le cnam
icsv

Institut des cadressupérieursde lavente

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

Décembre 2021 : 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.

Les résultats de l'Obs'COP 2021, étude internationale réalisée par Ipsos dans 30 pays (24 004 interviews en ligne) pour EDF qui évalue la sensibilité des populations au changement climatique : la prise de conscience existe mais est loin d'être unanimement partagée. Au-delà du contenu, je vous invite à lire les annexes techniques qui détaille la méthodologie et les garanties d'échantillonnage (cf. article du Monde sur « la fabrique opaque des sondages » cité dans notre publication de novembre dernier. **LIRE**

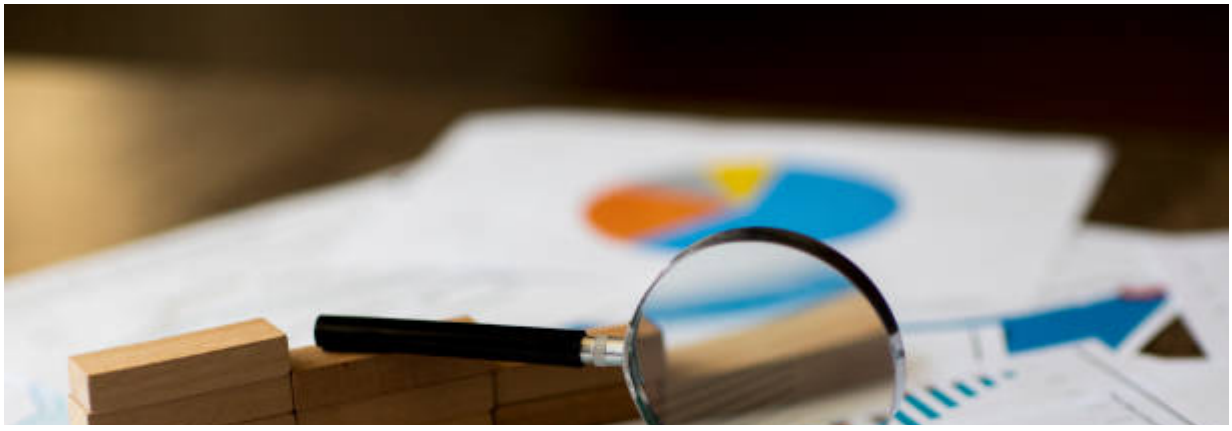
Le regard des Français sur la démocratie, étude Harris Interactive réalisée pour le magazine Challenges (10 320 interviews en ligne), qui dresse un tableau alarmant sur le fonctionnement perçu de nos institutions : 46% de nos concitoyens estiment que la démocratie fonctionne mal aujourd'hui en France. **LIRE**

Une étude B2B réalisée en ligne par l'IFOP pour XEFI auprès de 400 dirigeants de PME pour évaluer leur état d'esprit et les politiques mises en œuvre au sein des entreprises en matière de cybersécurité : un danger clairement sous-estimé puisque 75% des répondants s'estiment non concernés. **LIRE**

Une étude Opinion Way – ACI Worlwide – réalisée en ligne auprès de 1121 personnes portant sur les modes de paiement (espèces, cartes, prélèvements, tickets restaurant, etc.), dopés par les nouvelles technologies, et qui cristallisent les questions de rapport de confiance (89% des Français craignent d'être victimes de fraude). **LIRE**

Après l'étude Kantar indiquée le mois dernier sur les marques de bières dans le monde, il est tout aussi intéressant de lire le contenu d'une étude Ipsos réalisée pour Millésime Bio (3 000 interviews en ligne) analysant la consommation de vin bio. Les Français (plus que les Britanniques et les Allemands) sont décidément attachés à leur terroir, au bien vivre et à la consommation responsable de ce produit emblématique de leur culture. **LIRE**

En écho à cette étude, citons le dispositif « Mieux consommer pour mieux vivre » réalisé par Harris Interactive et l'Œil du marketing (prix des Trophées études et innovations organisés par Offremedia). Il s'agit d'un outil d'études portant sur les pratiques de consommations durables et visant à croiser à la fois ce qui est pensé (représentations symboliques), ce qui est dit (opinion, attitudes), et ce qui est fait (pratiques réelles). Un protocole méthodologique holistique a été mise en place : ethno-immersive, entretiens feedback in situ, quantification du répertoire comportemental, et workshops d'activation. **LIRE**





20 décembre 2021

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, libres 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