

LA CHRONIQUE MENSUELLE DE THIERRY BACKER

## Mai 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 mai 2026 :

Elabe a publié dans les Échos une étude portant sur le financement de la protection sociale. Enseignement saillant : près de 6 Français sur 10 estiment qu'ils contribuent plus au système qu'ils n'en bénéficient. Pour autant, ils n'ont pas un avis tranché sur les deux grands axes de réformes tels qu'un financement élargi à tous les revenus plutôt qu'à ceux du travail ou l'instauration d'une TVA sociale. [LIRE](#)

Dans un tout autre registre, une étude IFOP réalisée pour 30 millions d'amis s'est intéressée aux vacances et aux animaux. Ainsi, 63% des possesseurs de chiens choisissent leur lieu de vacances en fonction des destinations acceptant leur animal. [LIRE](#)

Un article intéressant de comarketing qui s'appuie sur des résultats de l'étude TGI France de Kantar, et qui indique que la quête de sens et le besoin de maîtrise revient en force face à l'émergence du tout IA, de l'omniprésence des réseaux sociaux et des fausses recommandations des influenceurs. Un besoin d'authenticité et de simplicité vient logiquement et sereinement compenser les puissances digitales. [LIRE](#)

En écho, Ipsos BVA publie pour le Groupe Vyv et la CNIL une étude sur l'impact de l'IA sur la santé mentale des jeunes européens de France, Allemagne, Suède et Irlande. Ainsi, 3800 jeunes âgés de 11 à 25 ans ont été interrogés et ont été soumis à des questions visant à évaluer leur degré d'anxiété. L'étude comptabilise près de 6 jeunes sur 10 touchés par des troubles de l'anxiété et plus d'un quart fait l'objet d'une suspicion de trouble anxieux généralisé. Pour parler de leurs problèmes personnels, près d'un jeune sur deux se tournent vers l'IA, un interlocuteur « toujours disponible ». [LIRE](#)

Enfin, un article de fond portant sur l'apport de l'IA dans les approches qualitatives, publié dans Market Research News via une interview d'Anne France Allali de chez Ipsos BVA. Un rejet ou une adoption systématique de l'IA n'a pas de pertinence. Le bon dosage et la complémentarité des approches traditionnelles avec l'IA feront le succès des études de demain. [LIRE](#)

### Découvrez les anciennes sélections de Thierry Backer

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](#)



18 mai 2026  
© Vignette : AdobeStock.

## 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 !

<https://strategies.cnam.fr/evenements/actualites/etudes-de-marche-et-marketing/mai-2026-l-actualite-des-etudes-de-m>