

Juillet 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.

Un petit florilège de publications pour ce mois de juillet 2023 :

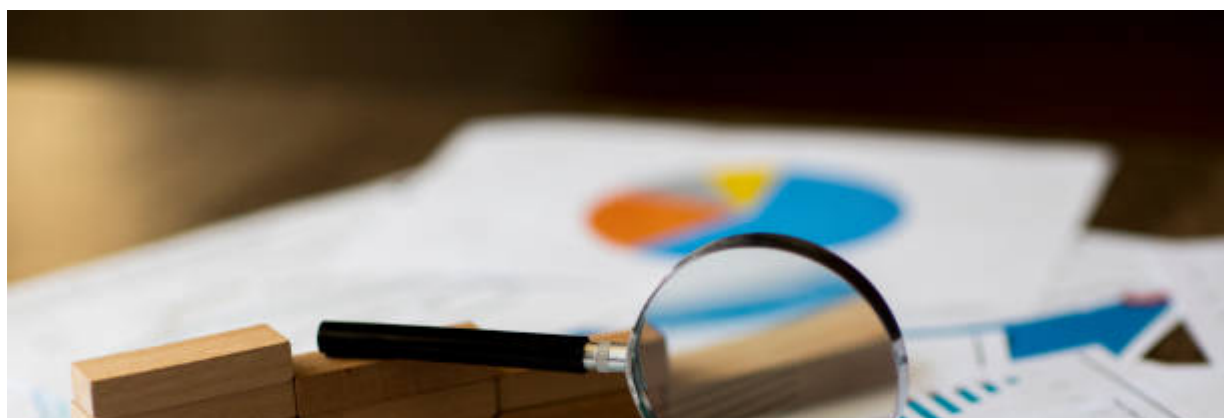
Les zooms de l'observatoire Cetelem, réalisés par Toluna Harris Interactive, poursuivent la publication de leur étude sur la place des réseaux sociaux. Huit Français sur dix voient un problème grave dans l'addiction aux réseaux sociaux et un sur trois avoue se sentir eux-mêmes « accros » aux réseaux. À noter que la lutte contre les abus (addiction, harcèlement, diffamation, violation de la vie privée, *fake news*, etc.) des réseaux sociaux concernent aux yeux de la majorité des Français plus les plateformes elles-mêmes (54%) que les pouvoirs publics (24%) ou les utilisateurs (22%). [LIRE](#)

Médiamétrie publie les résultats de l'audience de la radio en avril-juin 2023. On le sait trop peu, ces scores d'audience sont obtenus via des - gros - sondages (plus de 26 000 interviews par téléphone) avec des critères de représentativité extrêmement précis. C'est grâce à ces mesures que l'on peut connaître l'importance relative de l'écoute de chaque station de radio chaque jour (semaine/week-end) à chaque tranche horaire et ainsi évaluer, par exemple, les tarifs des spots publicitaires. [LIRE](#)

Une interview de Ben Page (directeur général d'Ipsos) dans le magazine CBnews. À noter qu'il déclare que « nous continuons à croire qu'il faut parler aux gens pour savoir ce qu'ils pensent », conviction qui vise à consolider les enquêtes par interviews vs l'exploitation de *data issues*, par exemple, des réseaux sociaux. [LIRE](#)

Une publication de l'Adetem qui vise à décrire les nouveaux enjeux de la fonction des directeurs marketing (*CMO Profile*). Une étude réalisée par BVA pour cette publication décrit six profils types en fonction de l'usage du digital, de la place du marketing et du pilotage de la marque, mais aussi de la place de l'écoute clients dans l'exercice de la fonction. [LIRE](#)

Enfin, l'Institut Episto, nouvel acteur innovant, spécialiste des enquêtes par interception sur les réseaux sociaux, a interrogé onze responsables *insight* ou études au sein de grandes entreprises. Un bel exercice qui permet de mieux comprendre les enjeux de cette fonction et du rôle des études de marché dans l'organisation et le pilotage des grandes organisations. [LIRE](#)





17 juillet 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, 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