

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

Février 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.

L'élection présidentielle française focalise une grande partie... de l'actualité des sondages !

La commission des sondages – dont le rôle est souvent méconnu – est sortie du bois pour alerter sur les méthodes d'échantillonnage utilisées par l'Institut Cluster 17, et dont les résultats sont publiés par le magazine Marianne. L'article ci-joint nous montre que le sempiternel débat entre méthode aléatoire et méthode des quotas a encore de beaux jours à vivre : [LIRE](#)

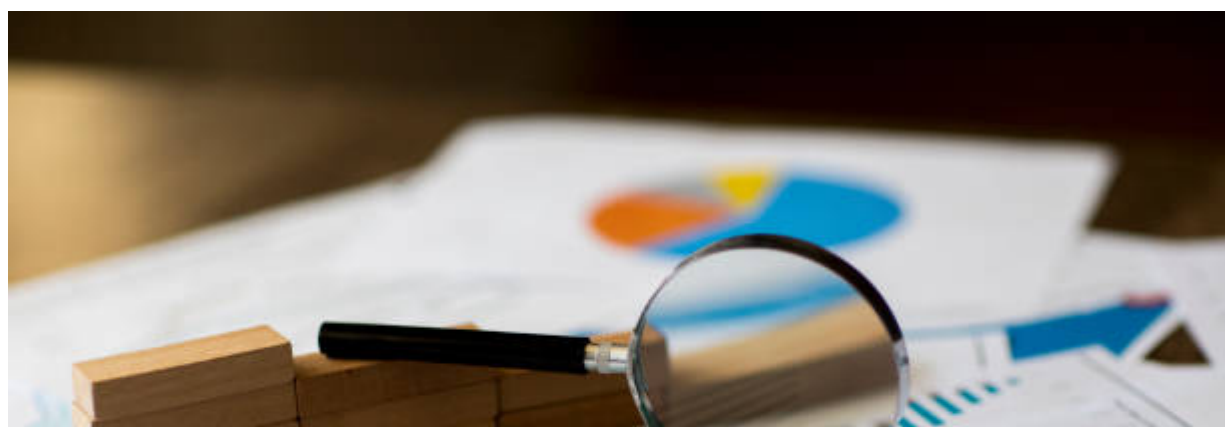
En écho à cette mise au point, les instituts d'études s'expriment dans une tribune publiée dans Le Monde via le Syntec. Non, la « dictature des sondages » ne tue pas le débat électoral. Bien au contraire, ils permettent de l'objectiver, ce qui est parfois incongrue aux yeux de trop nombreux observateurs et acteurs de ce débat. [LIRE](#)

Une étude de l'Ifop pour Cointribune dresse un panorama intéressant sur le degré de connaissance et d'intérêt des Français envers les cryptomonnaies et NFT. Dopés par une spéculation porteuse, ces nouveaux outils monétaires ébranlent le paysage financier et suscitent un niveau d'engouement allant sans doute au-delà du phénomène de mode. À suivre... [LIRE](#)

Un sujet plus ludique et un résultat très éclairant. Un sondage Harris Interactive pour Pif magazine fait le point sur les héros de bandes dessinées préférés des Français et démontre à l'évidence que nous restons malgré tout très gaulois ! [LIRE](#)

Une autre forme d'art, ce mois-ci, dans les publications de sondages : l'Institut Elabe a réalisé pour l'association *Tous pour la musique* une étude sur les Français et la musique. Si l'importance sociale et culturelle de la musique est plus que jamais plébiscitée, les salles de concert peinent concrètement à faire revenir leur public. [LIRE](#)

Dans la perspective de l'actualité des prochains jours : Opinion Way a réalisé une étude pour le Salon de l'agriculture. Très sensibilisés aux enjeux environnementaux, très confiants dans leurs agriculteurs, très attachés à la qualité de leur alimentation, les Français veulent privilégier les produits issus de l'agriculture française. À l'évidence un beau sujet de campagne... électorale ! [LIRE](#)





21 février 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://icsv.cnam.fr/connaître-l-icsv/evenements-et-conferences/fevrier-2022-l-actualite-des-etudes-de-marche-et-du-m>