

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

Juillet 2022 : l'actualité des études de marché et du marketing

Chaque mois, Thierry Backer, professeur associé au Cnam Paris, qui intègre dans ses cours approche théorique et apprentissage métier, vous propose un regard sur l'évolution du marketing et les enjeux de la Data. Des exemples concrets d'études issues de son parcours professionnel en institut (BVA, Estel Research, Kantar ex-TNS, Ipsos). Thierry Backer dirige depuis 2013 le département Services, marketing et expérience clients chez Harris Interactive.

L'été est propice aux belles publications ! En ce mois de juillet 2022, je vous propose 7 études et articles :

En premier lieu, un article du Monde revient sur un aspect trop mal connu des soirées électorales : « Comment les instituts de sondage estiment les résultats des élections législatives dès 20h ? ». Un tour de force qui s'appuie sur un échantillonnage représentatif de bureaux de vote et des extrapolations périlleuses. [LIRE](#)

Comment ne pas parler de l'inflation ? L'étude Harris Interactive réalisée pour le Groupe Casino indique que la hausse des prix inquiète une large majorité de Français et se place en tête de leurs préoccupations, prenant même le dessus sur les enjeux environnementaux et la situation internationale... [LIRE](#)

Sous forme d'infographie, des extraits d'études (en anglais) d'Ipsos réalisées dans 16 pays, sur les nouvelles formes d'e-commerce (via réseaux sociaux, livraison rapide, streaming...) et l'hybridation croissante des canaux digitaux. [LIRE](#)

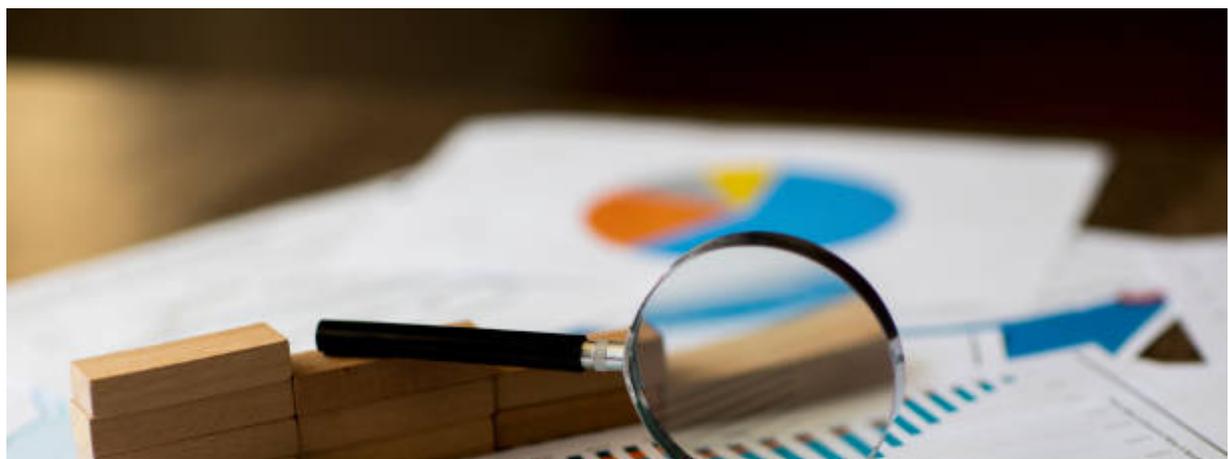
Les résultats d'un baromètre Ipsos particulièrement alarmants, qui portent sur 3500 interviews d'individus de 16 à 30 ans à propos de leur addiction envers l'alcool, le tabac et autres drogues (cannabis, drogues synthétiques, cocaïne et héroïne) ainsi que les écrans interactifs. Évidemment, il s'agit de mesures sujettes à caution car reposant sur des données déclaratives mais les évolutions en un an sont claires : la consommation a augmenté et la dangerosité perçue recule. [LIRE](#)

Sans transition, retour sur la profession des études de marché et les trophées études et innovation organisés par 100% Média en partenariat avec Bilandi, l'Irep, Syntec Conseil et l'ISEG :

un article d'Opinion Way récompensé dans la catégorie Hybridation des données et qui démontre la pertinence d'enrichir le déclaratif avec des données passives. [LIRE](#)

une interview de Judith Roucairol (L'Oréal France) et Sophie Chwedura (Decathlon), membres du jury qui livrent leur regard sur les prix de cette édition 2022. [LIRE](#)

Vous avez aimé Roland Garros et le triomphe de Nadal : les annonceurs aussi ! Les résultats du panel Kantar expliquent pourquoi cet événement sportif intéressent tout particulièrement les m Marques qui peuvent toucher une audience possédant une forte propension à consommer. [LIRE](#)





11 juillet 2022

Édito de Thierry Backer

Bienvenue dans cette chronique mensuelle qui aborde des sujets liés à l'actualité des études de marché, des sondages et du marketing. Son contenu est à destination des auditeurs qui cherchent à étayer leurs connaissances et plus globalement à tous les curieux intéressés par ces thématiques.

Je vous propose chaque mois une sélection d'articles, éditoriaux, blogs, webinaires, dossiers ou rapports, livres de droits et dans le domaine public, dont l'objet est soit de publier des résultats d'études, soit d'aborder un domaine du marketing ou des sondages.

Bonne lecture à tous et toutes !

© Photo : iStock

<https://strategies.cnam.fr/evenements/actualites/etudes-de-marche-et-marketing/juillet-2022-l-actualite-des-etudes-de->