

Juillet 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 de juillet 2026 :

L'IA est au cœur des débats. Opinion way a réalisé pour l'Adetem auprès de décideurs et responsables marketing une étude qui souligne les tensions qui entourent les usages de l'IA dans le monde professionnel : sentiment d'incompétence, culpabilité environnementale, angoisse de la standardisation. [LIRE](#)

Opinion Way a réalisé pour Creacard une étude sur le stress du découvert bancaire auprès d'un échantillon représentatif de 1024 Français. 14 % d'entre eux reconnaissent avoir parfois perdu le contrôle de leur budget au cours des 12 derniers mois. 39 % recourent aux facilités du découvert bancaire. [LIRE](#)

Dans un tout autre registre, une étude Toluna Harris Interactive a interrogé les Français sur le Conseil constitutionnel. 73% – ce qui n'est donc pas consensuel – reconnaissent que la France est une démocratie, et 80 % s'accordent sur le fait qu'elle est aujourd'hui en danger (« dans un état inquiétant »). La constitution n'est reconnue comme une expression de la volonté du peuple que par 61 % des Français, 31 % estimant donc qu'elle est une limite à la volonté du peuple. Dans ce contexte, le Conseil constitutionnel recueille un score d'image moyen (53 % de bonnes opinions). [LIRE](#)

Ipsos BVA a publié la 6e vague de son baromètre portant sur les addictions des jeunes, enquête réalisée auprès de 3500 répondants âgés de 16 à 30 ans. Si les résultats indiquent que 1 jeune sur 10 déclare avoir déjà consommé du protoxyde d'azote, ils soulignent aussi que les tendances de consommation de la plupart des substances étudiées (alcool, drogue, écran) se révèlent stables depuis 2021 avec une prévalence forte de l'alcool. [LIRE](#)

Opinion Way s'est intéressé pour Edenred aux habitudes des Français en matière de pause-déjeuner. 9 actifs sur 10 prennent leur pause-déjeuner au travail et s'accordent 45 minutes en moyenne pour ce moment. Dans 63 % des cas, ce déjeuner est préparé au domicile. [LIRE](#)

Assaël Adary et Nathalie Ternisein, CEO d'occurrence, ont été interrogés par le magazine Market Research News sur leur vision de l'évolution des études portant sur la marque. Ils soulignent que les outils d'études se sont considérablement transformés au cours des dernières années, mais que les besoins restent les mêmes. Ils indiquent que « évaluer une marque relève aujourd'hui presque de la balistique », sachant que les outils doivent évoluer avec les trajectoires de marques, et singulièrement l'IA qui vient percuter tous les touchpoints classiques et oblige à multiplier les éclairages pour cerner les empreintes de marques. [LIRE](#)

Sur le même sujet des études de marques, Market Research News a interrogé Émilie Dumas de chez Appinio. Elle souligne l'importance de la clarification des intentions de la marque pour pouvoir construire ou choisir les indicateurs à retenir pour mesurer les performances. Ainsi, les objectifs pour émerger, recruter ou fidéliser correspondent à des études aux designs et contenus différents. [LIRE](#)

Découvrez les anciennes sélections de Thierry Backer

2026

[Sélection mai 2026](#)

[Sélection avril 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 !