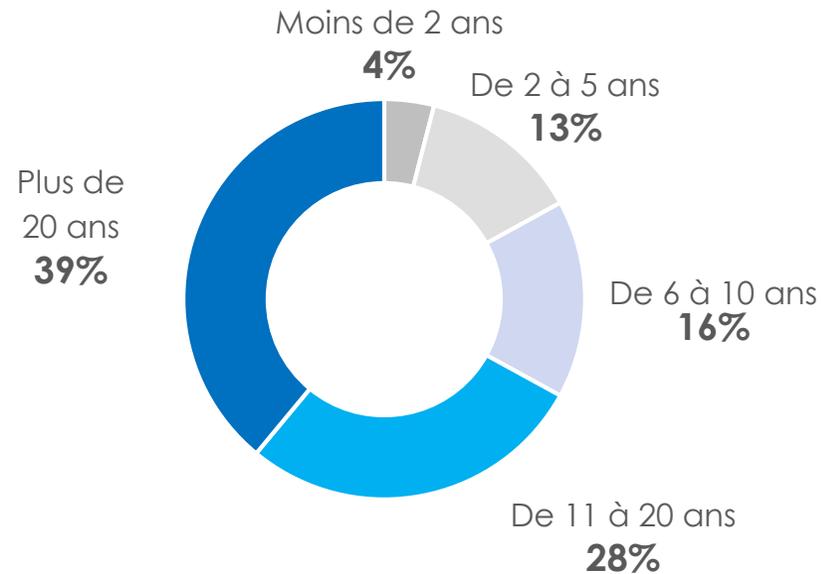
Base : Tous les répondants (n=1 093)
Q1. Quel est votre statut officiel comme journaliste ou professionnel des médias? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

- Les journalistes/animateurs forment le plus large groupe ayant répondu au sondage (65 %) et les journalistes, reporters ou correspondants composent la plus grande partie de ce groupe (54 % contre 11 % pour les animateurs).
- Un tiers des personnes interrogées ont une fonction de gestion comprenant la production, la rédaction ou la gestion d'une équipe de journalistes ou de professionnels des médias.
- Les photographes, opérateurs vidéo ou caméramans représentent un dixième des personnes sondées, suivis par d'autres membres de l'industrie y compris les propriétaires/éditeurs, les étudiants en journalisme ou en média et ceux qui sont retraités mais travaillent encore dans l'industrie à l'occasion.
- Note : Les étudiants ne travaillant pas dans l'industrie et les personnes complètement à la retraite ont été invités à partager leurs réflexions sur la façon dont le harcèlement en ligne les a affectés ainsi que leur travail, mais ont été exclus des questions mesurant sa prévalence au sein de l'industrie.

Nombre d'années dans l'industrie et langue utilisée pour travailler

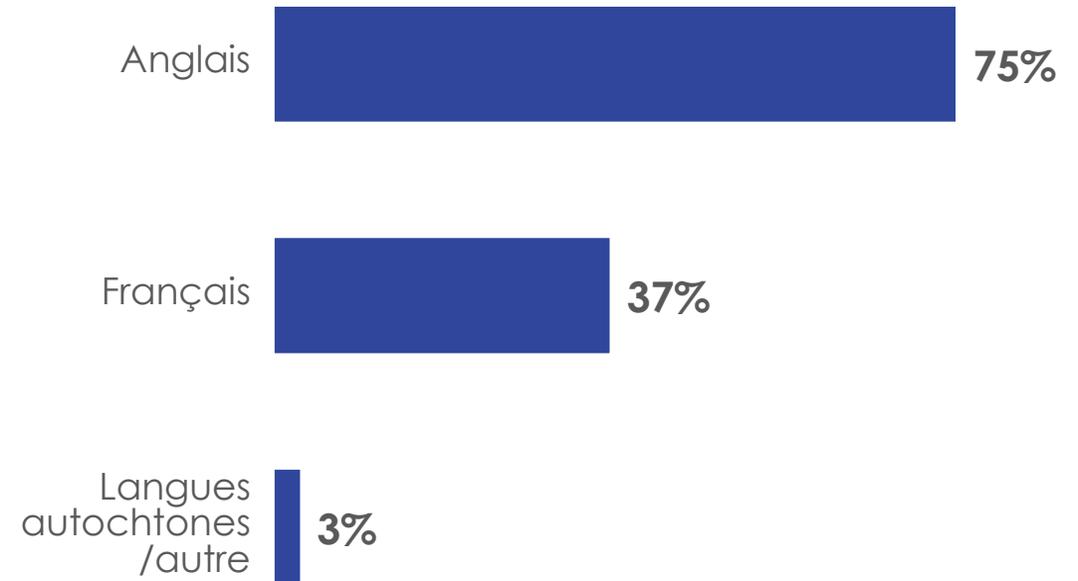
- Sept personnes sondées sur dix travaillent dans l'industrie depuis plus d'une décennie et 17 % ont commencé à y travailler il y a moins de cinq ans. Les personnes issues de la diversité et les membres de la communauté LGBTQ2+ sont plus susceptibles d'avoir rejoint l'industrie il y a moins de cinq ans (respectivement 22 % et 41 %).
- Bien que l'anglais soit la langue la plus souvent utilisée pour travailler (75 %), le français est la principale langue de travail pour plus d'un tiers des répondants.

NOMBRE D'ANNÉES DANS L'INDUSTRIE



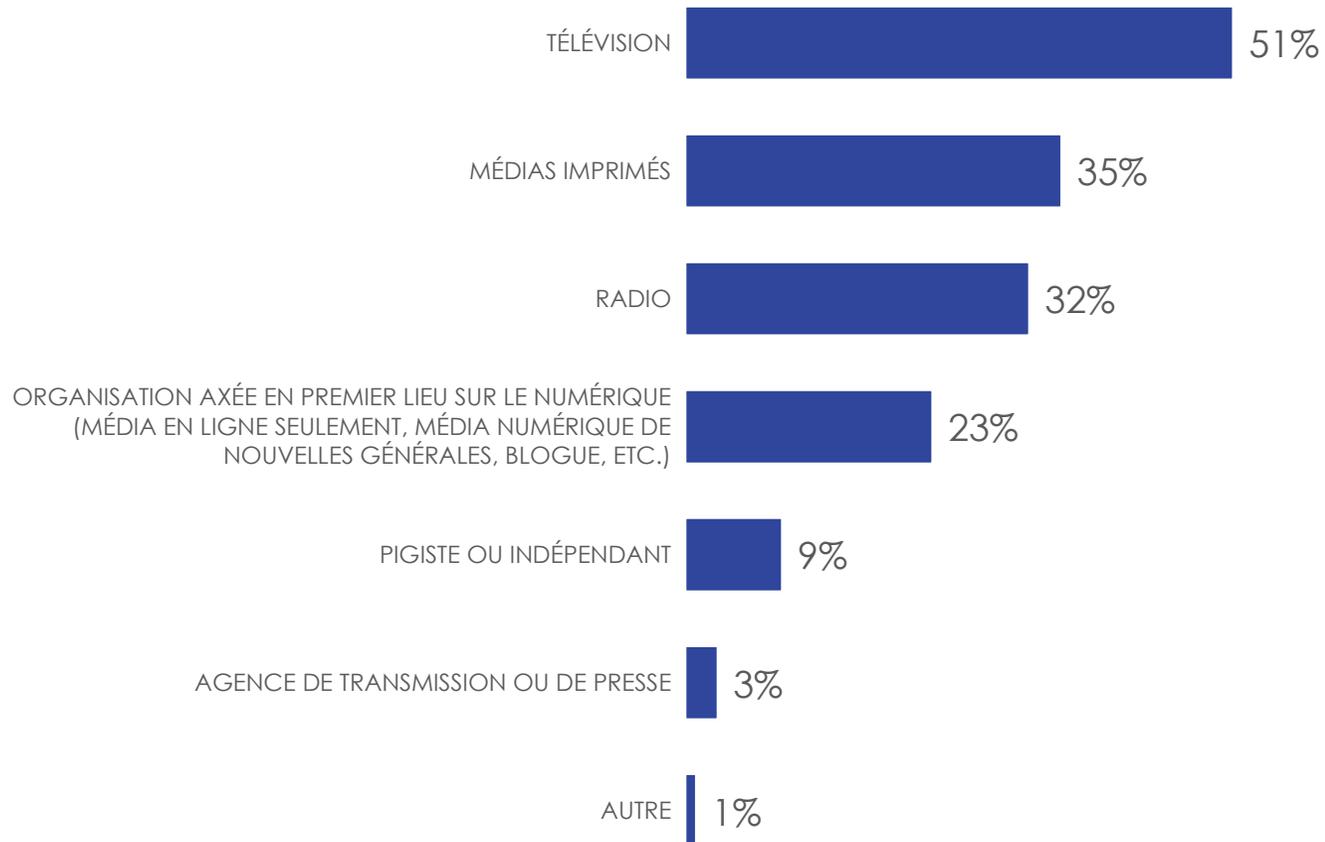
Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q2. Depuis combien de temps travaillez-vous dans le secteur du journalisme ou des médias?

LANGUE UTILISÉE POUR TRAVAILLER



Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q3. Dans quelle(s) langue(s) travaillez-vous? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Secteur d'emploi dans l'industrie des médias



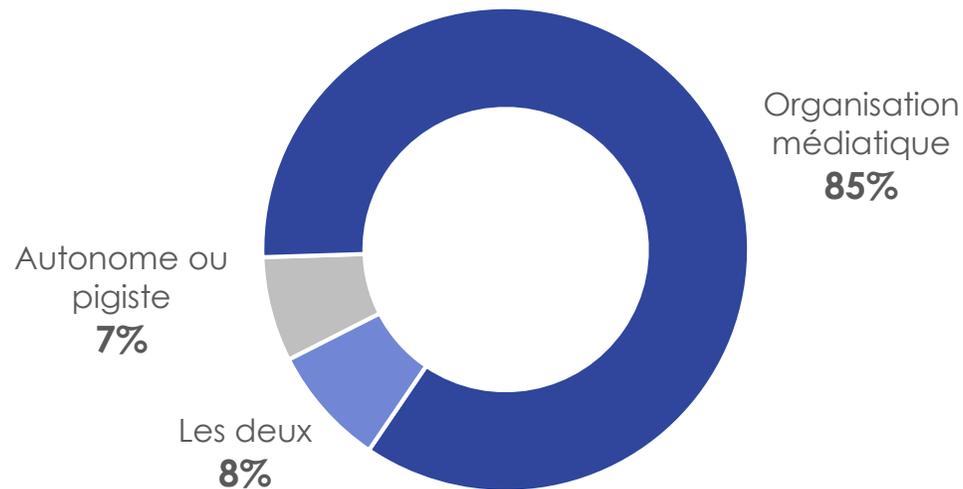
- La moitié des personnes sondées (51 %) travaille dans le secteur de la télévision (télévision publique, commerciale ou communautaire). Un tiers travaille dans le secteur des médias imprimés (35 %) et de la radio (32 %).
- Quasiment un quart des répondants travaillent pour une organisation axée en premier lieu sur le numérique. Ils ont tendance à être plus jeunes (32 % d'entre eux ont moins de 30 ans), à être des femmes (26 %), à faire partie de la communauté LGBTQ2+ (40 %) ou à être issus de la diversité (28 %).

Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q4. Dans quel(s) secteur(s) des médias travaillez-vous? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

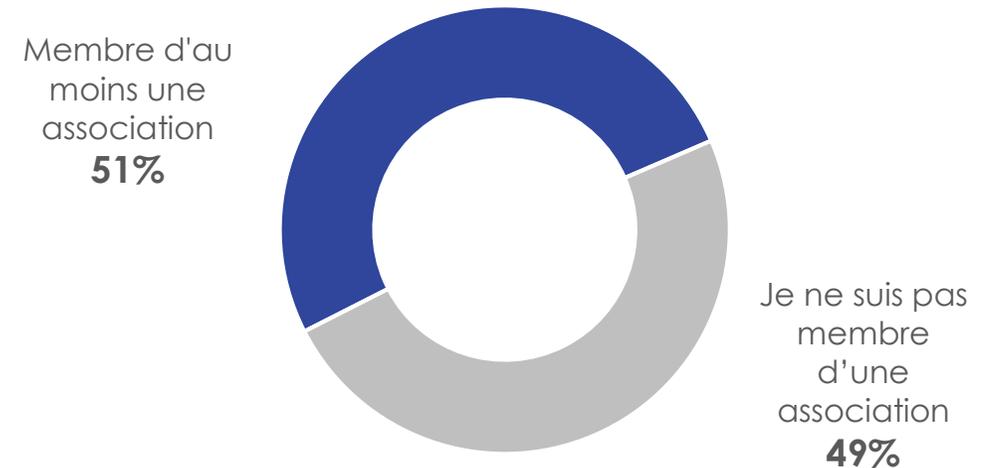
Emploi et adhésion à une association médiatique

- L'écrasante majorité (93 %) des répondants sont employés par une organisation médiatique. Moins d'un répondant sur dix est autonome ou pigiste. Les répondants plus jeunes (13 % de ceux âgés de moins de 30 ans) et ceux qui s'identifient comme faisant partie de la communauté LGBTQ2+ (13 %) sont plus susceptibles de travailler pour une organisation médiatique tout en étant autonome ou pigiste alors qu'une plus grande proportion de personnes issues de la diversité indiquent être autonomes ou pigistes (10 %).
- La moitié des répondants sont membres d'une association journalistique.

