


A woman with long blonde hair is holding a large, gold, smiley face balloon. The balloon is the central focus, partially obscuring her face. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting.

rappor**t**

corona

appinio

Numéro 13 – 14.07.2021

 France

Conception et méthodologie de l'étude	03
Points essentiels du rapport	07
Questions additionnelles	09
Inquiétudes au sujet de la Covid-19	14
Retour à la vie normale	20
Comportement d'achat	28

Présentation de l'étude

Introduction au rapport Corona d'Appinio

En mars 2020, la pandémie de Covid-19 est apparue dans le monde entier. Les unes de tous les journaux ont mentionné le coronavirus, et c'est encore le cas aujourd'hui.

Différents secteurs économiques ont soudainement été paralysés et personne dans le monde n'est en mesure de prédire comment notre vie quotidienne ou notre économie vont évoluer.

Appinio a alors décidé de mettre en place un suivi complet et détaillé pour mieux comprendre l'impact de la pandémie sur la vie quotidienne et le comportement des consommateurs. Ce rapport a été mis en place en France au début de l'année 2021.

Outre les questions récurrentes de suivi sur divers sujets tels que les inquiétudes liées à la Covid-19, la perception de la sécurité et la vaccination, nous publions également dans chaque rapport des « questions additionnelles » sur des sujets d'actualité ou faisant actuellement débat.

Toutes les données et les autres options de filtrage (par exemple selon l'âge ou le genre) peuvent être consultées en temps réel sur notre plateforme de recherche : research.appinio.com.



Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur appinio.com

Ce rapport est également disponible dans d'autres pays européens ; en Allemagne et en Espagne, mais également au Royaume-Uni.

Les analyses réalisées par Appinio permettent de soutenir des entreprises de tous les secteurs. En ces temps de turbulences, il est important de comprendre combien les études de marché aident chacun d'entre nous à mieux appréhender le monde dans lequel nous évoluons.

Nous vous remercions pour votre fidélité.

[Rapport 1 – 18.03.2021](#)

[Rapport 2 – 24.03.2021](#)

[Rapport 3 – 01.04.2021](#)

[Rapport 4 – 08.04.2021](#)

[Rapport 5 – 05.03.2021](#)

[Rapport 6 – 07.04.2021](#)

[Rapport 7 – 21.04.2021](#)

[Rapport 8 – 05.05.2021](#)

[Rapport 9 – 19.05.2021](#)

[Rapport 10 – 02.06.2021](#)

[Rapport 11 – 16.06.2021](#)

[Rapport 12 – 30.06.2021](#)

[Rapport 13 – 14.07.2021](#)

01

Conception et méthodologie de l'étude



Accès à l'étude et aux résultats

Accédez à l'étude complète et à toutes les réponses grâce au tableau de bord analytique d'Appinio

1. Inscription gratuite

- Créez un compte gratuit sur research.appinio.com



The screenshot shows the Appinio registration page. At the top is the Appinio logo. Below it is the heading 'Créer un compte'. There are two input fields: one for an email address (example: nom@entreprise.com) and one for a password with an eye icon for visibility. Below the fields is a checkbox for 'J'accepte les Conditions générales d'utilisation et j'ai lu la Politique de confidentialité'. At the bottom is a grey 'Inscription' button.

2. Rapport en cours

- Sous la rubrique « **Études** », vous trouverez le « Rapport Corona ».
- Cliquez dessus pour que le **Rapport Corona** s'affiche.



3. Analyse des résultats

- Visualisez et suivez les résultats en temps réel dans le tableau de bord
- Analysez, filtrez ou téléchargez les résultats (par exemple par critères socio-démographiques)



Conception de l'étude

Méthode, échantillon et contenu

Méthode et collecte des données

- Questionnaire mobile envoyé à notre panel en France
- Période d'étude : du 08/07/2021 au 12/07/2021
- Les données peuvent être consultées, filtrées et téléchargées via business.appinio.com

Échantillon

- Pays : France
- Âge : 16 – 65 ans
- Représentativité nationale en termes d'âge et de sexe
- Échantillon : N = 1000 personnes

Contenu

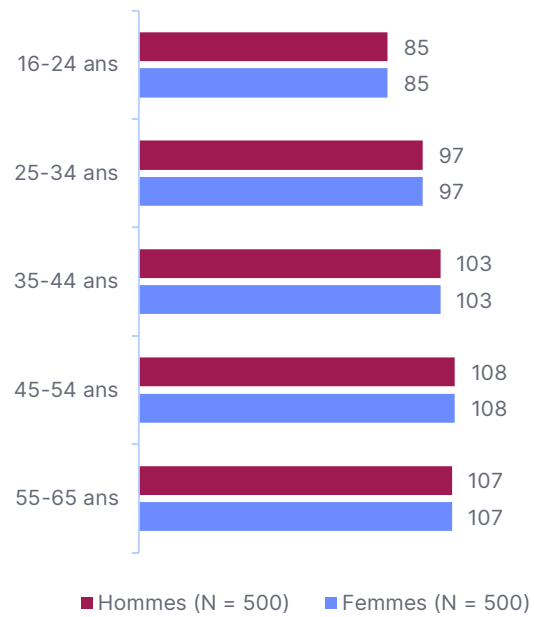
- Questions additionnelles : La positivité toxique
 - Dans quelle mesure les Français sont-ils honnêtes avec eux-mêmes et avec les autres lorsqu'il s'agit de sentiments ?
 - Quelle est la pression exercée pour être positif ? L'âge joue-t-il un rôle clé à cet égard ?
 - Les réseaux sociaux : sommes-nous sous pression à cause d'eux ? Pourquoi ?
- Inquiétudes et sentiments à l'égard du coronavirus
- Propension à se faire vacciner et les raisons pour ne pas le faire
- Sécurité et mobilité dans la vie quotidienne
- Comportement d'achat en ligne et hors ligne

