

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

## Septembre 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.

Pour ce mois de septembre 2022, je vous propose le petit tour d'horizon suivant :

En premier lieu, des articles du Monde et de MRN reprenant les annonces des rachats des instituts d'études de marché Opinion Way par les Échos (alliance inattendue au sein du paysage des sondages en France) et Ifop (plus ancien institut français) par le Fonds d'investissement LFPI. Ces deux rachats indiquent que le marché des études est en mutation profonde et recherche des alliances nouvelles pour affronter les nouveaux enjeux de la Data. [LIRE ÉTUDE OPINION WAY](#) - [LIRE ÉTUDE IFOP](#)

Un rapport d'étude de l'Ifop (justement) pour Teneo-Societer et Impact France sur la grande question d'actualité, à savoir la sobriété. Premier enseignement : les Français ne comprennent pas tous la même chose... et attendent donc logiquement davantage d'explications. [LIRE](#)

Un autre rapport d'une étude européenne (5 pays, 1 000 interviews par pays) d'Opinion Way (justement) pour Tallano Technologies sur la pollution de l'air qui montre qu'il s'agit d'une préoccupation majeure d'une majorité d'Européens qui attendent des décisions gouvernementales dans ce domaine. [LIRE](#)

La solution de la voiture électrique est-elle une solution ? Une étude Ipsos pour Vinci montre que l'attractivité de ces véhicules pâtit encore de beaucoup d'handicaps (prix d'acquisition, facilité de recharge, autonomie,) même si les bénéfices pour l'environnement sont reconnus. À noter : au sein des 1 250 personnes interrogées, on compte un sur-échantillon de 250 propriétaires de véhicules électriques, soit 20% de l'ensemble des répondants – et ce pour pouvoir analyser les résultats portant sur cette seule sous-cible. Logiquement, l'Ifop indique que pour les résultats d'ensemble (questions portant sur l'ensemble des automobilistes), les propriétaires de véhicules électriques ont été remis à leur poids réel (5% des automobilistes). [LIRE](#)

Plus globalement l'étude Harris Interactive pour Challenge fait le point sur le « cœur des Français ». Certes, les Français sont moins pessimistes cette année, mais ils expriment un net sentiment de déclin envers leur pays, porté par un système éducatif et des institutions en recul, et se montrent inquiets sur le contexte économique et le dérèglement climatique. À noter que cette étude porte sur 10 000 interviews afin de pouvoir analyser les résultats dans le détail des caractéristiques sociologiques, politiques et religieuses des répondants. [LIRE](#)

Enfin, pour terminer notre revue de publications, un article de Widoobiz qui relate comment les techniques du marketing viennent alimenter l'activité des recruteurs face à leur besoin d'attractivité employeur, d'expérience collaborateur et de fidélisations des talents face à un marché de l'emploi très tendu. [LIRE](#)





19 septembre 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/septembre-2022-l-actualite-des-etude>