TYPE D'EMPLOI



ADHÉSION À UNE ASSOCIATION MÉDIATIQUE/JOURNALISTIQUE

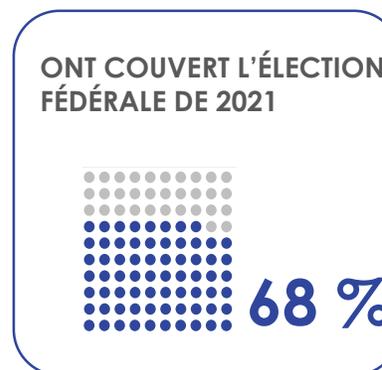
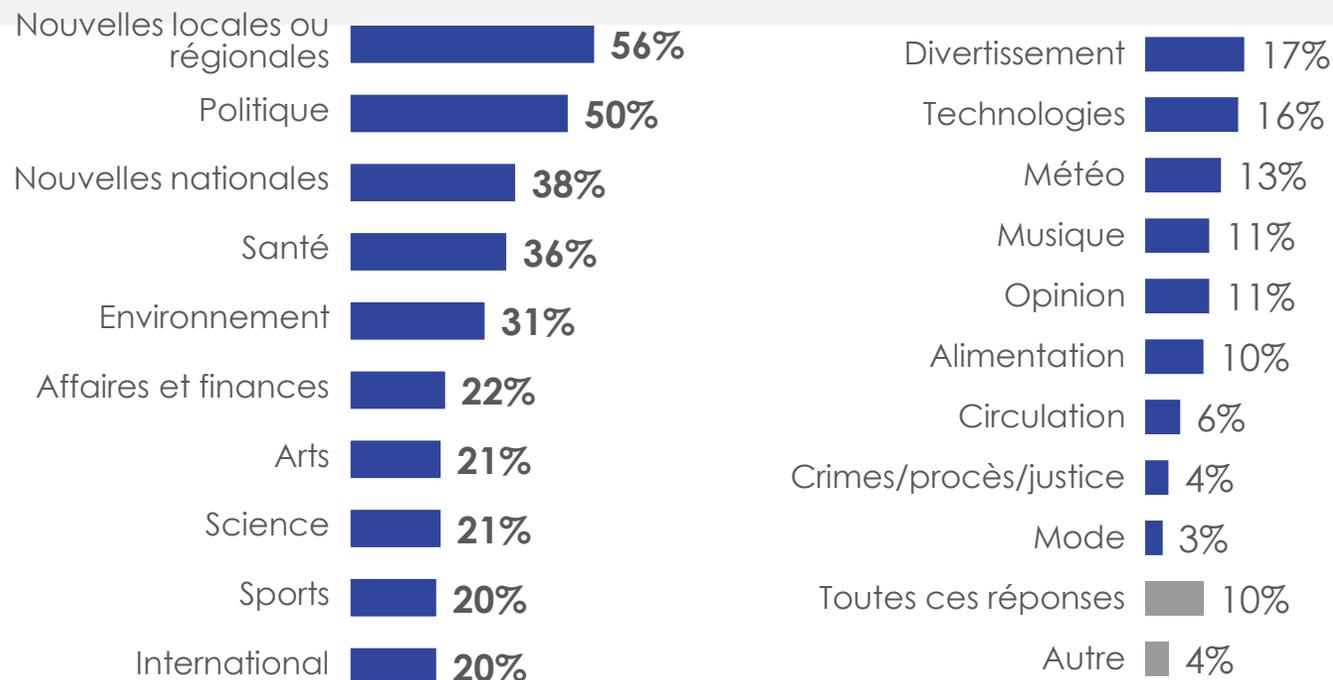


Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q5. Êtes-vous autonome ou pigiste ou employé d'une organisation médiatique?

Base : Tous les répondants (n=1 093)
Q1a. Êtes-vous membre de l'une des associations médiatiques ou journalistiques suivantes? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Sujets qui font habituellement l'objet de reportages

- Dans le cadre de leur travail, les personnes interrogées font des reportages sur un vaste éventail de sujets. Les nouvelles locales et régionales, la politique et les nouvelles nationales sont les trois principaux sujets qui font l'objet de leurs reportages. Dans cette optique, la récente élection fédérale de 2021 (un sujet qui englobe les trois thèmes précédemment énoncés) a été couverte par sept professionnels sondés sur dix.
- D'autres sujets qui font communément l'objet de reportages comprennent la santé, l'environnement, les affaires et les finances etc.



Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)

Q6a. Lesquels des sujets ci-dessous font habituellement l'objet de vos reportages? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

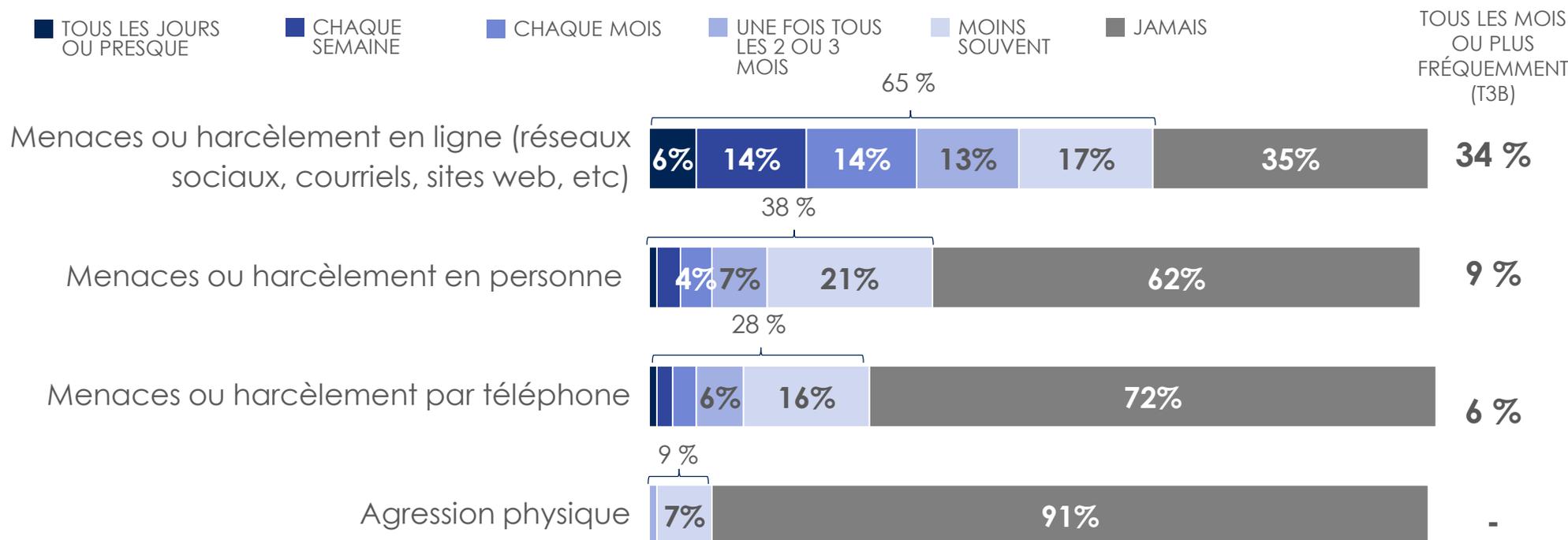
Q6b. Avez-vous couvert la plus récente élection fédérale (2021)?

PRÉVALENCE DU HARCÈLEMENT DANS L'INDUSTRIE



Prévalence du harcèlement dans le cadre du travail

- Plus de sept répondants sur dix indiquent avoir fait l'objet d'un type de harcèlement dans le cadre de leur travail l'an passé, et le plus souvent en ligne (65 %). 20 % des répondants indiquent faire l'objet de harcèlement en ligne de façon hebdomadaire ou même quotidienne.
- Nombre d'entre eux ont également fait l'objet de harcèlement en personne (38 %) ou ont reçu des menaces par téléphone (28 %). Un répondant sur dix a été physiquement attaqué.



Les membres de la communauté LGBTQ2+ font plus l'objet de harcèlement en ligne (78 % l'an dernier, c. 65 % pour le reste des répondants).

ONT FAIT L'OBJET D'UN TYPE DE HARCÈLEMENT

72 %

Les libellés dont le taux de réponse est <4 % ne sont pas montrés

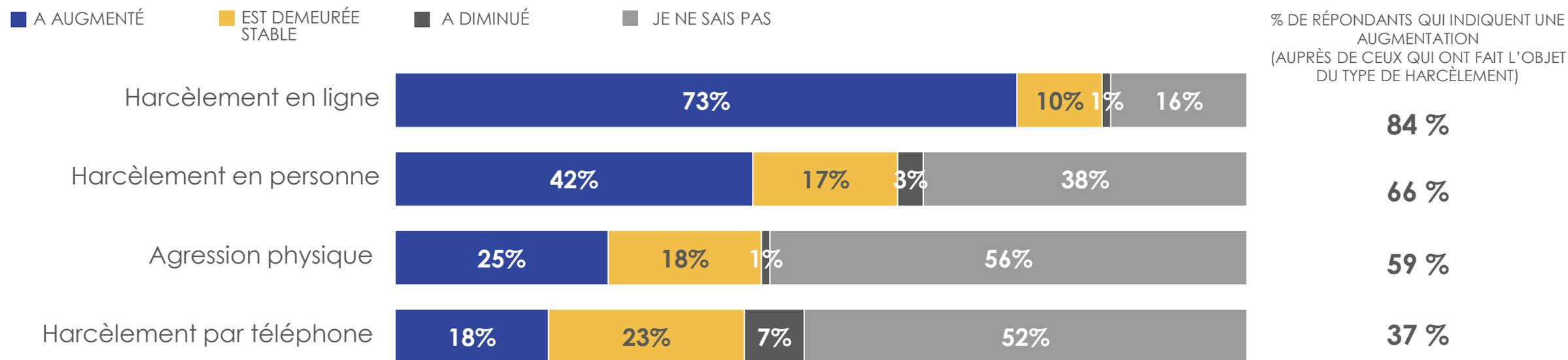
Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)

Q7a. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous vécu l'un des événements suivants en raison du travail que vous effectuez dans le secteur du journalisme ou des médias? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Fréquence du harcèlement

- Une grande majorité des personnes interrogées (73 %) pensent que la fréquence du harcèlement en ligne a augmenté au cours des deux dernières années, seulement 1 % des répondants pense qu'elle a diminué. 84 % des répondants qui ont fait l'objet de harcèlement en ligne pensent que sa fréquence s'est accrue.
- Conformément aux proportions relativement plus faibles de personnes ayant fait l'objet de harcèlement en personne, par téléphone ou ayant été agressées physiquement, de nombreux répondants ne savent pas si la fréquence de ces incidents augmente ou diminue. Cependant, il est important de noter que la majorité de ceux qui ont été harcelés en personne ou qui ont été agressés physiquement pensent que ces types de harcèlement sont en augmentation.

CHANGEMENT DANS LA FRÉQUENCE DU HARCÈLEMENT AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES



Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q7b. Avez-vous l'impression que la fréquence du harcèlement a changé au cours des 2 dernières années?

Fréquence du harcèlement en ligne par sous-groupe

- Un tiers des répondants déclarent avoir été harcelés spécifiquement en ligne de manière quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle. Cette fréquence est encore plus élevée pour les journalistes/animateurs, les femmes, les personnes âgées de 49 ans ou moins ou celles qui vivent dans l'ouest du pays. Ceux qui travaillent pour une organisation médiatique et en langue anglaise sont également plus susceptibles d'avoir été la cible d'un tel préjudice.
- Par conséquent, ces groupes sont aussi les plus susceptibles d'indiquer que la situation n'a fait qu'empirer ces dernières années.

