

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

Octobre 2023 : 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 ce mois d'octobre, je vous propose de découvrir :

Le magazine Market Research News se fait l'écho des bouleversements qui impactent la profession des études de marché : un premier article détaille comment Ipsos intègre désormais l'IA générative dans ses analyses, alors qu'un deuxième article nous explique pourquoi Madeinvote et Poll&roll, deux instituts récents, ont décidé de se rapprocher pour accélérer l'automatisation de la chaîne de production de leurs études agiles réalisées à partir d'interviews par interception sur les réseaux sociaux. [LIRE 1](#) - [LIRE 2](#)

Vaste enquête Ipsos/Sopra Steria réalisée pour Le Monde, la Fondation Jean-Jaurès, le Cevipof et l'Institut Montaigne. Les résultats de cette étude soulignent une fois de plus l'inquiétude des Français sur la situation du pays et leur faible confiance dans le système politique pour améliorer les choses. [LIRE](#)

Enquête Toluna Harris Interactive réalisée pour le ministère de la Culture portant sur le regard des Français sur l'information. Entre intérêt et défiance envers l'information, nos concitoyens se font l'écho des tensions importantes qui structurent notre paysage médiatique. [LIRE](#)

Pour passer à des sujets plus pragmatiques, une étude Opinion Way souligne l'engouement massif des Français envers les produits de seconde main (achats de produits d'occasion ou reconditionnés) : 68% d'entre eux ont au moins effectué un achat de ce type. [LIRE](#)

Dans un autre secteur, une étude Enov dresse le panorama de la restauration rapide et souligne le succès du burger dans nos habitudes de consommation. [LIRE](#)

Enfin, Ipsos s'est penché sur la sociologie du canapé : qui achète quoi, pourquoi et pour quoi faire ? Cette étude détaille tout sur cet équipement central de notre quotidien avec des résultats parfois croustillants. [LIRE](#)





16 octobre 2023

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/octobre-2023-l-actualite-des-etudes-d>