

## Avril 2026 : 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.

Ma sélection d'avril 2026 :

Priorité aux jeunes ! Toluna Harris Interactive a réalisé pour Enfance 3018 une vaste étude auprès de 1049 adolescents âgés de 11 à 18 ans sur le rapport de cette génération à l'information. Ces adolescents s'avèrent très conscients de l'importance de s'informer, et ils expriment des doutes sur la véracité des informations. Les réseaux sociaux et l'IA jouent évidemment une place centrale dans leurs pratiques, mais au même titre que les canaux traditionnels (TV, radio, presse) ou les proches et l'école. [LIRE](#)

Dans un tout autre registre, Opinion Way s'est intéressé à la demande de Nalo à l'éducation financière des Français, et singulièrement aux vecteurs de confiance pour les épargnants. Les Français évaluent leur niveau de culture financière avec modestie (1/3 l'estime faible, 1/3 bonne, 1/3 moyenne), revendiquent une aversion au risque (80% privilégient des solutions à risque faible et gains limités), s'informent par la presse financière mais aussi internet, et commencent largement à utiliser l'IA (surtout les jeunes). [LIRE](#)

Ipsos BVA s'est penché pour Google sur l'usage de l'IA en entreprise au travers d'une étude internationale dans 30 pays combinant des approches quantitatives et qualitatives, auprès du grand public et auprès de dirigeants d'entreprises. Les Français ont rapidement adopté l'usage de l'IA, mais ne se distinguent pas des autres populations nationales interrogées. Les seniors se montrent même beaucoup plus méfiants que les actifs, les salariés des grandes entreprises se déclarant les plus positifs. Pour les cadres dirigeants, l'IA est la priorité stratégique et sera un vecteur majeur d'amélioration de la productivité sans y percevoir une menace mais au contraire une opportunité. La quasi-totalité des dirigeants et des salariés reconnaissent n'avoir reçu aucune formation sur l'IA et se familiarisent souvent via leurs comptes personnels. [LIRE](#)

IFOP a réalisé une étude en trois volets sur les pratiques culturelles des Français.

Le volet qualitatif reposait sur 12 entretiens d'une heure et visait à mieux comprendre les ressorts de la « non-envie de culture » : à l'évidence, la culture se trouve en forte concurrence avec d'autres espaces et loisirs plus accessibles et proches. Les résultats soulignent l'importance de replacer et de multiplier les lieux de culture pour les rapprocher du quotidien et des habitudes. [LIRE](#)

Le volet quantitatif a été réalisé auprès d'un échantillon de 4012 personnes : la culture est reconnue comme essentielle à la qualité de vie mais les pratiques changent (le livre et le cinéma déclinent au profit d'Internet), les dispositifs publics pour faciliter l'accès à la culture sont globalement connus, mais peu en bénéficient. [LIRE](#)

Le volet typologie visait à définir et subdiviser les Français en segments clairement identifiables. 7 profils ont ainsi pu être identifiés via deux grandes variables explicatives : l'importance accordée à la culture d'une part, et le profil de personnalité d'autre part (bien-être vs pessimisme). [LIRE](#)

## Découvrez les anciennes sélections de Thierry Backer

2026

[Sélection mars 2026](#)  
[Sélection février 2026](#)

[Sélection janvier 2026](#)

2025

[Sélection décembre 2025](#)

[Sélection novembre 2025](#)

[Sélection octobre 2025](#)

[Sélection septembre 2025](#)

[Sélection juillet 2025](#)

[Sélection juin 2025](#)

[Sélection mai 2025](#)

[Sélection avril 2025](#)

[Sélection mars 2025](#)

[Sélection février 2025](#)

[Sélection janvier 2025](#)

2024

[Sélection décembre 2024](#)

[Sélection novembre 2024](#)

[Sélection octobre 2024](#)

[Sélection septembre 2024](#)

[Sélection juillet 2024](#)

[Sélection mai 2024](#)

[Sélection avril 2024](#)

[Sélection mars 2024](#)

[Sélection février 2024](#)

[Sélection janvier 2024](#)

2023

[Sélection décembre 2023](#)

[Sélection novembre 2023](#)

[Sélection octobre 2023](#)

[Sélection septembre 2023](#)

[Sélection juin 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 !