A VÉCU UN TYPE DE HARCÈLEMENT AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

34 %

TOUS LES MOIS OU PLUS SOUVENT

- Femmes (39 %) c. hommes (32 %)
- < 50 ans (38 %) c. 50 ans et + (26 %)
- C.-B. (47 %), AB (46 %), MB/SK (48 %) c. ON (35 %), QC (27 %), ATL (23 %)
- Journalistes/animateurs (41 %) c. gestionnaires (32 %), photographes/caméramans (28 %)
- Langue utilisée pour travailler : anglais (38 %) c. français (23 %)
- Employé par une organisation médiatique (36 %) c. autonome/pigiste (21 %)

CHANGEMENT DANS LA FRÉQUENCE DU HARCÈLEMENT AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES

73 %

LE HARCÈLEMENT S'EST ACCRU

- Femmes (78 %) c. hommes (70 %)
- < 40 ans (77 %) c. 50 ans et + (68 %)
- AB (83 %), MB/SK (83 %) c. C.-B. (72 %), ON (75 %), QC (70 %), ATL (62 %)
- Employé par une organisation médiatique (75 %) c. autonome/pigiste (69 %)

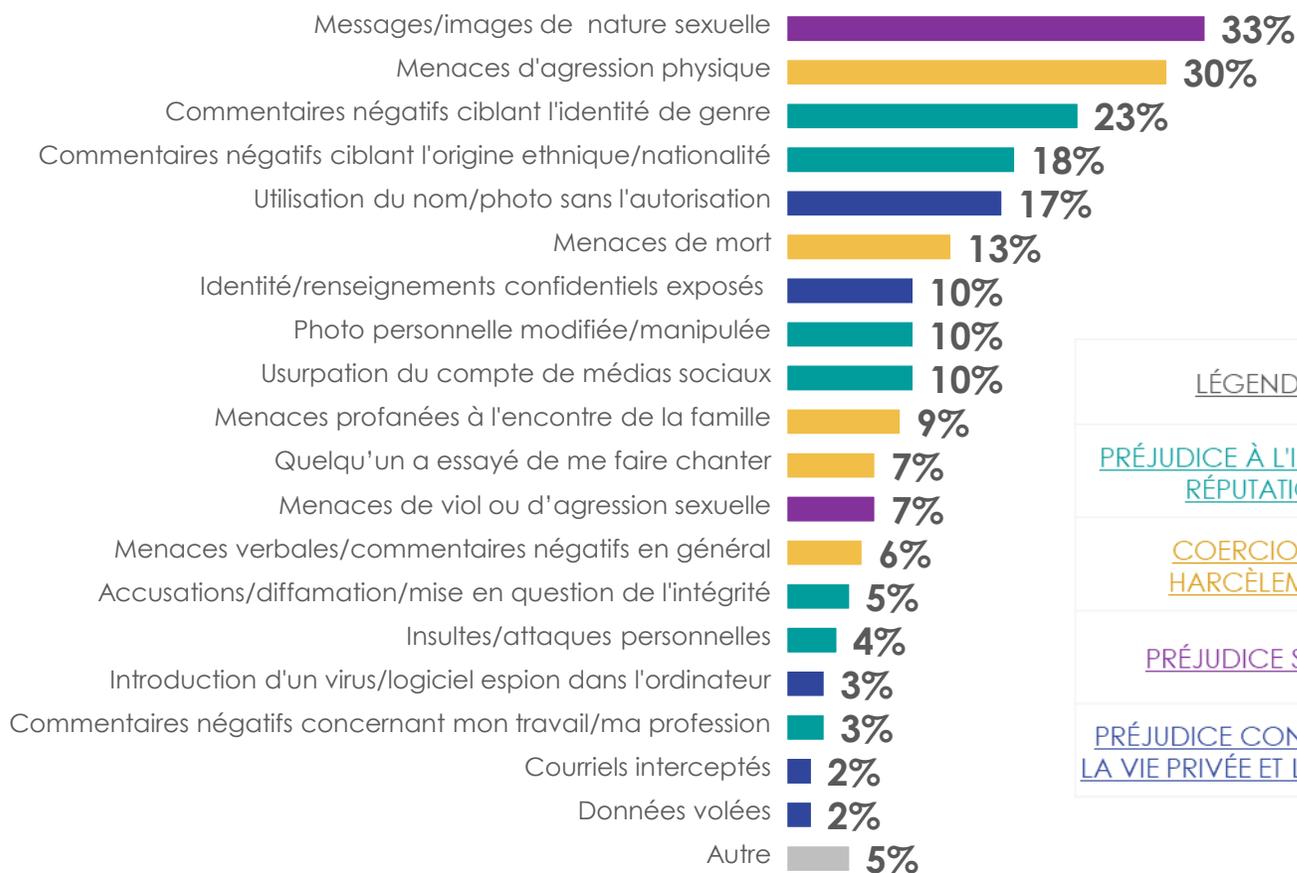
Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)

Q7a. Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous vécu l'un des événements suivants en raison du travail que vous effectuez dans le secteur du journalisme ou des médias? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Q7b. Avez-vous l'impression que la fréquence du harcèlement a changé au cours des 2 dernières années?

Types de harcèlement en ligne

TYPES DE HARCÈLEMENT EN LIGNE VÉCUS CES 12 DERNIERS MOIS



LÉGENDE :	
PRÉJUDICE À L'IDENTITÉ ET RÉPUTATION	53 %
COERCION ET HARCÈLEMENT	45 %
PRÉJUDICE SEXUEL	34 %
PRÉJUDICE CONCERNANT LA VIE PRIVÉE ET LA SÉCURITÉ	25 %

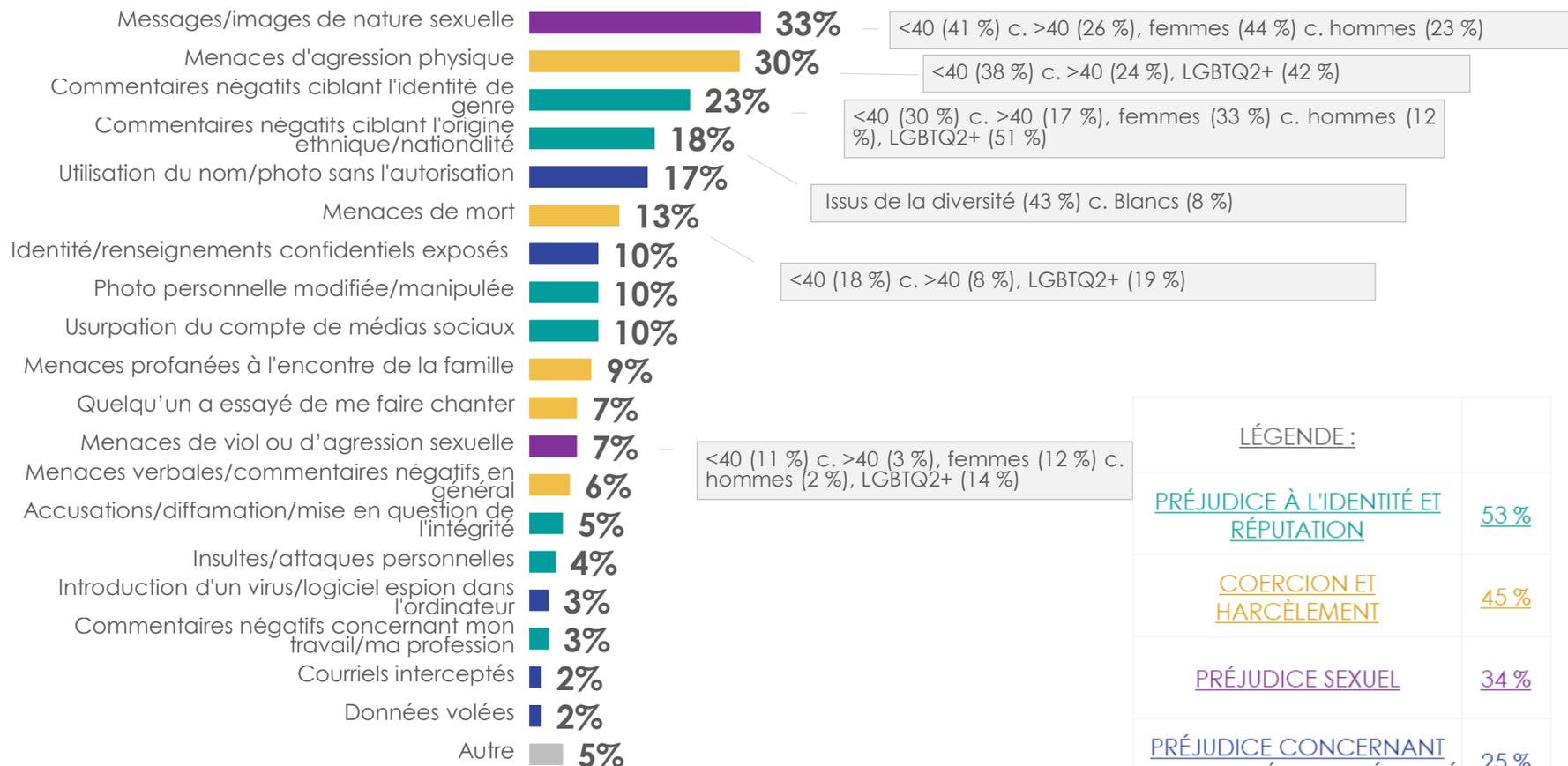
- Les personnes sondées indiquent avoir fait l'objet d'un vaste éventail de types de harcèlement en ligne, dont des messages/images à caractère sexuel, des commentaires ciblant leur identité de genre, l'utilisation de leur nom ou de leur image sans autorisation et des commentaires ciblant leur origine ethnique ou leur nationalité.
- Un répondant sur dix a reçu une menace de mort au cours de la dernière année. Presque autant ont reçu des menaces proférées à l'encontre de leur famille, ont été menacés de chantage, de viol ou d'agression sexuelle.

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q8. En tant que journaliste ou professionnel des médias, avez-vous vécu personnellement l'une des formes suivantes de harcèlement en ligne au cours des 12 derniers mois? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Types de harcèlement en ligne

TYPES DE HARCÈLEMENT EN LIGNE VÉCUS CES 12 DERNIERS MOIS



LÉGENDE :	
PRÉJUDICE À L'IDENTITÉ ET RÉPUTATION	53 %
COERCION ET HARCÈLEMENT	45 %
PRÉJUDICE SEXUEL	34 %
PRÉJUDICE CONCERNANT LA VIE PRIVÉE ET LA SÉCURITÉ	25 %

- Non seulement les membres de la communauté LGBTQ2+ sont plus susceptibles de faire l'objet de harcèlement, mais 51 % d'entre eux indiquent aussi avoir été ciblés particulièrement en raison de leur genre ou identité sexuelle – c'est l'incidence de harcèlement la plus élevée parmi tous les groupes sondés.
- Les journalistes sont plus susceptibles d'avoir été la cible de commentaires à caractère sexuel ou d'attaques à leur identité ou à leur réputation en comparaison avec les autres répondants.
- Les journalistes et les professionnels des médias travaillant en anglais sont confrontés à plus de commentaires à caractère sexuel (37 % c. 24 %), tandis que ceux travaillant en français sont plus susceptibles d'être menacés de chantage (11 % c. 5 %).

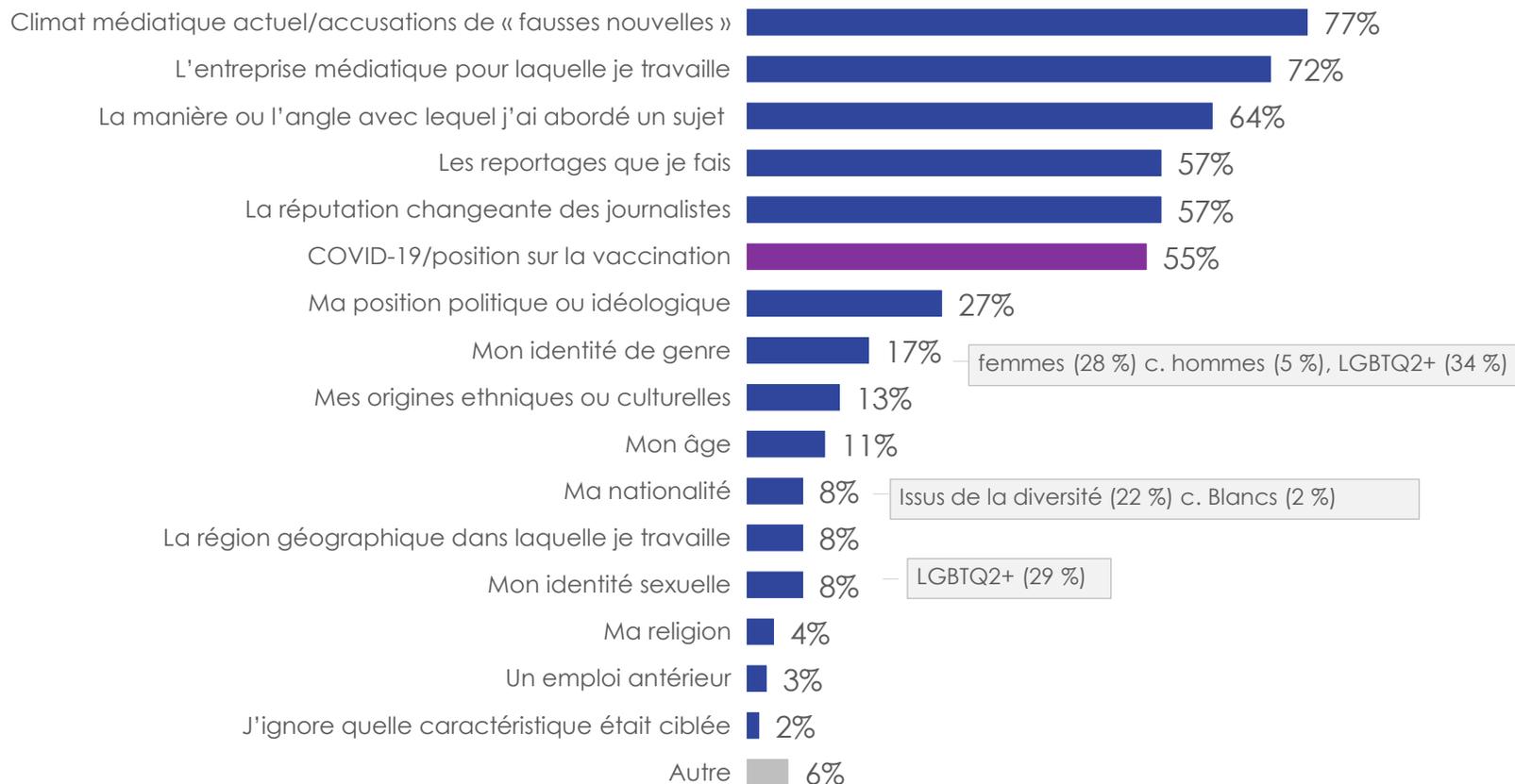
Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q8. En tant que journaliste ou professionnel des médias, avez-vous vécu personnellement l'une des formes suivantes de harcèlement en ligne au cours des 12 derniers mois? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.



