

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

Mars 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.

En mars 2022, l'actualité est bien évidemment bouleversée par la guerre en Ukraine et les sondages ont rapidement pris le pouls de l'opinion sur ces événements dramatiques :

Dès le 27 février, soit 3 jours après le début des opérations militaires, Harris Interactive réalise pour M6 et RTL une première étude sur le regard des Français qui démontre une forte mobilisation, un élan de solidarité envers les Ukrainiens, mais aussi une inquiétude à l'égard de l'extension du conflit. [LIRE](#)

Du 3 au 7 mars, c'est l'Ifop pour Yalta European Strategy et la Fondation Jean-Jaurès qui conduit une étude dans quatre pays européens (France, Italie, Allemagne, Pologne). L'enquête confirme la solidarité envers les Ukrainiens, souligne la forte adhésion aux décisions des Européens de prendre des sanctions économiques et, dans une moindre mesure, à celles concernant les livraisons d'armes. [LIRE](#)

Pour la Journée de la femme, Ipsos a publié les résultats d'une très vaste étude (20 524 interviews, 30 pays) portant sur la perception des inégalités entre genre :

Le harcèlement et les abus sexuels sont considérés comme les principaux maux dont souffrent les femmes ; toutefois dans de nombreux pays, les opinions privilégient davantage les questions d'égalités sociale et salariales comme sources de problèmes. [LIRE](#)

A noter aussi, deux belles études qui font le point sur nos comportements et attitudes envers le digital :

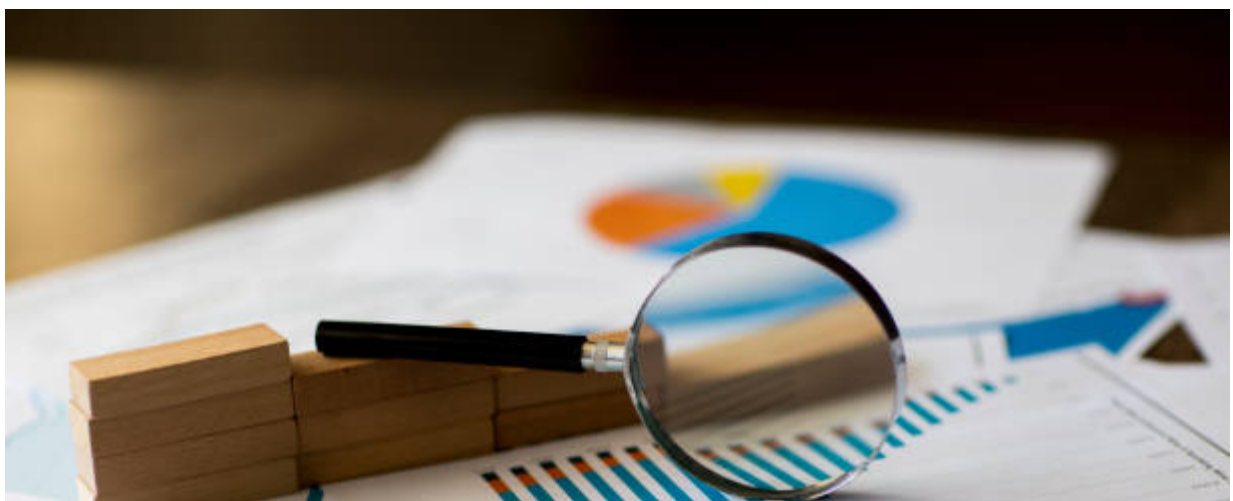
L'ACSEL publie la 9^e édition du Baromètre de la confiance – mitigée et hétérogène – des Français dans le numérique : [LIRE](#)

BVA pour JFD et Madame Figaro mesure l'état d'esprit des Français envers le digital, mais aussi l'image et le potentiel d'attractivité de ce secteur : [LIRE](#)

Enfin, deux articles intéressants sur des aspects plus techniques du métier des études et du marketing :

Des éclaircissements utiles de la part du Journal du Geek sur la décision de la CNIL de mettre en demeure Google Analytics : l'analyse des parcours clients va se compliquer : [LIRE](#)

Un message d'espoir de Yves Del Frazze publié par QWAM Content Intelligence sur les perspectives d'un nouveau monde qui simplifiera l'accès aux résultats d'études via les « marchés virtuels » : [LIRE](#)





21 mars 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/mars-2022-l-actualite-des-etudes-de->