Composition de l'échantillon

Âge et genre – Tous les rapports

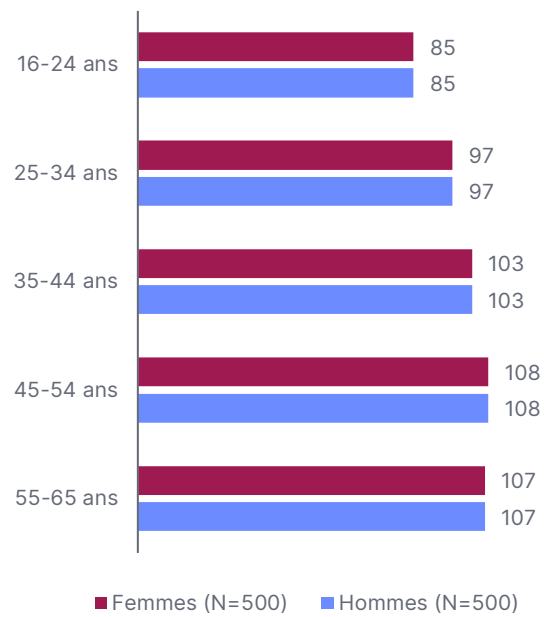
01 Conception et méthodologie de l'étude

Mesure du point zéro (N = 1000)



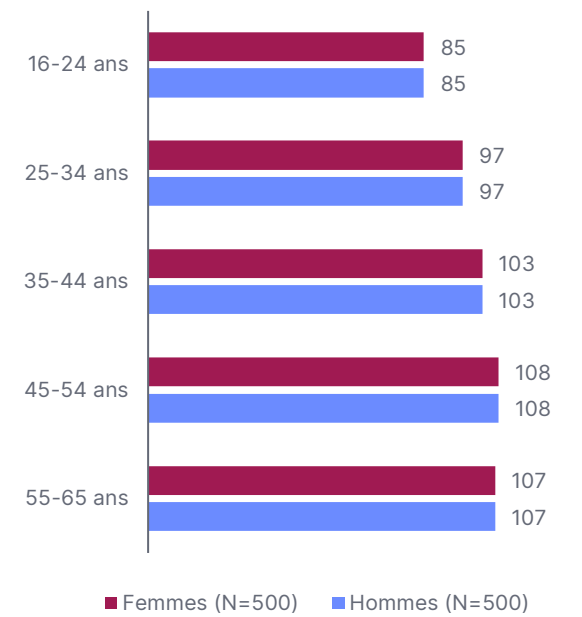
Ø Âge : 40,7 ans

Rapports 2-12 (N = 1000)



Ø Âge : 40,5 ans

Rapport 13 (N = 1000)



Ø Âge : 40,9 ans

02

Points essentiels du rapport



Points essentiels – Questions de suivi et questions additionnelles

Les informations les plus intéressantes de la semaine en un coup d'œil



Positivité toxique : Une majorité écrasante (83 %) dit réprimer ses propres émotions

- Les Français répondent-ils honnêtement à la question « **Comment allez-vous ?** » la plupart du temps ?
- **73 %** d'entre eux disent y **répondre honnêtement**, en revanche, **59 %** considèrent que **les autres ne répondent pas de manière honnête** à cette question.
- L'écrasante majorité (**84 %**) dit **réprimer** parfois, voire tout le temps **ses propres émotions**.
- De manière générale, **les jeunes semblent être les plus affectés par les réseaux sociaux** (Instagram à 40 %, TikTok à 23 %, Snapchat à 19 %).
Pour les répondants **plus âgés**, c'est **Facebook** qui semble être le réseau social poussant à la positivité.



La « pression pour la positivité » est présente dans la vie quotidienne

- La pression pour toujours être positif est particulièrement présente au **travail** et à **l'école ou l'université : un élève ou étudiant sur deux et 54 % de tous les employés** trouvent qu'ils doivent toujours être positifs dans leur vie quotidienne, même s'ils n'en ont pas vraiment envie.
- Plus le groupe de personnes est **jeune**, plus la **pression extérieure en faveur de la positivité semble être forte**. 63 % des jeunes employés entre 16 et 24 ans ressentent une pression pour être positifs au quotidien, même s'ils n'en ont pas envie.
- Dans presque toutes les situations, les membres de la **génération Z (16-24 ans) se sentent le plus sous pression**, suivis de près par les 25 à 34 ans.



Les Français souhaitent parler plus ouvertement de leurs sentiments et pensées négatives

- **72 %** des Français souhaiteraient une **communication plus ouverte** en général sur les sentiments et les pensées négatives.
- Près d'un Français sur deux (46 %) estime que **la « pression pour être positif » a augmenté** ces dernières années.
- Parmi les personnes interrogées qui se sentent sous pression au moins parfois sur les réseaux sociaux, **plus d'un Français sur trois (35 %) ressent le FOMO** (Fear Of Missing Out), **c'est-à-dire qu'il a peur de passer à côté de quelque chose**, notamment lorsqu'il s'agit d'amitiés et des relations de famille (40 %).

03

Questions additionnelles

La positivité toxique :

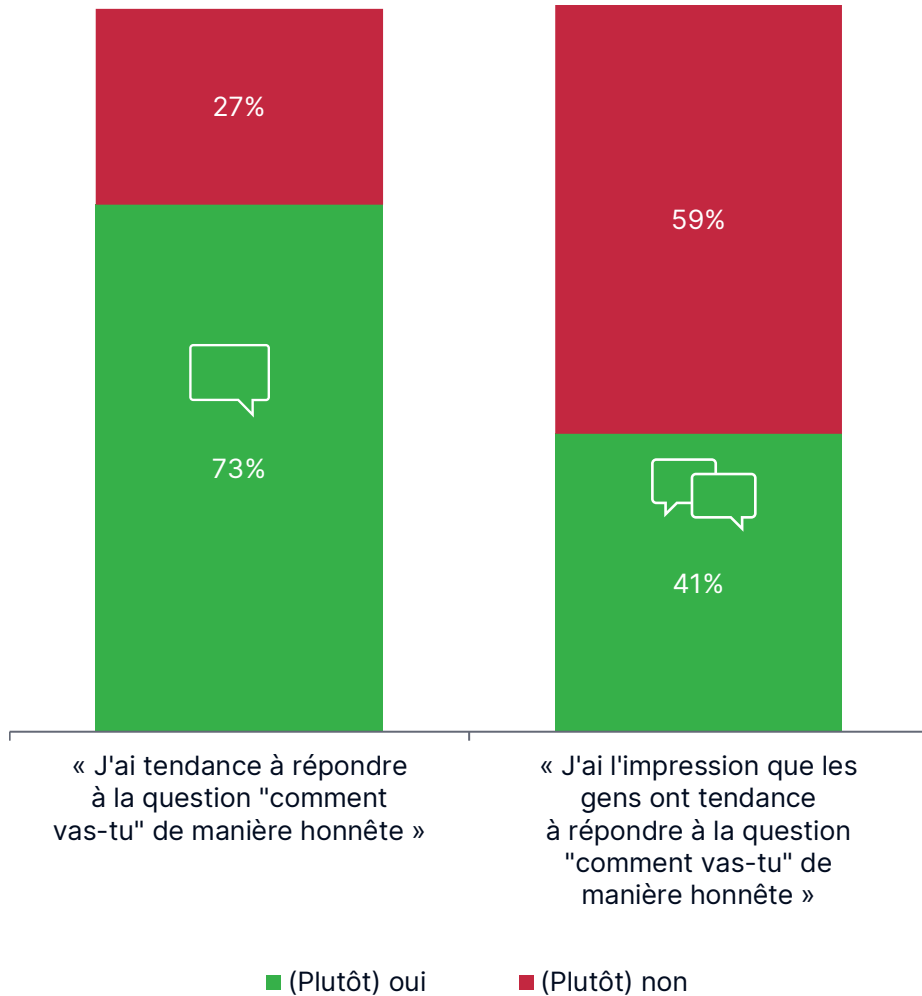
- Dans quelle mesure les Français sont-ils honnêtes avec eux-mêmes et avec les autres lorsqu'il s'agit de sentiments ?
- Quelle est la pression exercée pour être positif ? L'âge joue-t-il un rôle clé à cet égard ?
- Les réseaux sociaux : sommes-nous sous pression à cause d'eux ? Pourquoi ?