Facteurs menant à faire l'objet de harcèlement en ligne

FACTEURS MENANT À FAIRE L'OBJET DE HARCÈLEMENT

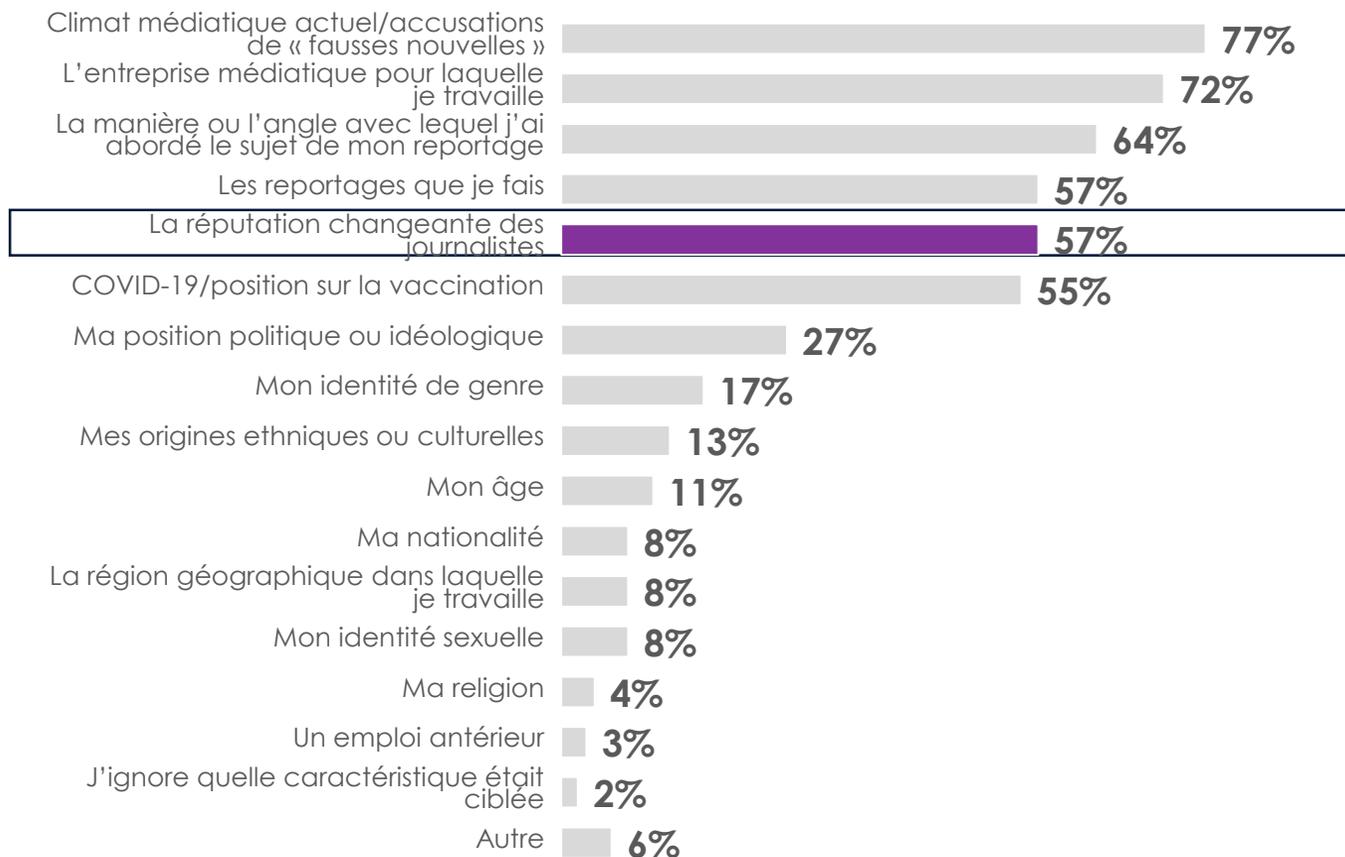


- Les principaux facteurs qui mènent au harcèlement sont davantage liés à la profession et aux organisations médiatiques qu'aux facteurs personnels. Les accusations de « fausses nouvelles » sont le principal facteur qui mène au harcèlement en ligne, d'autant plus pour les jeunes journalistes et professionnels des médias et les femmes. Les critiques de l'organisation médiatique pour lequel le ou la journaliste travaille suivent de près. De même, 57 % des personnes qui ont fait l'objet de harcèlement en ligne déclarent que la réputation changeante des journalistes est un facteur favorisant le harcèlement.
- Les jeunes journalistes et professionnels des médias déclarent être confrontés à des réactions plus virulentes, non seulement en raison de leur âge mais également en raison des sujets qu'ils traitent, de l'angle adopté dans leurs reportages, de leur genre et de leur identité sexuelle.
- Les journalistes et les professionnels des médias travaillant en anglais sont plus susceptibles d'être ciblés pour leurs reportages et leur position politique ou leur idéologie.
- La pandémie de COVID-19 a également empiré les choses : 55 % de tous les travailleurs harcelés en ligne croient que la COVID-19 et les différentes positions sur la vaccination ont contribué au harcèlement reçu, cela représente plus du double de ceux ciblés en raison de leur idéologie politique.
- Ceux qui travaillent en français sont plus enclins à dire que la COVID est un facteur contribuant au harcèlement.

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)
 Q10. Quelles caractéristiques parmi les suivantes ont été ciblées lors du harcèlement en ligne que vous avez subi? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Facteurs menant à faire l'objet de harcèlement en ligne

L'indice de confiance mondial d'Ipsos (Global Trustworthiness Index) conduit au printemps 2021 confirme la précarité de la confiance du public envers les journalistes : au Canada, seulement un quart du public juge que les journalistes sont « dignes de confiance », une baisse de deux points comparativement à 2019. Cela place les journalistes derrière la police et bien derrière les gens ordinaires également.



INDICE DE CONFIANCE AU CANADA 2019-2021

	Résultats de l'indice de confiance		2019	Vs 2019
Docteurs	70%	64%	64%	6%
Scientifiques	64%	56%	56%	8%
Enseignants	62%	58%	58%	4%
Juges	49%	45%	45%	4%
Forces Armées	45%	51%	51%	-6%
La police	44%	47%	47%	-3%
Hommes et femmes...	42%	41%	41%	1%
Clergé/prêtres	29%	29%	29%	0%
Banquiers	29%	27%	27%	2%
Présentateurs de...	26%	26%	26%	0%
Journalistes	26%	28%	28%	-2%
Fonctionnaires publics	26%	28%	28%	-2%
Avocats	23%	24%	24%	-1%
Sondeurs	17%	16%	16%	1%
Gens d'affaires	17%	19%	19%	-2%
Ministres...	17%	16%	16%	1%
Politiciens en général	13%	11%	11%	2%
Directeurs de publicité	9%	11%	11%	-2%

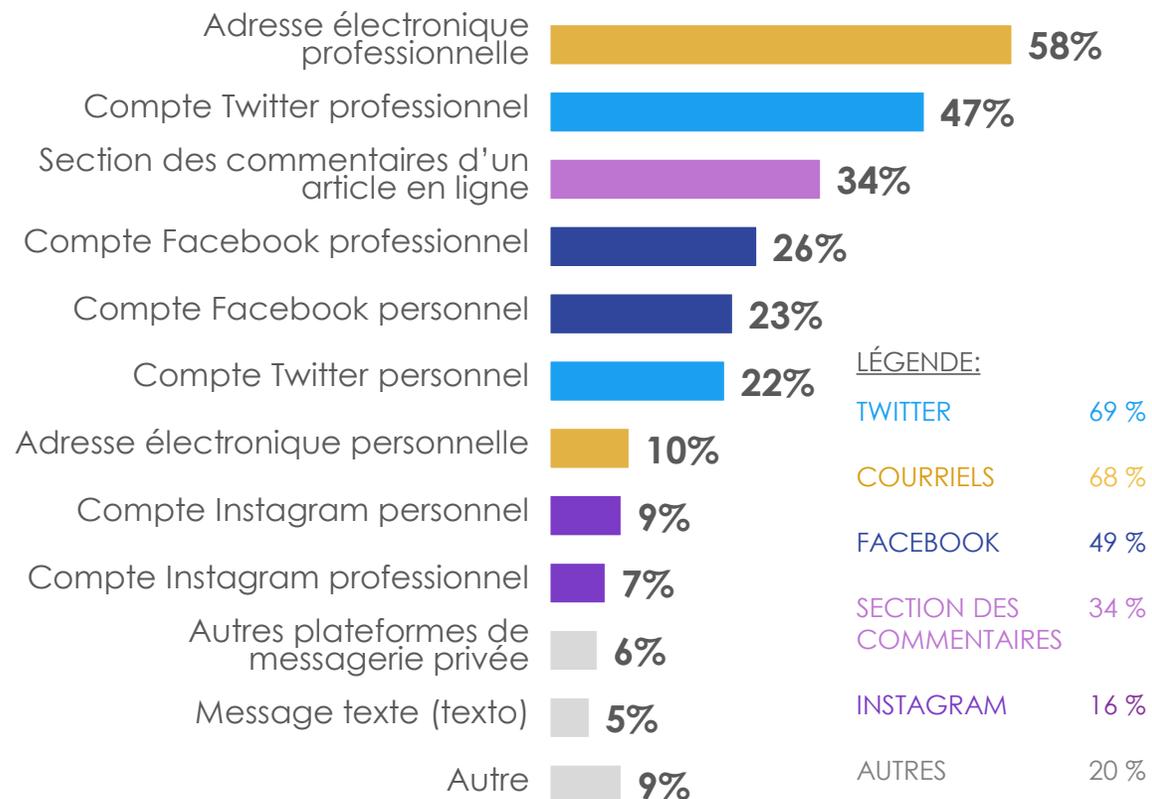
Source: Ipsos Indice de confiance au Canada

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q10. Quelles caractéristiques parmi les suivantes ont été ciblées lors du harcèlement en ligne que vous avez subi? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Plateformes utilisées pour le harcèlement

PLATEFORMES OÙ LE HARCÈLEMENT EN LIGNE S'EST PRODUIT



- Alors que la plupart déclarent avoir reçu des commentaires ou des menaces de harcèlement sur leur adresse électronique ou leur compte Twitter professionnels, la section des commentaires des articles de presse en ligne, les comptes Facebook (à la fois personnels et professionnels) ainsi que les comptes Twitter personnels sont également des plateformes sur lesquelles des commentaires ou des menaces de harcèlement sont couramment publiés.
- Les jeunes journalistes et professionnels des médias sont plus susceptibles d'être harcelés par courriels, ainsi que sur Twitter et Instagram. Les femmes font face à une plus grande ampleur de harcèlement sur leur compte Twitter professionnel ainsi que sur leurs comptes Instagram (à la fois professionnels et personnels).
- Ceux qui travaillent en anglais sont plus susceptibles d'avoir fait l'objet de harcèlement en ligne sur Twitter, tandis que ceux qui travaillent en français déclarent un niveau de harcèlement plus élevé sur Facebook.
- Les personnes qui font l'objet de harcèlement au quotidien sont plus susceptibles de dire que cela vient de leur compte Twitter professionnel (66 %).

