

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

## Novembre 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.

Beaucoup de belles publications en novembre 2022. J'ai retenu les six sélections suivantes :

Un article sur l'utilisation des réseaux sociaux en études : quel domaine d'usage et quelle pertinence faut-il accorder au Social Listening ? Market Research News nous propose une interview intéressante de deux spécialistes de cette technique : Valérie Rager-Brossard et Marie-Alix Robe de chez Dynvibe. [LIRE](#)

Une vaste étude – avec un rapport en anglais – réalisée par Toluna Harris Interactive pour l'Agence spatiale européenne. Plus de 20.000 interviews ont été réalisées dans 22 pays du continent pour comprendre comment les opinions publiques perçoivent les enjeux des activités spatiales. [LIRE](#)

Un sondage de l'Ifop pour Eighy Advisory s'est attaché à classer les entreprises en fonction de la façon dont les Français les apprécient au travers de six critères : performance, environnement, innovation, statut, utilité, attractivité. 77 entreprises ont ainsi été évaluées. Deux remarques à noter sur un plan méthodologique : d'une part l'échantillon de 3000 personnes a été divisé en trois sous-échantillons représentatifs afin d'éviter un questionnaire trop long (c.-à-d. portant sur trop d'entreprises). D'autre part, le classement s'est opéré via une note pondérée prenant en compte l'importance déclarée des six critères retenus. [LIRE](#)

Des extraits d'une étude de Kantar Insights et Altiant réalisée aux États-Unis, en Chine et en Europe auprès d'acheteurs de produits de luxe et appartenant au Top 5% des populations de ces régions en termes de revenus. Cette étude identifie six segments de motivations au sein de cette population premium : l'attrait de la découverte est celle qui ressort en tête. [LIRE](#)

En contrepoint, une étude Ipsos réalisée pour le Secours populaire auprès de 6000 européens qui constate que un européen sur quatre s'estime en situation précaire (une dépense imprévue peut tout faire basculer), et 55% craignent de se retrouver dans une situation précaire dans les prochains mois. [LIRE](#)

Actualité oblige, un sondage Toluna Harris Interactive pour ANJ sur les Français et les paris sportifs dans la perspective de la coupe du monde de football. À noter : 38% des Français ont l'intention de suivre cet événement et 36% de ceux-ci ont l'intention de parier de l'argent sur des rencontres. [LIRE](#)





23 novembre 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/novembre-2022-l-actualite-des-etudes>