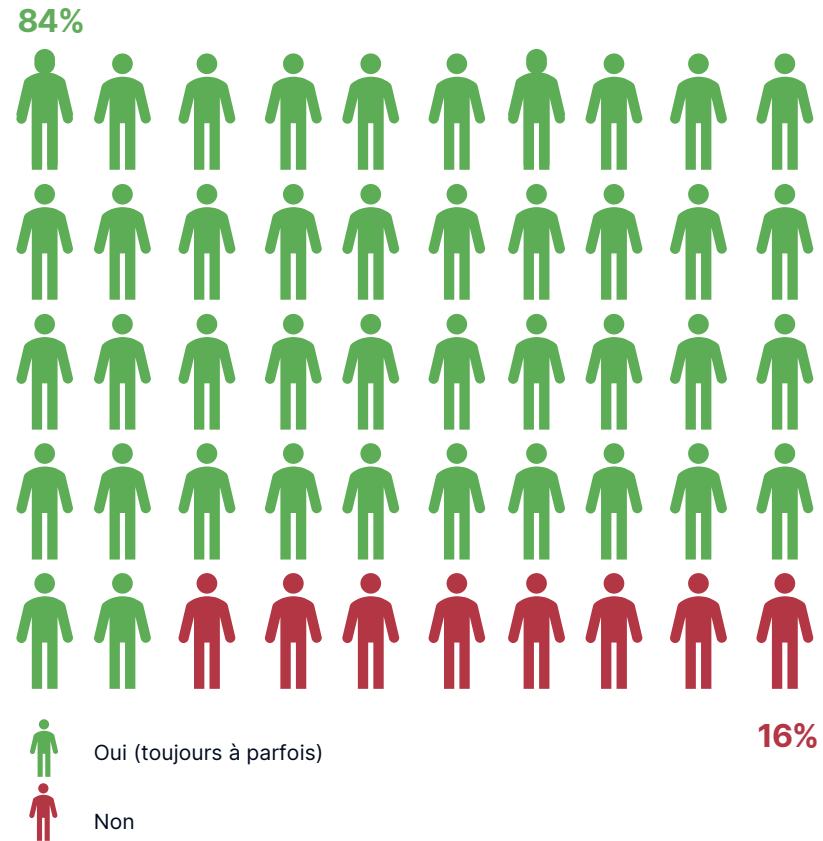
La positivité toxique

« Comment vas-tu ? »

03 Questions additionnelles



Dirais-tu que tu as tendance à **ignorer tes émotions** pour être heureux même si tu ne l'es pas vraiment ?



En général, lorsque l'on pose la question aux Français « Comment allez-vous ? », ont-ils tendance à y répondre honnêtement ?

- **73 %** d'entre eux disent y **répondre honnêtement**, en revanche, **59 %** considèrent que les **autres ne répondent pas de manière honnête** à cette question.
- L'écrasante majorité (**84 %**) dit **réprimer (au moins parfois) ses propres émotions**.

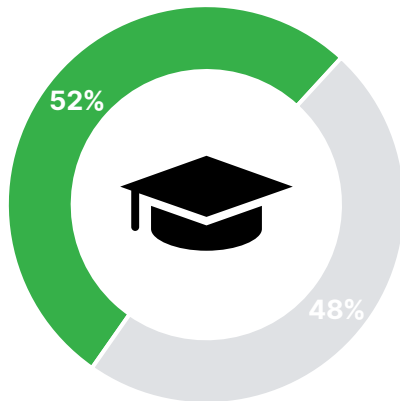
Positivité en permanence dans les situations professionnelles

Dans quelles situations les Français se sentent-ils obligés d'être positifs ?

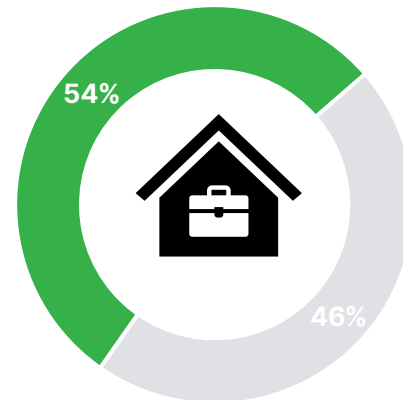
Lorsque vous pensez aux situations suivantes, vous arrive-t-il de vous sentir obligé d'être positif, même si vous n'en avez pas envie ?

Pourcentage de répondants ayant indiqué "toujours" ou "souvent".

À l'école / l'université



Au travail



- Plus de **la moitié des élèves et étudiants** (52 %) déclarent qu'ils **se sentent toujours ou souvent poussés à être positifs** à l'école ou à l'université, même s'ils ne le ressentent pas réellement.
- Au travail, **54 % de l'ensemble des employés ont le même ressenti**, et les jeunes en particulier : 63 % des jeunes employés entre 16 et 24 ans ressentent une pression pour être positifs au quotidien, et chez les 25-34 ans, ce chiffre est de 58 %.