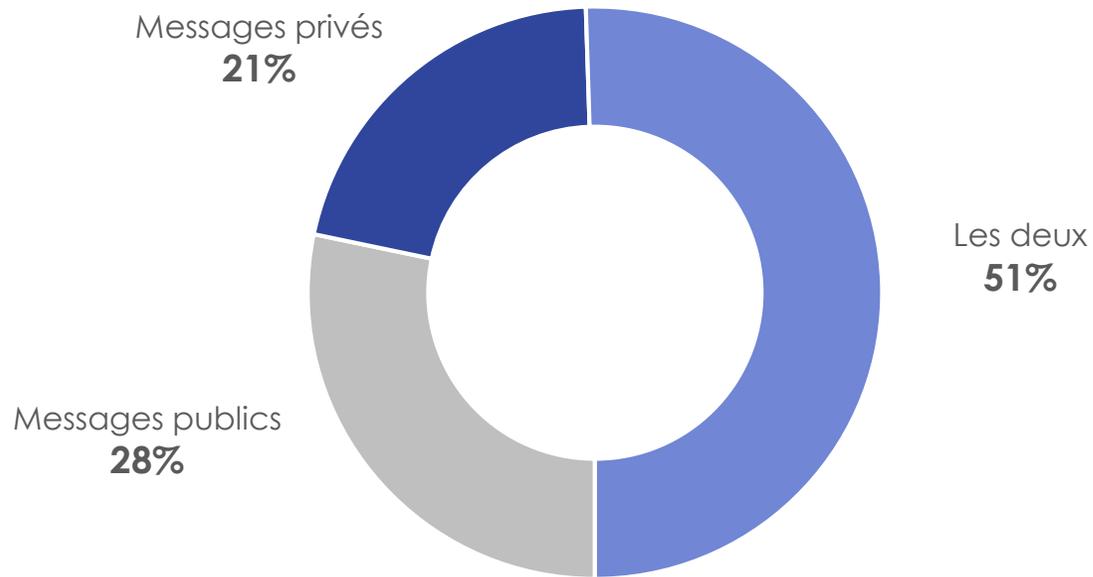
Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q9a. Le harcèlement en ligne que vous avez vécu au cours des 12 derniers mois est-il survenu sur l'une des plateformes suivantes? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

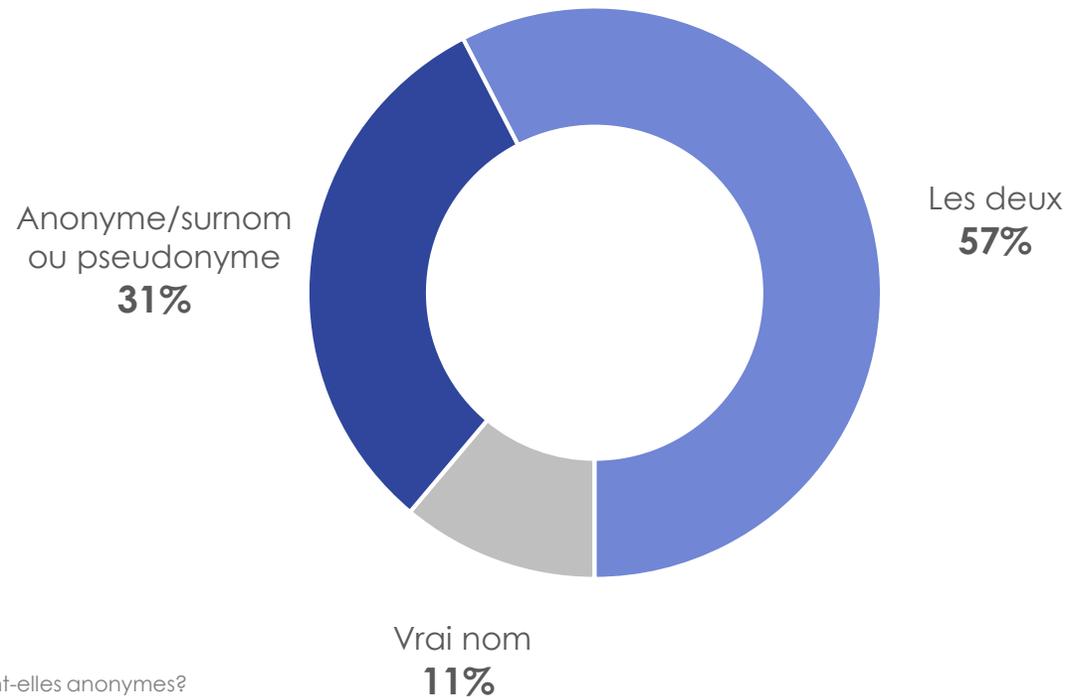
Caractère public ou privé des commentaires harcelants

- Pour une majorité, ces messages sont à la fois publics et privés et proviennent tout aussi bien de personnes qui ont choisi d'utiliser leur vrai nom que de celles qui utilisent un pseudonyme.
- Les cohortes qui subissent une fréquence plus élevée de harcèlement, soit les femmes et les jeunes travailleurs, déclarent être harcelés à la fois de la part de sources anonymes et connues ainsi que par le biais d'un mélange de messages publics et privés.

MESSAGES : PUBLICS OU PRIVÉS



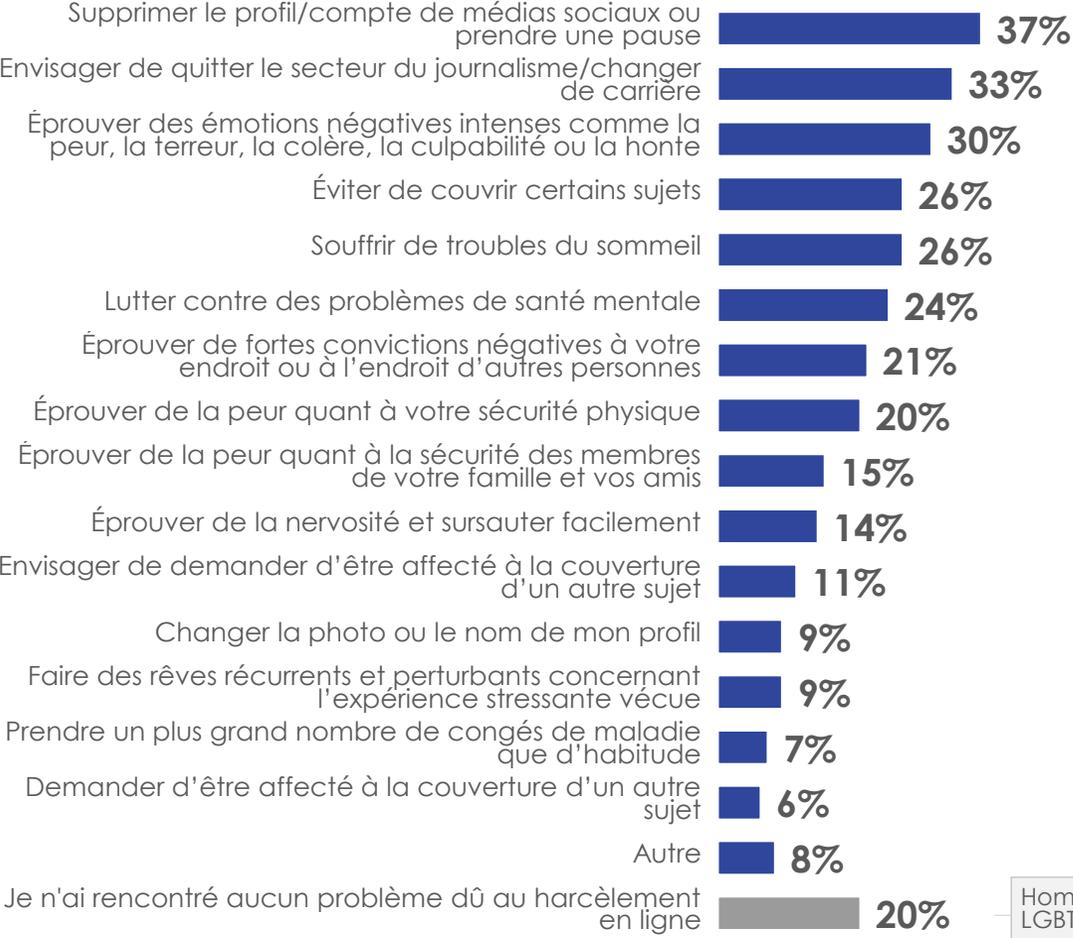
UTILISATION DU VRAI NOM DU HARCELEUR



Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)
Q9b. Les messages que vous avez reçus étaient-ils publics (visibles par d'autres) ou visibles seulement par vous ?
Q11. De manière générale, les personnes qui vous ont harcelé en ligne utilisaient-elles leur vrai nom ou demeuraient-elles anonymes ?

Impact du harcèlement en ligne sur les travailleurs des médias

EXPÉRIENCES DES VICTIMES DE HARCÈLEMENT



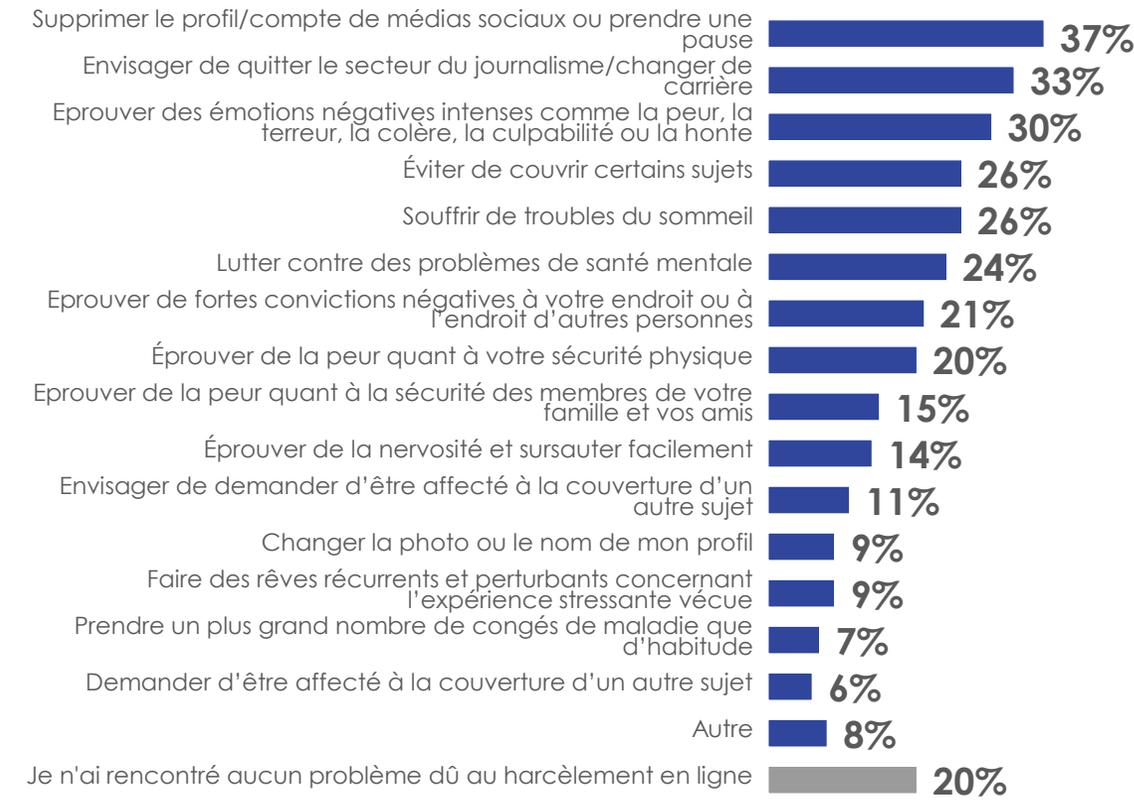
Hommes (24 %) c. femmes (16 %), pas LGBTQ2+ (22 %) c. LGBTQ2+ (13 %), Blancs (21 %) c. Issus de la diversité (15 %)

- Les graves conséquences du harcèlement en ligne deviennent évidentes quand on constate que 37 % des journalistes ressentent le besoin de s'absenter des médias sociaux ou de supprimer leurs comptes, **ou envisagent de quitter carrément le métier (33 %)**. Soucieux des conséquences, d'autres évitent de traiter certains sujets (26 %), ont envisagé de demander (11 %) ou ont demandé une réaffectation (6 %). Ceci met la lumière sur un problème important de voix réduites au silence en raison du harcèlement subi.
- La santé émotionnelle des personnes ciblées est également en jeu, comme le mentionnent un tiers des personnes confrontées à des émotions négatives de peur, honte ou colère, un quart des personnes ayant des troubles du sommeil et des problèmes de santé mentale.
- Une proportion plus élevée de **jeunes travailleurs, de femmes et de membres de la communauté LGBTQ2+** citent la plupart des symptômes post-traumatiques répertoriés. Ces groupes sont confrontés à un niveau plus important de harcèlement en ligne, et ils souffrent également des conséquences psychologiques les plus sévères.

Base: Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)
 Q14a. En raison du harcèlement dont vous avez fait l'objet en ligne, vivez-vous ou avez-vous vécu les situations suivantes? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Impact du harcèlement en ligne sur les travailleurs des médias

EXPÉRIENCES DES VICTIMES DE HARCÈLEMENT



	>=HEBDOMADAIRE	MENSUEL	< MENSUEL
Supprimer le profil/compte de médias sociaux ou prendre une pause	50%	42%	26%
Envisager de quitter le secteur du journalisme/changer de carrière	47%	35%	22%
Eprouver des émotions négatives intenses comme la peur, la terreur, la colère, la culpabilité ou la honte	38%	35%	22%
Éviter de couvrir certains sujets	34%	27%	20%
Souffrir de troubles du sommeil	36%	28%	18%
Lutter contre des problèmes de santé mentale	42%	22%	13%
Eprouver de fortes convictions négatives à votre endroit ou à l'endroit d'autres personnes	27%	24%	15%
Éprouver de la peur quant à votre sécurité physique	26%	23%	14%
Eprouver de la peur quant à la sécurité des membres de votre famille et vos amis	22%	18%	8%
Éprouver de la nervosité et sursauter facilement	17%	18%	9%
Envisager de demander d'être affecté à la couverture d'un autre sujet	19%	8%	7%
Changer la photo ou le nom de mon profil	14%	9%	6%
Faire des rêves récurrents et perturbants concernant l'expérience stressante vécue	17%	6%	5%
Prendre un plus grand nombre de congés de maladie que d'habitude	15%	5%	4%
Demander d'être affecté à la couverture d'un autre sujet	5%	7%	5%
Autre	6%	9%	8%
Je n'ai rencontré aucun problème dû au harcèlement en ligne	12%	8%	31%

- Les impacts du harcèlement fréquent poussent la moitié (50 %) des journalistes et des professionnels des médias à s'absenter des médias sociaux ou à quitter complètement la profession.
- Même parmi ceux qui ont subi du harcèlement en ligne de façon moins fréquente, seul un tiers n'a pas subi les conséquences énumérées.
- Les répondants qui travaillent en anglais ont non seulement fait l'objet de plus de harcèlement en ligne mais ils ont aussi été plus nombreux à avoir subi la plupart de ces conséquences.
- Les personnes sondées qui travaillent en français sont plus susceptibles d'avoir demandé une réaffectation alors que ceux qui travaillent en anglais sont plus susceptibles d'avoir envisagé de demander d'être affecté à la couverture d'autres sujets.