La positivité au quotidien

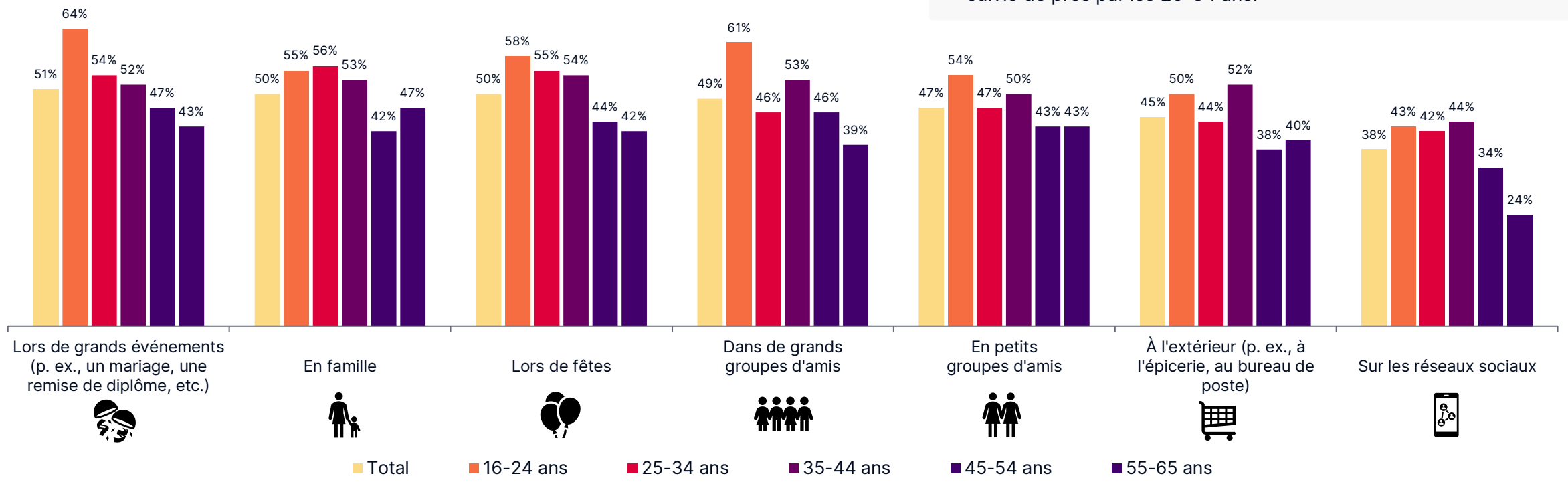
Dans quelles situations nous sentons-nous obligés d'être positifs ?

Quand tu penses aux situations suivantes, te sens-tu parfois obligé d'être positif, même si tu n'en as pas vraiment envie ?

Pourcentage de répondants ayant indiqué " toujours " ou " souvent ".

• **Plus le groupe de personnes est âgé, moins il semble y avoir de pression positive de l'extérieur.** Dans presque toutes les situations, **c'est la génération Z (16-24 ans) qui ressent le plus de pression** - suivie de près par les 25-34 ans.

03 Questions additionnelles

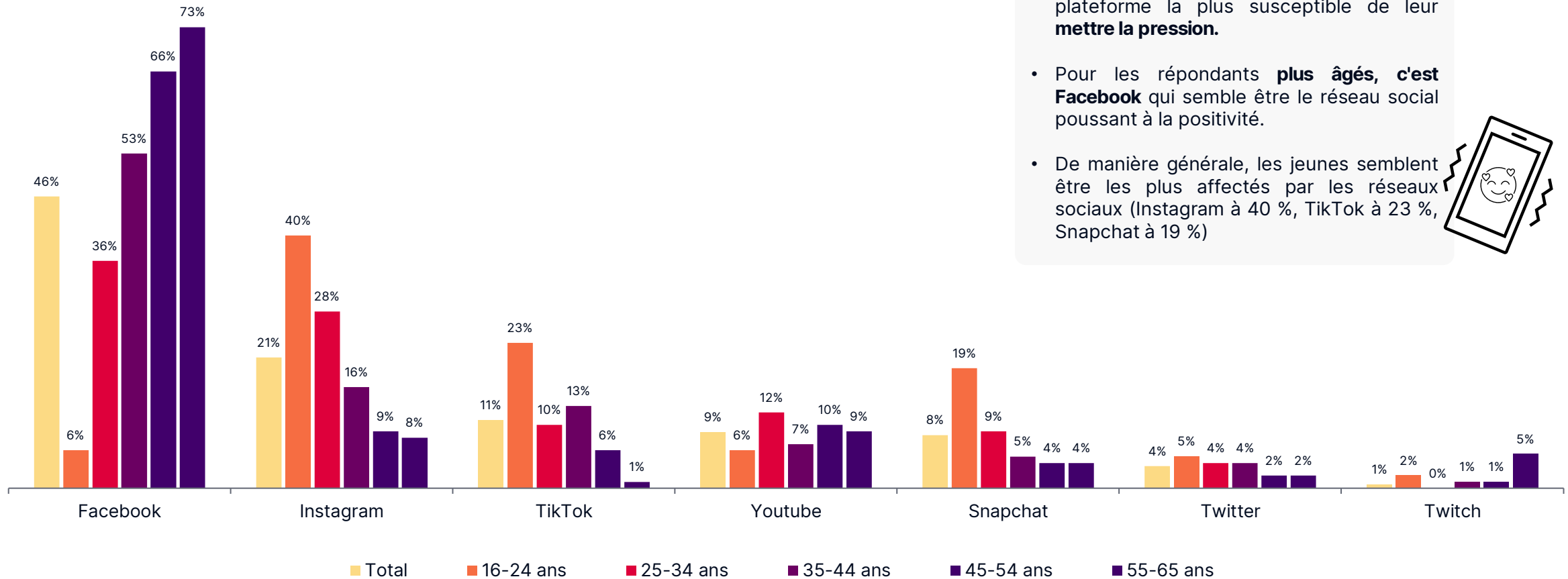


La positivité sur les réseaux sociaux

Instagram, Tiktok, Facebook & Co.