Base: Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703) Q14a. En raison du harcèlement dont vous avez fait l'objet en ligne, vivez-vous ou avez-vous vécu les situations suivantes? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Les données en **gras** représentent des pourcentages beaucoup plus élevés (comparativement à au moins un autre sous-groupe) avec un degré de confiance de 95 %.



Quelles sont les conséquences de la haine en ligne pour l'industrie?

Conséquences sur la capacité de travailler efficacement...

- 🗨️ J'arrive à **douter de moi-même**.
- 🗨️ **Je ressens de l'anxiété, mes pensées se bousculent, et je suis incapable de me concentrer sur mon travail**
- 🗨️ Il a fallu que **je change ma manière de traiter certains sujets** par peur de me faire agresser
- 🗨️ Les gestionnaires ont demandé à ce que je sois **affecté à d'autres sujets**, car je suis fréquemment victime de harcèlement, ce qui me **frustre** parce que j'aime couvrir des sujets délicats
- 🗨️ **Mes compétences et la qualité de mon travail ont été remis en question.**

L'exode des talents...

- 🗨️ J'ai **quitté le journalisme** pendant un moment, et je me demande souvent **si cela en vaut encore la peine**
- 🗨️ **J'ai changé pour des rôles plus en coulisses** (au lieu de reportages), je devenais trop **anxieux** chaque fois que je soumettais un sujet
- 🗨️ **Je ne révèle plus quel est mon métier ni mon employeur publiquement.**
- 🗨️ Mon travail a été diffusé **sans mentionner mon nom** pour éviter les attaques personnelles par courriel

Craintes pour la sécurité...

- 🗨️ Je fais beaucoup plus attention dans mes déplacements pour le travail. Je regarde s'il n'y a pas **de véhicules ou gens suspects**, etc.
- 🗨️ **J'ai quitté l'Alberta**
- 🗨️ Mes profils de médias sociaux ne sont plus accessibles au public, **je ne mentionne plus qui est mon employeur** à ma famille, à mes amis et aux inconnus
- 🗨️ **J'ai échappé miraculeusement à 5 tentatives d'assassinat mais il y a 20 ans de ça.**
- 🗨️ **Diffamation m'associant à l'opposition politique** et la mafia haïtienne parce que je suis d'origine haïtienne et que j'ai écrit sur la situation politique du pays. La diffamation venait d'un homme blanc qui affirme être proche du pouvoir en place à l'époque des faits.

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement ou de menaces au cours de l'année précédente (n=703)

Q14a. En raison du harcèlement dont vous avez fait l'objet en ligne, vivez-vous ou avez-vous vécu les situations suivantes? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

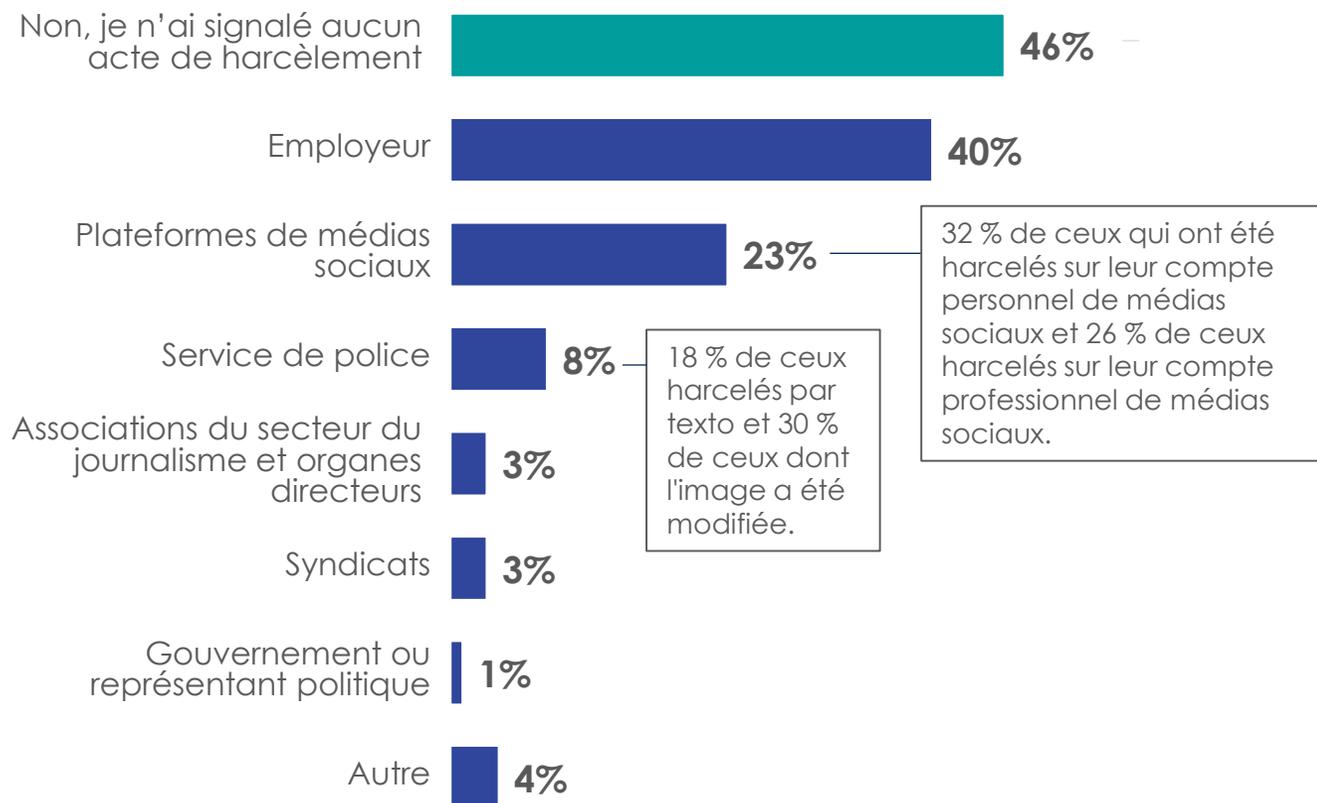
Note : Certaines réflexions des journalistes et des professionnels des médias ont été traduites en français pour ce rapport.

RECOURS ET RESSOURCES

A man in a grey suit is sitting at a desk, looking down at a laptop. He has a stressed expression, with his right hand pressed against his forehead. The background is a blurred office environment with large windows.

Signalement et recours

À QUI SIGNALER LE HARCÈLEMENT



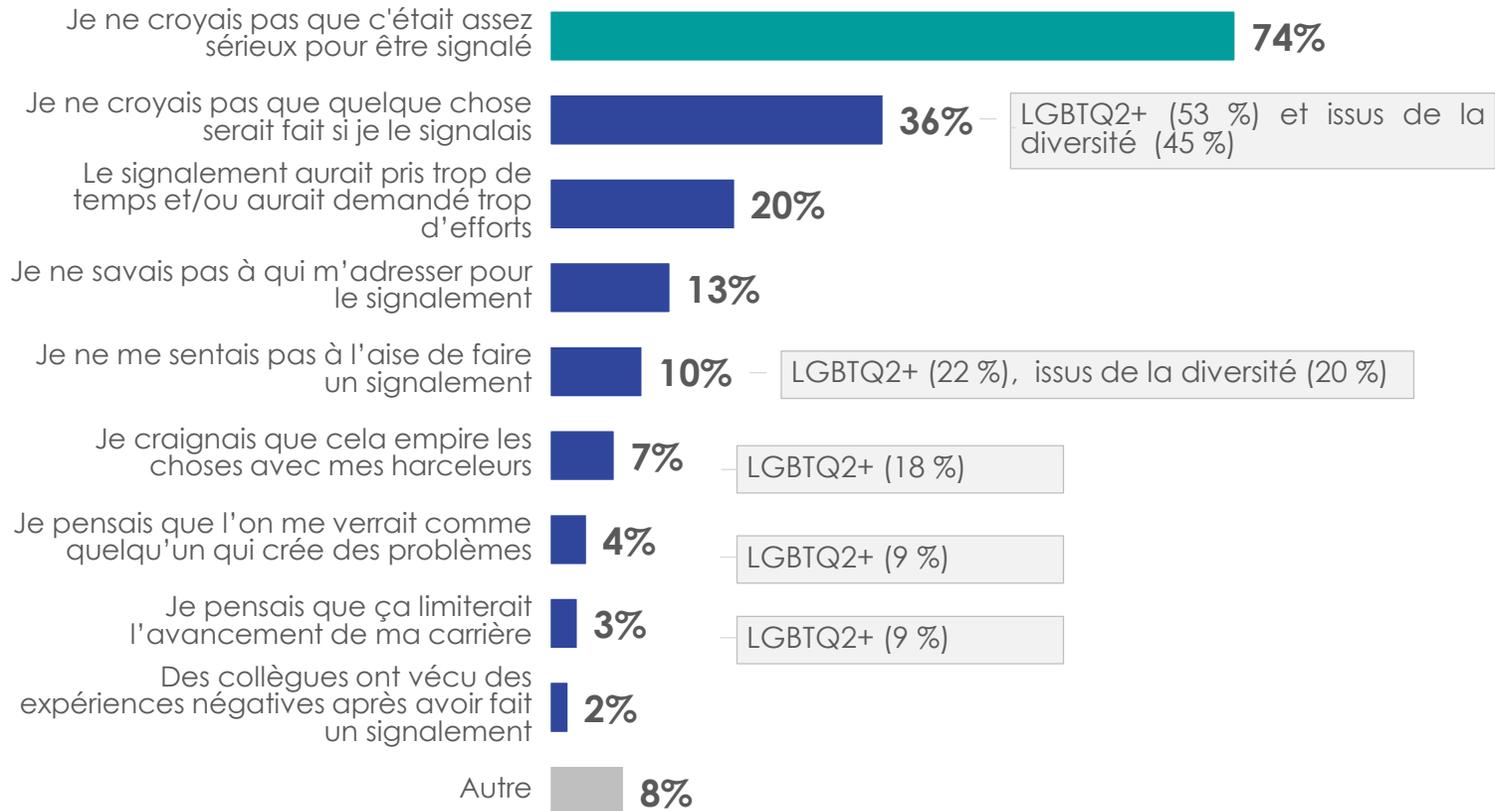
- Près de la moitié (46 %) des personnes qui ont été la cible de harcèlement n'ont pas signalé l'incident, que ce soit dans leur milieu professionnel ou à un organisme d'accompagnement. 39 % de ceux qui ont fait l'objet de harcèlement hebdomadaire ou plus fréquent ont choisi de ne prendre aucune mesure.
- 40 % ont informé leur employeur de l'incident. Cette proportion est légèrement plus élevée parmi les personnes harcelées sur leur adresse électronique professionnelle (47 %).
- Ceux qui ont fait l'objet de harcèlement sur leur compte personnel de médias sociaux et les répondants plus jeunes (<40 ans) sont plus susceptibles de signaler l'incident à la plateforme de médias sociaux (respectivement 32 % et 31 %). Les femmes sont également plus susceptibles de faire un signalement aux plateformes de médias sociaux (28 % c.19 % des hommes).
- Moins d'une personne ayant fait l'objet de harcèlement sur dix a pris des mesures supplémentaires telles que le signaler à la police ou à une association du secteur du journalisme et organes directeurs.

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q12. Avez-vous signalé les actes de harcèlement en ligne? Le cas échéant, à qui les avez-vous signalés? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Obstacles au signalement du harcèlement

RAISONS DE NE PAS SIGNALER LE HARCÈLEMENT EN LIGNE



Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente sans le signaler (n=322)
Q13. En ayant à l'esprit le harcèlement en ligne que vous avez vécu, mais que vous n'avez pas signalé, veuillez indiquer les raisons qui ont expliqué votre choix de ne pas le faire.