Sur quelle plateforme ressens-tu le plus de « pression pour être positif » ?
(Répondants qui se sentent sous pression sur les médias sociaux)

03 Questions additionnelles



- Ce sont sur les plateformes **Instagram et Facebook** que la plupart des Français se sentent poussés à toujours être positifs.
- Pour les **jeunes, Instagram** est clairement la plateforme la plus susceptible de leur **mettre la pression**.
- Pour les répondants **plus âgés, c'est Facebook** qui semble être le réseau social poussant à la positivité.
- De manière générale, les jeunes semblent être les plus affectés par les réseaux sociaux (Instagram à 40 %, TikTok à 23 %, Snapchat à 19 %)

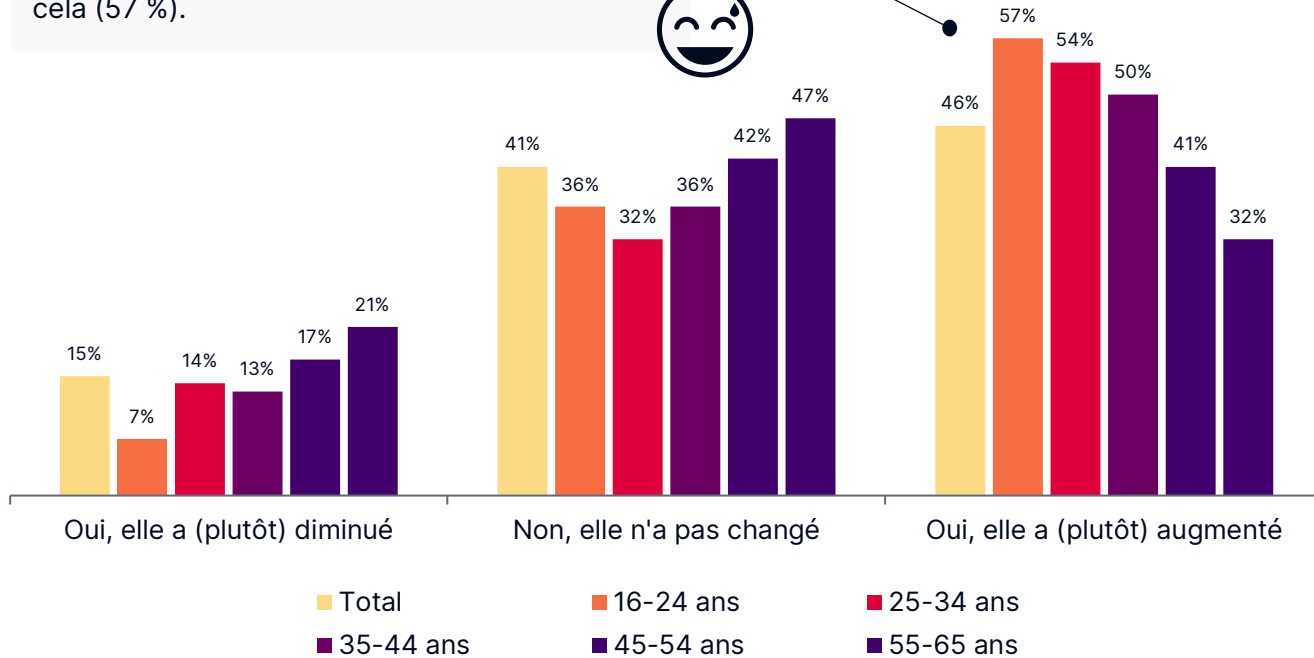


Sentiments et pensées négatifs

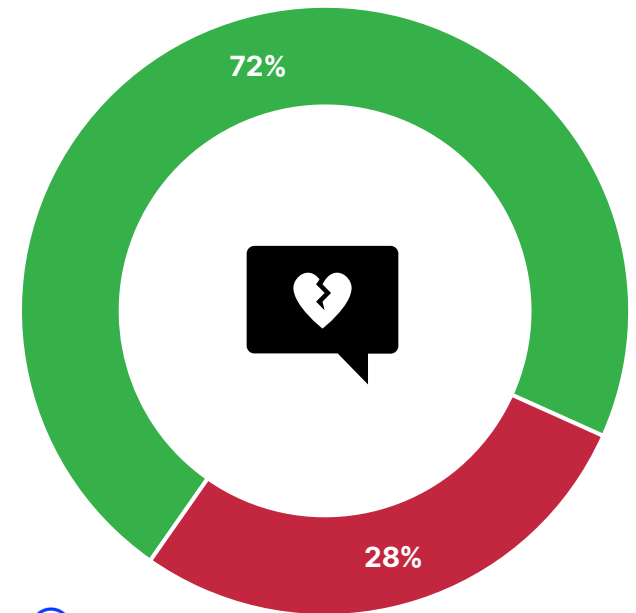
La pression a-t-elle augmenté ces dernières années ?

As-tu l'impression que la « pression pour la positivité » a changé ces dernières années ?

Près d'une **personne sur deux** en France estime que la « **pression pour la positivité** » a **augmenté** ces dernières années. Les personnes âgées de 16 à 24 ans sont celles qui ressentent le plus cela (57 %).



En général, aimerais-tu que les gens soient plus ouverts à propos de leurs sentiments et pensées négatifs ?

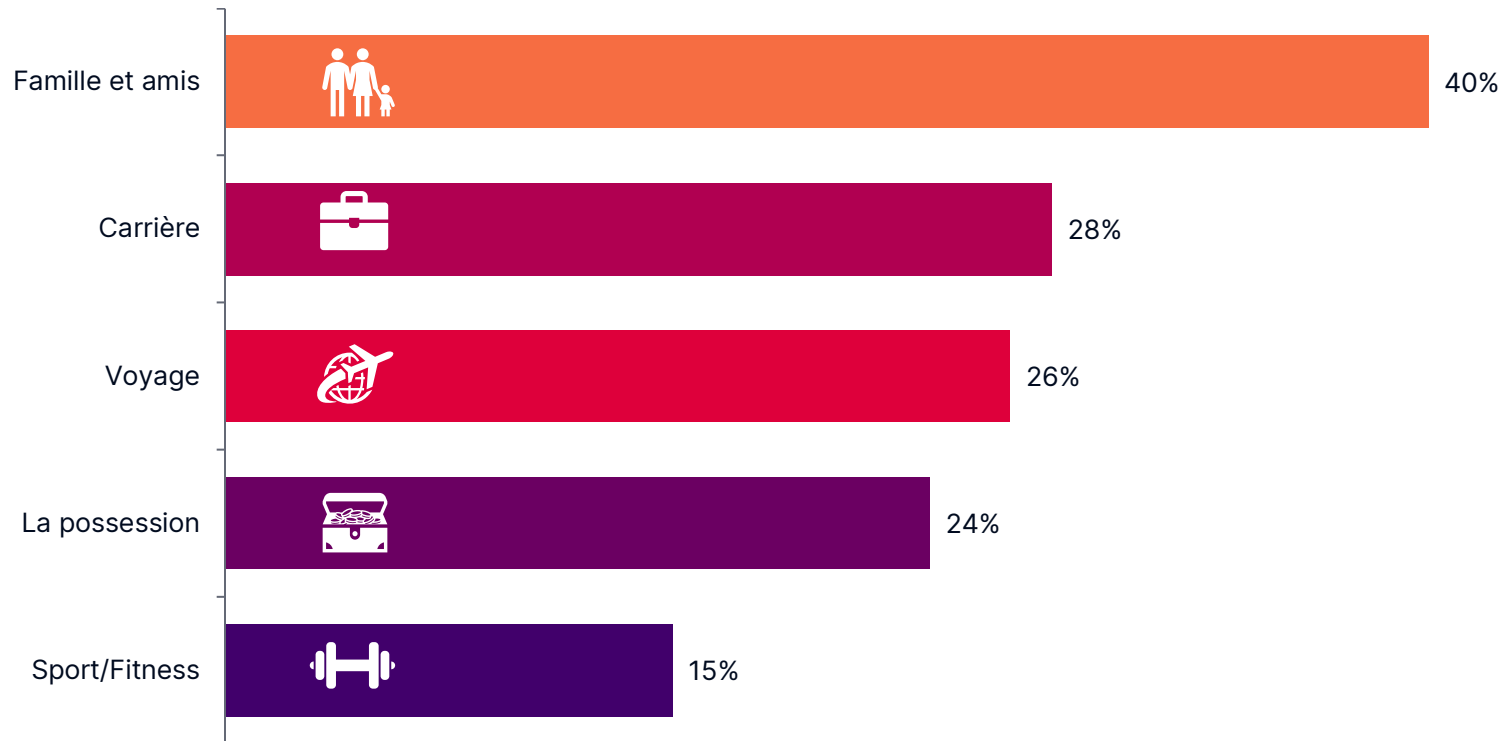


72 % des Français aimeraient voir une **discussion plus ouverte sur les sentiments et les pensées négatives** en général.

FOMO – La peur de louper des informations sur les réseaux sociaux

Où la pression pour rater quelque chose est-elle la plus forte ?

Les domaines les plus fréquemment mentionnés dans lesquels les répondants ont peur de manquer quelque chose sont les suivants :



- Parmi les personnes interrogées qui se sentent **sous pression au moins parfois** sur les réseaux sociaux, **deux Français sur cinq (40 %) ont peur de passer à côté de quelque chose** au sujet de leurs amis et famille.
- De même, **une personne sur quatre ressent le "FOMO" (Fear of Missing out) au sujet des voyages (33%)** et un peu moins d'une personne sur trois lorsqu'il s'agit **de sa carrière (28 %)**.
- En ce qui concerne les carrières, les jeunes en particulier se comparent beaucoup aux autres et considèrent qu'ils passent à côté de quelque chose : **38% des 25 à 34 ans ressentent un "FOMO de la carrière"**. En revanche, parmi les 45-54 ans, seuls 28 % pensent ainsi.

04

Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Sentiments, problèmes et inquiétudes

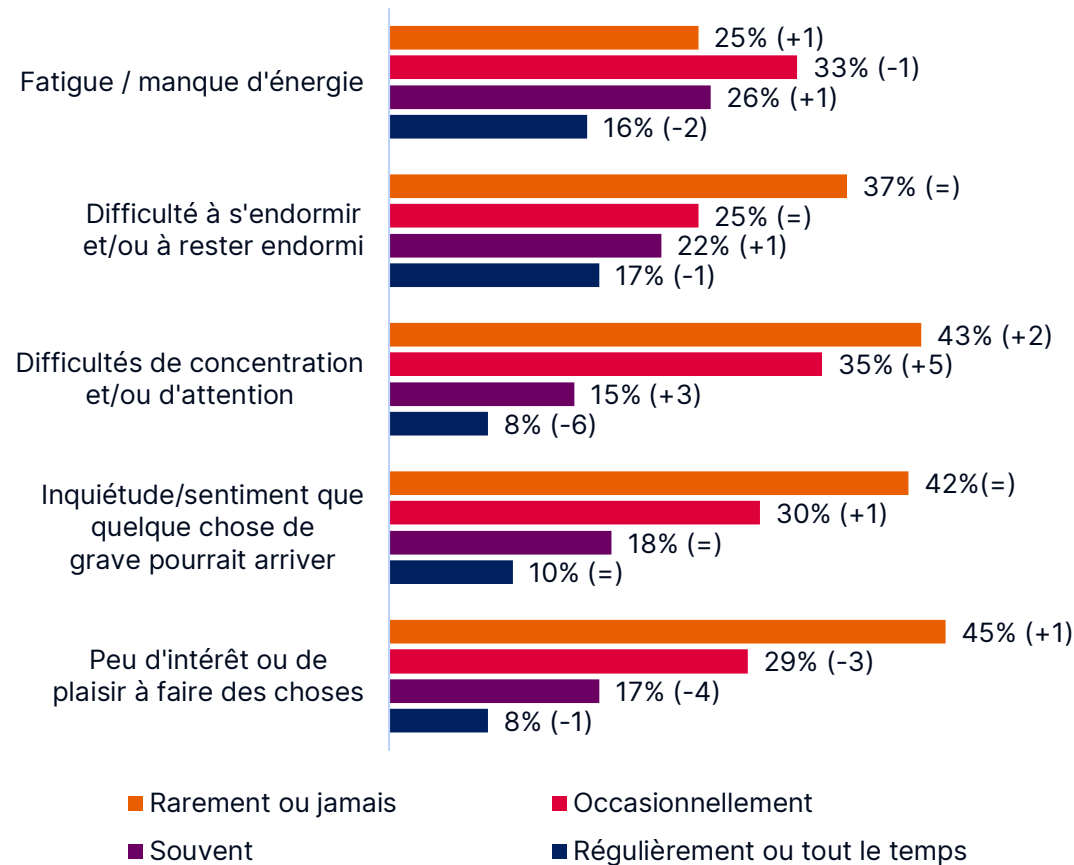


Comment se sentent les Français ?