- Même si le harcèlement entraîne des enjeux de santé mentale et de sécurité, une grande majorité (74 %) de ceux qui n'ont pas signalé l'incident ne le considéraient pas suffisamment grave pour être signalé.
- D'autres doutent que signaler le harcèlement dont ils font l'objet serve à quelque chose. Le processus de signalement est également perçu par certains comme demandant trop d'efforts et prenant trop de temps.
- Des répondants s'inquiètent également d'autres répercussions négatives découlant du signalement du harcèlement. Qu'il s'agisse de la peur d'inciter le harceleur à doubler la mise, ou de l'incidence sur leur avancement professionnel s'ils acquièrent la réputation de créer des problèmes.
- Les travailleurs des médias issus de la diversité et de la communauté LGBTQ2+ sont plus susceptibles de ne pas se sentir à l'aise à l'idée de signaler le harcèlement dont ils font l'objet. Ils expriment également une plus grande inquiétude face au manque de mesures prises pour répondre au harcèlement une fois que celui-ci est signalé. Les membres de la communauté LGBTQ2+ sont également plus inquiets des répercussions négatives suivant le signalement (être étiqueté comme un fauteur de troubles ou limiter l'avancement de la carrière).

- 🗣️ *J'ai déjà signalé et on m'a dit « nous ne pouvons rien faire à moins qu'ils ne menacent de violence physique ».*
- 🗣️ *Ça sert à rien d'alerter les autorités. Elles demeurent inertes. Meilleur de rendre les menaces publiques pour forcer les autorités à agir.*
- 🗣️ *Je ne pensais pas que c'était assez grave pour justifier un signalement. On m'a toujours dit que le harcèlement faisait « partie du travail ».*
- 🗣️ *Si je signalais toutes les formes de harcèlement en ligne, je ne ferais pas mon travail.*

🗣️ *C'est tellement courant maintenant, on se dit « à quoi ça sert ».*

🗣️ *C'est devenu la norme - rien n'est jamais fait à ce sujet.*

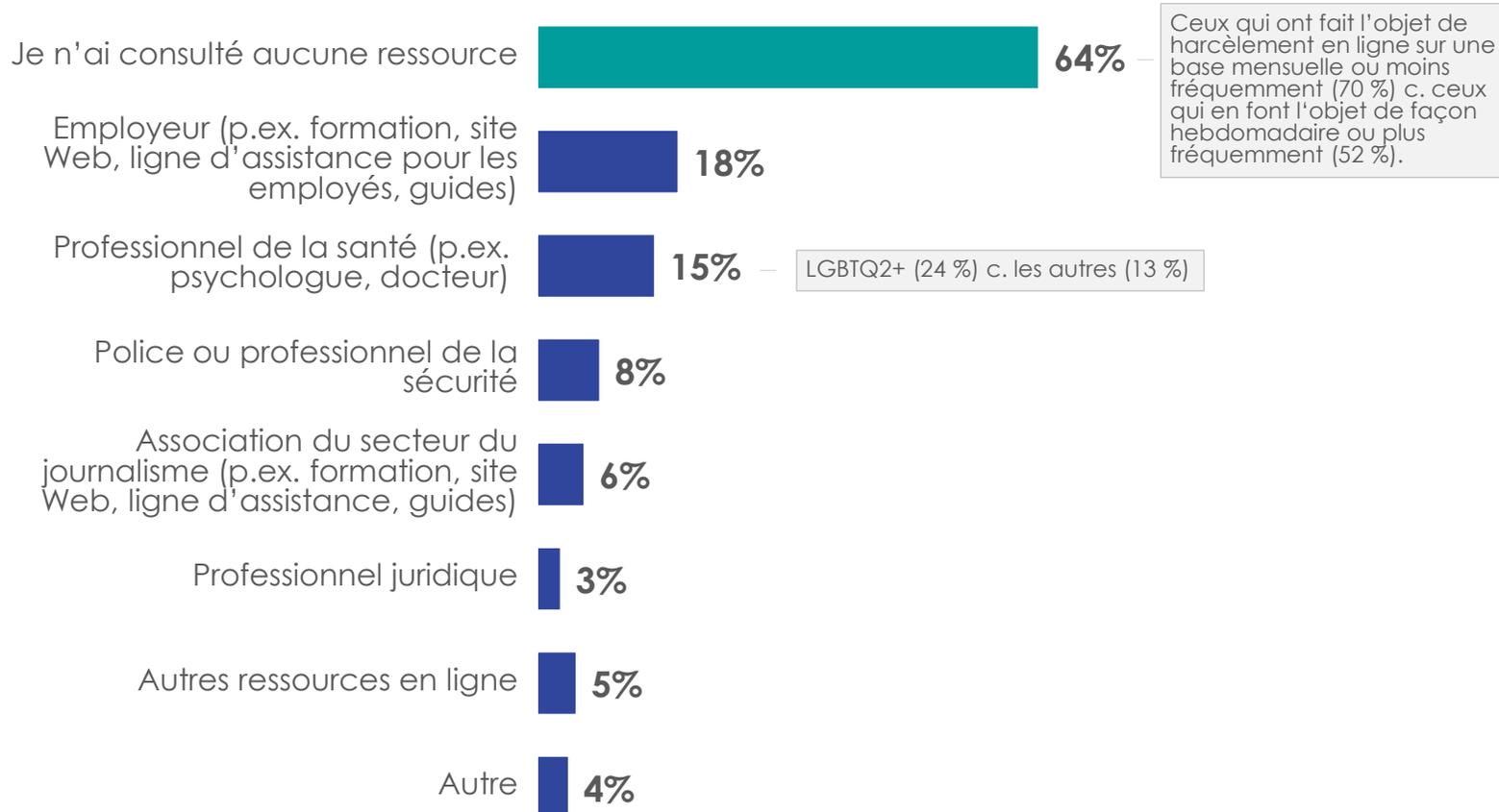
🗣️ *Je ferais une plainte lorsque ce sera une menace directe et sérieuse.*

🗣️ *Qui s'en préoccupe ?*

La fréquence même du harcèlement en ligne, l'apathie, le manque de reconnaissance ET l'inaction semblent avoir laissé les professionnels sur le carreau. Cette perte d'espoir a clairement conduit à l'indifférence et au sentiment qu'il faut « passer à autre chose, que ça sert à rien ».

Accès aux ressources sur le harcèlement en ligne

RESSOURCES UTILISÉES POUR OBTENIR DE L'AIDE EN CAS DE HARCÈLEMENT EN LIGNE



- Une grande majorité des personnes ciblées n'ont accédé à aucune ressource.
- Ceux qui ont fait l'objet de harcèlement en ligne moins fréquemment sont moins susceptibles d'accéder aux ressources disponibles. Même 52 % des répondants qui ont fait l'objet de harcèlement toutes les semaines ou plus souvent n'ont accédé à aucune ressource pour obtenir de l'aide.
- Moins de deux personnes sondées sur dix se sont appuyées sur les ressources offertes par l'employeur (par exemple, ligne d'assistance, guides, formation ou informations sur le site Web) ou ont demandé l'aide d'un professionnel de la santé.

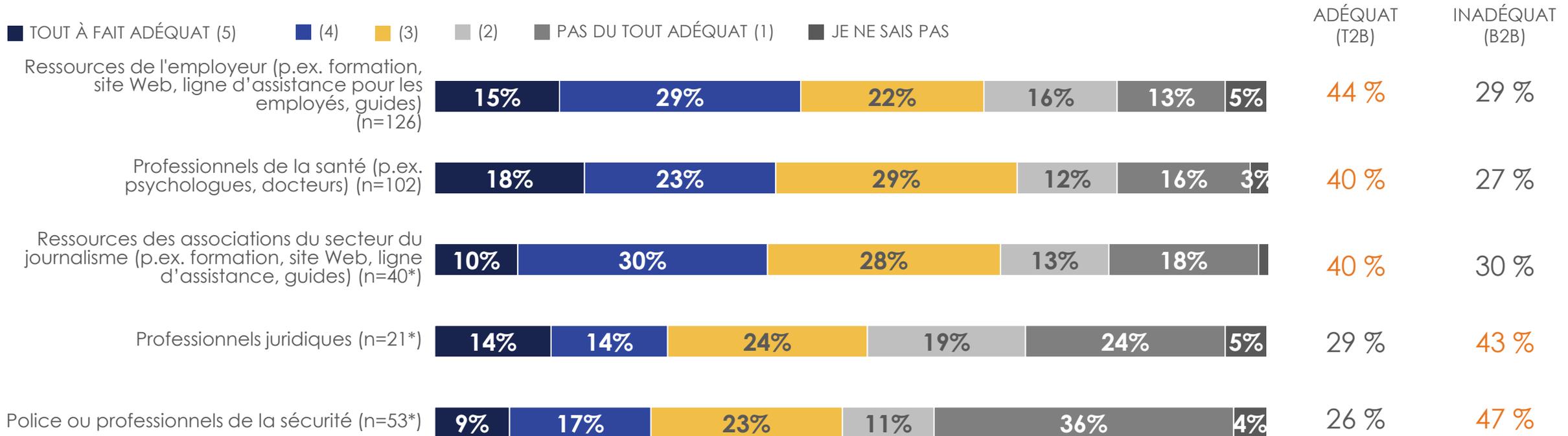
Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente (n=703)

Q15. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous consulté une des ressources suivantes pour vous aider à faire face au problème du harcèlement en ligne? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Caractère adéquat des ressources existantes pour obtenir de l'aide en cas de harcèlement en ligne

- Parmi les ressources répertoriées, moins de la moitié des répondants, et parfois moins d'un répondant sur trois, affirment que celles-ci étaient adéquates.
- Plus précisément, la disponibilité des professionnels juridiques, des services de police et des professionnels de la sécurité laisse beaucoup à désirer.*

CARACTÈRE ADÉQUAT DES RESSOURCES EXISTANTES POUR OBTENIR DE L'AIDE EN CAS DE HARCÈLEMENT EN LIGNE

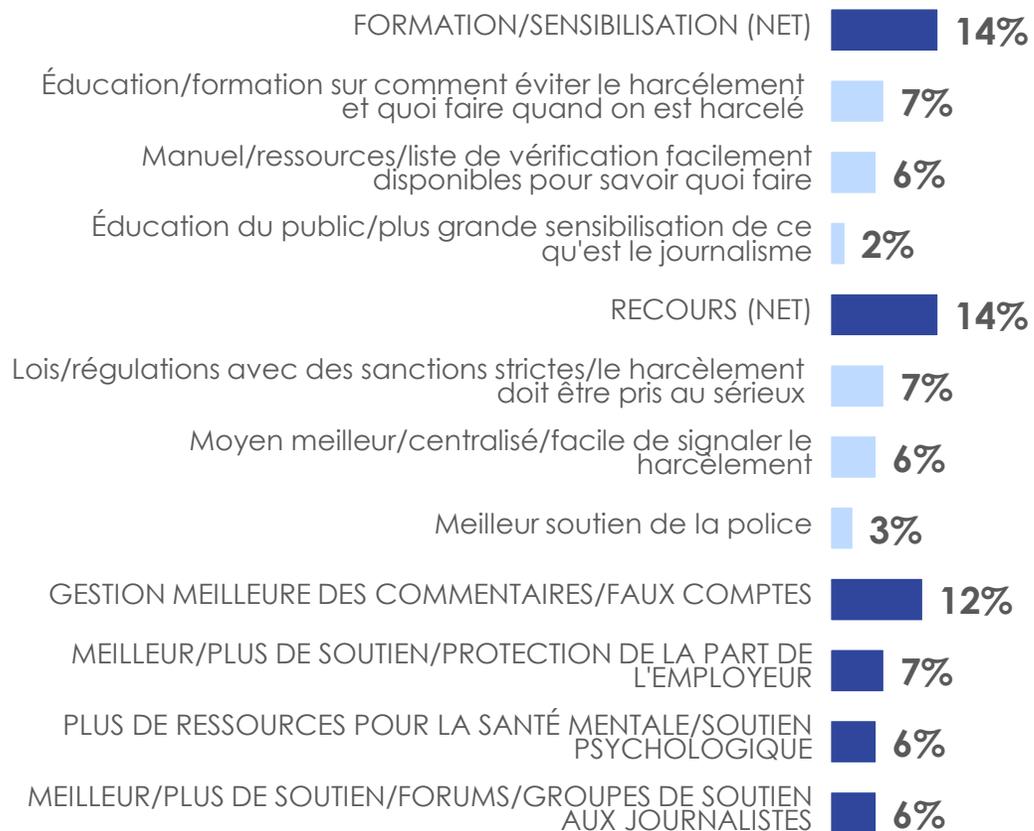


Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces en ligne au cours de l'année précédente et a consulté des ressources pour obtenir de l'aide (n=varie) Q16a. Dans quelle mesure pensez-vous que les ressources actuellement à votre disposition concernant le problème du harcèlement en ligne sont adéquates ?

*Échantillons de faible taille, les résultats sont donnés à titre indicatif

Harcèlement en ligne

RESSOURCES À METTRE EN ŒUVRE POUR MIEUX APPUYER LES JOURNALISTES



48 %

Ne savent pas/n'ont pas répondu

- Beaucoup de répondants n'ont pas proposé de ressources à développer pour appuyer les journalistes et professionnels face au harcèlement en ligne. Parmi ceux qui ont partagé leur opinion, les outils pour mieux sensibiliser et former ainsi que l'offre de recours sont mis en évidence.
- Face aux obstacles posés par le signalement du harcèlement, le renforcement des mécanismes de recours, tels que la garantie d'un processus de signalement harmonieux ou la mise en place de sanctions suffisamment strictes, devrait contribuer grandement à la fois à la prévention et à la réparation du préjudice.