Échantillon total

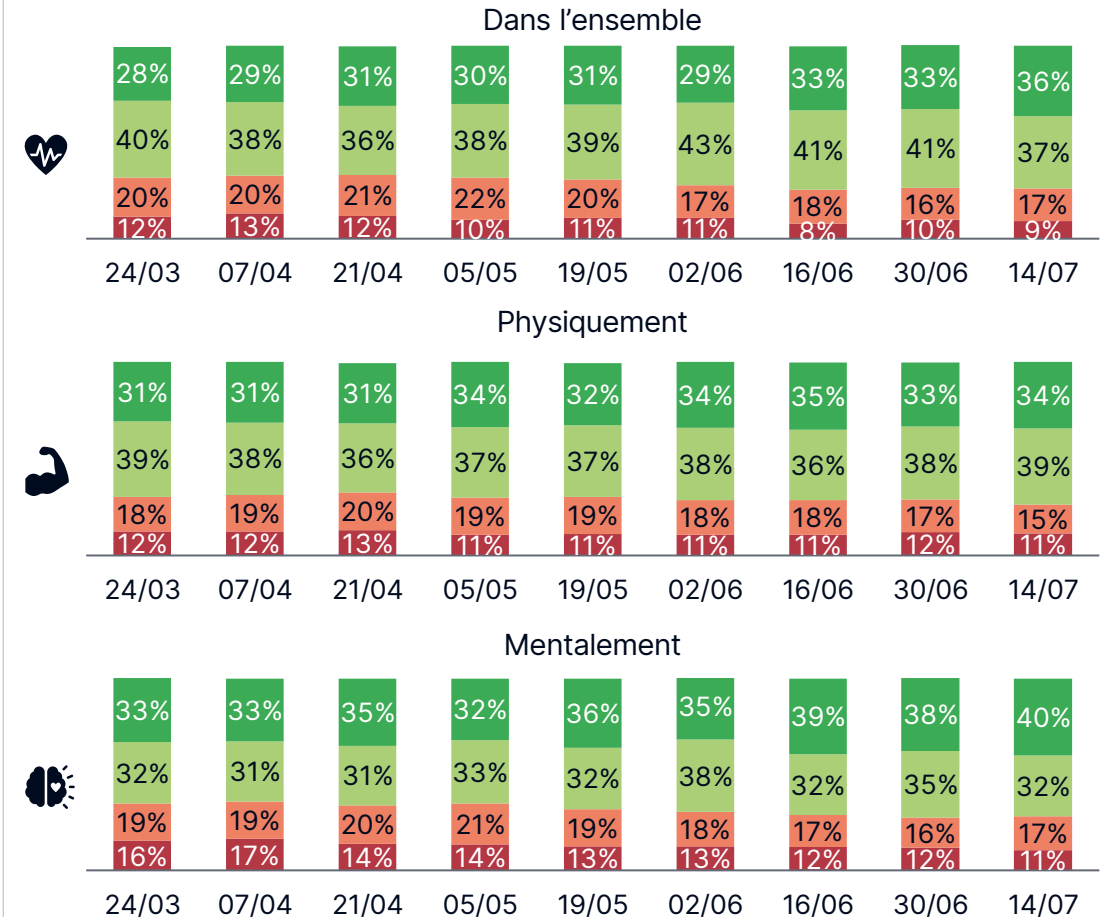
À quelle fréquence as-tu ressenti les émotions/symptômes suivants au cours de la semaine passée / des deux dernières semaines ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



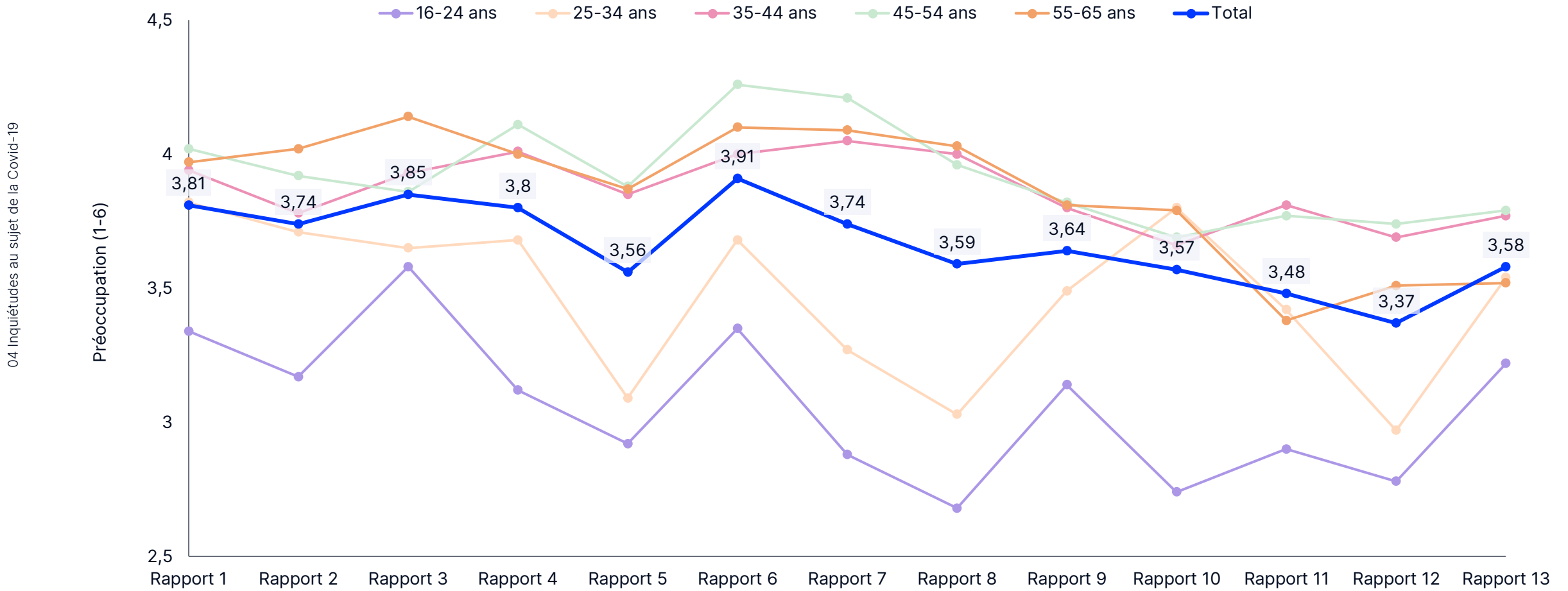
Comment te sens-tu ?