Base : Si la personne a fait l'objet de harcèlement/menaces au cours de l'année précédente (n=784)

Q16b. Selon vous, quelles ressources pourraient être développées à l'avenir pour mieux accompagner les journalistes et les professionnels des médias victimes de harcèlement en ligne ?

Ressources à mettre en œuvre pour mieux appuyer les journalistes

Responsabilité partagée de l'action...

J'aimerais que les **plateformes de médias sociaux prennent le harcèlement au sérieux**. Je ne peux pas vous dire à quelle fréquence je signale un tweet ou un compte uniquement pour être informé que le harcèlement de la personne n'enfreignait pas les directives de la communauté de la plateforme.

Nos employeurs doivent s'imposer. Nous fournissons des millions de dollars de profit à Facebook, Google et Twitter. Pourquoi les aidons-nous alors qu'ils ne rendent pas la pareille et **ne prennent pas les menaces au sérieux** ?

Les plateformes de médias sociaux ont besoin de **règles plus strictes** en matière de harcèlement.

Il serait pertinent que les employeurs aient des positions fermes sur le harcèlement en ligne ou par courriel, et sur les commentaires haineux, afin que les gens qui les partagent soient "réprimandés". Il pourrait y avoir un endroit où dénoncer ces comportements inacceptables. Les femmes et les personnes de couleur sont surreprésentées dans les attaques et il faudrait trouver une façon de les protéger pour qu'elles puissent faire leur travail en sécurité. Je crois que de documenter le problème est un excellent pas dans la bonne direction.

Sensibilisation et formation...

Des protocoles clairs sur ce qui constitue du harcèlement, quand le signaler et comment.

Je pense qu'une sorte de session de **formation** pourrait être utile pour savoir **quand, comment identifier quand une expérience de harcèlement en ligne doit être signalée en raison de sa gravité.**

Nous avons besoin d'une véritable formation pour savoir **comment y répondre ou le bloquer**. La formation que j'ai reçue était un cours en ligne qui disait simplement « signalez-le à votre employeur », **mon employeur n'a rien fait.**

Peut-être qu'un public plus large face à **l'éducation sur la façon dont les journalistes travaillent**, notre processus, comment nous recherchons et rapportons des histoires, pourrait aider.

Rétablir la confiance...

Je pense que les employeurs doivent adopter une **position plus publique et plus ferme contre le harcèlement** sous toutes ses formes.

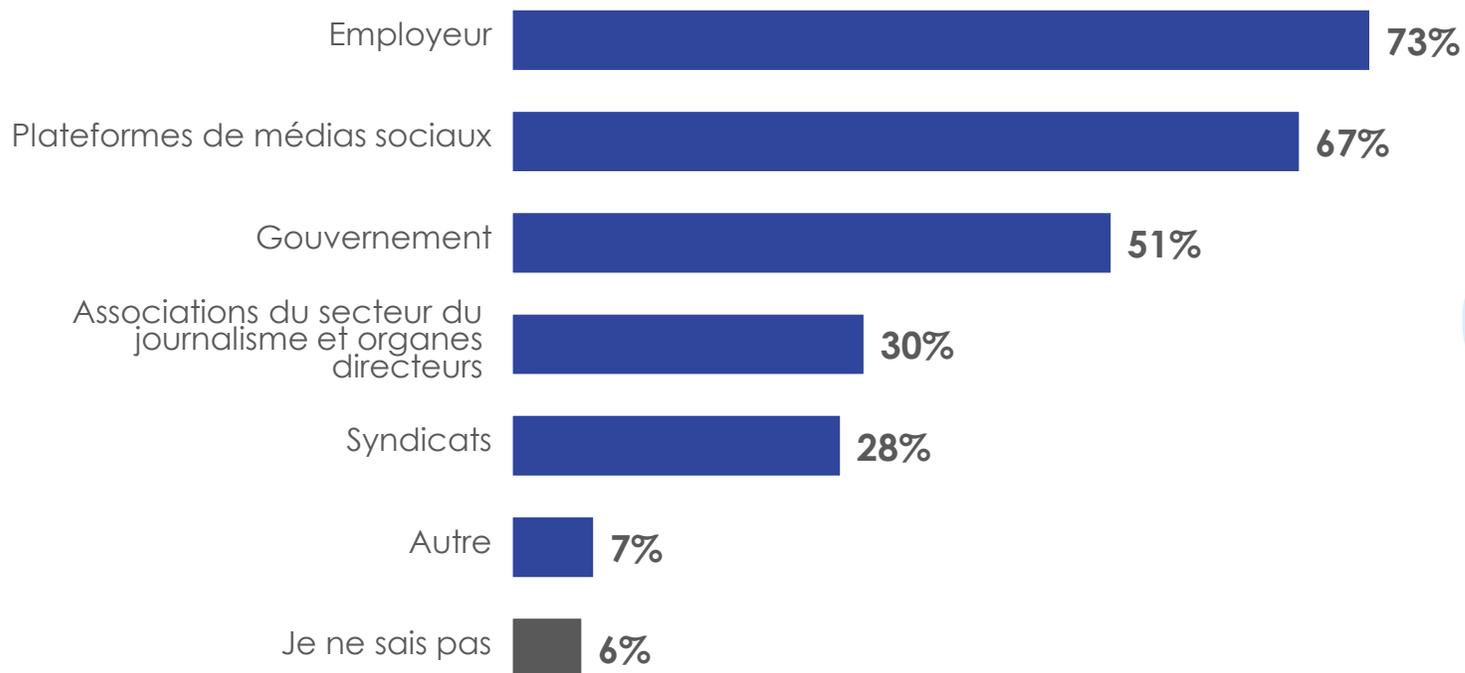
Je ne sais pas. **Un ensemble de professionnels dans ce domaine (harcèlement) pourraient proposer des mesures** adaptées au milieu journalistique.

Les journalistes doivent savoir **que leur organisation se bat avec acharnement pour les protéger.**

Il doit y avoir **un rapport en temps opportun sur les conséquences.**

Responsabilité d'assurer la protection des employés

- La plupart des journalistes et des employés des médias estiment que la protection des journalistes contre la haine en ligne relève de la responsabilité des employeurs ou des plateformes de médias sociaux.
- Le gouvernement arrive en troisième position après avoir été sélectionné par 51 % des journalistes et des professionnels des médias. Cette proportion est légèrement plus élevée parmi les personnes issues de la diversité (59 %).



*Je pense que les **employeurs** peuvent en faire beaucoup plus pour former leurs employés et prendre des mesures pour les aider quand une menace est formulée.*

Base : Tous les répondants exceptés les étudiants et les personnes à la retraite du secteur des médias (n=1 082)
Q17. Qui devrait être tenu responsable de la protection des journalistes contre la violence en ligne?

**DANS LEURS
PROPRIES MOTS**

Dans leurs propres mots : l'impact du harcèlement en ligne

RÉFLEXIONS SUR L'IMPACT DU HARCÈLEMENT EN LIGNE

Je travaille depuis 25 ans dans l'industrie. **Cela devient certainement plus fréquent et plus effronté. Je vois que cela fait des ravages sur mes collègues plus jeunes**, en particulier mes **collègues femmes** qui sont souvent soumises à un **harcèlement sexiste inquiétant**. J'ai l'impression que **cela chasse les bonnes personnes de l'industrie**.

J'ai l'impression que **les femmes sont plus souvent la cible de harcèlement**, et d'une forme de harcèlement plus ciblé. On dira à mes collègues masculins qu'ils sont stupides ou ils recevront des menaces de mort. Les femmes sont moquées en raison de leur sexe, de leurs intérêts, reçoivent des menaces de viol violent. **C'est un genre très différent de harcèlement**.

Les entreprises de médias sociaux **fonctionnent sans contrôle** et ont **des effets dévastateurs sur notre culture, notre politique et notre santé**. Nous avons besoin de mesures concrètes contre les algorithmes que les entreprises de médias sociaux utilisent pour favoriser la haine. C'est les algorithmes.

C'est implacable. C'est blessant. C'est menaçant. La solution de bloquer quelqu'un n'est pas la réponse. Je ne peux pas signaler ce que je ne vois pas. De nombreuses plaintes déposées sur les réseaux sociaux, Facebook en particulier, sans **aucune mesure prise**. Et pourtant, j'ai besoin de Facebook pour atteindre mon auditoire. C'est **odieux** qu'ils permettent à des intimidateurs de gouverner ces plateformes. **Tout ça parce que j'essaye de faire mon travail ?**

Le harcèlement s'est aggravé et a ciblé mon travail et ma sexualité.

Il mine le moral des troupes. Il démotive. Il entraîne une hausse des congés de maladie. Les gens sont fatigués parce qu'ils ne dorment plus, donc à fleur de peau. C'est désagréable.

C'est un travail avec des contraintes inhérentes, des délais serrés et des charges de travail importantes. Le harcèlement en ligne ajoute sérieusement à cela et **sape lentement la joie et le sentiment de satisfaction dont un journaliste a besoin pour prospérer dans ce secteur. Je crois que c'est une autre raison pour laquelle les gens choisissent de quitter la profession.**

Base : Tous les répondants exceptés les personnes totalement à la retraite du secteur des médias (n=1 088).

Q18. Veuillez prendre quelques secondes pour nous donner votre opinion à propos du harcèlement en ligne et nous dire de quelle manière il a une incidence sur votre travail de journaliste ou de professionnel des médias.

Note : Certaines réflexions des journalistes et des professionnels des médias ont été traduites en français pour ce rapport.

Dans leurs propres mots : l'impact du harcèlement en ligne

RÉFLEXIONS SUR L'IMPACT DU HARCÈLEMENT EN LIGNE



- Lorsqu'on leur a demandé de partager leurs réflexions sur la façon dont le harcèlement en ligne les a affectés ainsi que leur travail, la plupart des répondants ont souligné la tension émotionnelle et le stress qu'il provoque.
- Le harcèlement en ligne rend plus difficile pour les journalistes et les professionnels des médias de se concentrer sur leur travail ou de rester motivés.
- D'autres soulignent la nécessité de freiner la progression du harcèlement en ligne qui conduit à l'autocensure et porte atteinte aux droits démocratiques de la liberté d'expression.
- Ceux qui ont subi du harcèlement en ligne de façon plus fréquente, les femmes et les jeunes professionnels en particulier, expriment un accord plus fort avec toutes les préoccupations mises en évidence.

Base : Tous les répondants exceptés les personnes totalement à la retraite du secteur des médias (n=1 088).

Q18. Veuillez prendre quelques secondes pour nous donner votre opinion à propos du harcèlement en ligne et nous dire de quelle manière il a une incidence sur votre travail de journaliste ou de professionnel des médias.

Contacts



Sandra Guiry
Vice-président principal,
Affaires publiques d'Ipsos

sandra.guiry@ipsos.com



Sebastien Dallaire
Vice-président principal
Organisation cliente, Canada

sebastien.dallaire@ipsos.com



Sanyam Sethi
Directeur,
Affaires publiques d'Ipsos

sanyam.sethi@ipsos.com

ANNEXE



Accéder aux données détaillées ici :

https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Online_Harm_in_Journalism

Note : les données ci-dessus sont présentement disponibles en anglais uniquement. Elles seront disponibles en français sous peu.

À propos d'Ipsos

Ipsos est la troisième plus grande société d'études de marché du monde : elle est présente dans 90 marchés et emploie plus de 18000 personnes.

Nos professionnels de la recherche, nos analystes et nos scientifiques ont développé des capacités pluridisciplinaires uniques qui permettent de connaître en profondeur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients ou des employés. Nos 75 solutions différentes sont fondées sur des ensembles de données primaires issues de nos sondages, de la surveillance des médias sociaux, et de techniques qualitatives ou observationnelles.

« Game Changers », notre signature, résume notre ambition : aider nos quelque 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation. Société fondée en France en 1975, Ipsos est inscrite à Euronext Paris depuis le 1^{er} juillet 1999. Ipsos fait partie des indices TSBF 120 et CAC Mid-60, et elle est admissible au Service de règlement différé (SRD).

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

Changer la donne

Dans notre monde en constante évolution, le besoin d'information fiable pour prendre des décisions raisonnées n'a jamais été aussi grand.

Chez Ipsos, nous estimons que nos clients ont droit à plus qu'un simple fournisseur de données : ils ont besoin d'un partenaire qui peut produire de l'information précise et pertinente, et la traduire en observations exploitables.

C'est pourquoi nos experts à la curiosité sans borne fournissent non seulement des mesures extrêmement précises, mais aussi sous une forme qui permet de se faire une idée exacte de la société, des marchés et de la population.

Pour ce faire, nous avons recours au meilleur des sciences et de la technologie, et à notre savoir-faire, et nous nous efforçons d'appliquer les principes de sécurité, de simplicité, de vitesse et de validité dans tout ce que nous produisons.

Pour que nos clients puissent agir plus rapidement, plus judicieusement et plus audacieusement. En fin de compte, la réussite se résume à une vérité toute simple : **On prend de meilleures décisions lorsqu'on est certain de ce qu'on fait.**