■ Pas bien (du tout) ■ Plutôt pas bien ■ Plutôt bien ■ (Très) bien



Les Français sont-ils préoccupés par leur santé ?

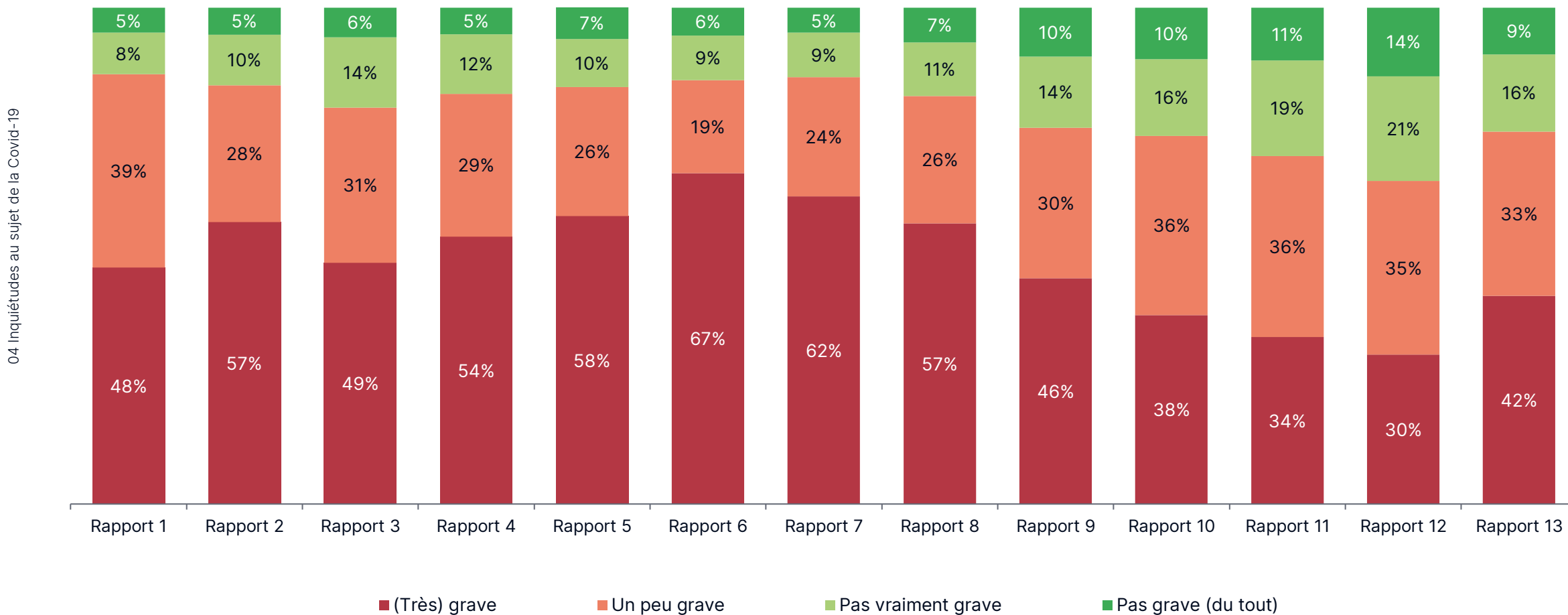
Échantillon total



Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

Échantillon total

Comment évalues-tu la situation actuelle de la pandémie du coronavirus en France ?



Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

Échantillon total

En ce moment, dans quelle mesure es-tu satisfait des domaines suivants de ta vie ?

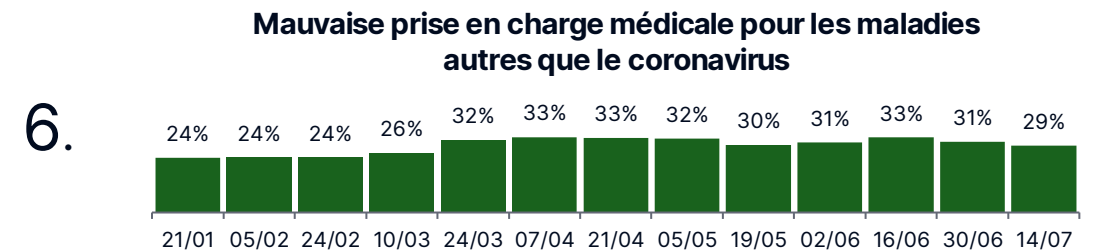
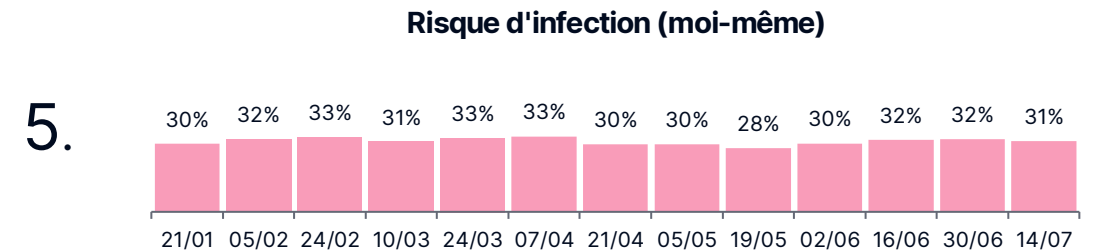
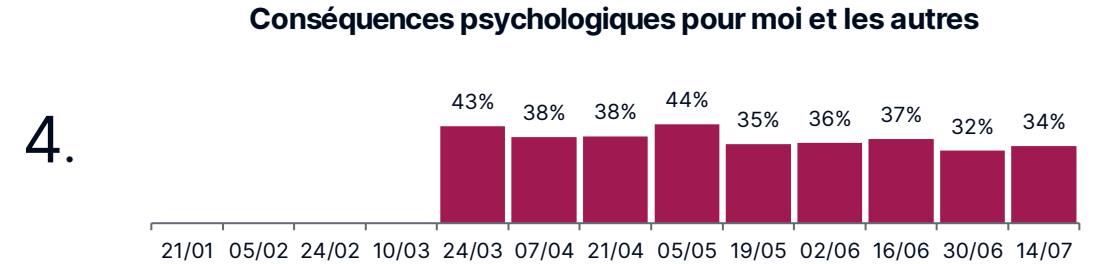
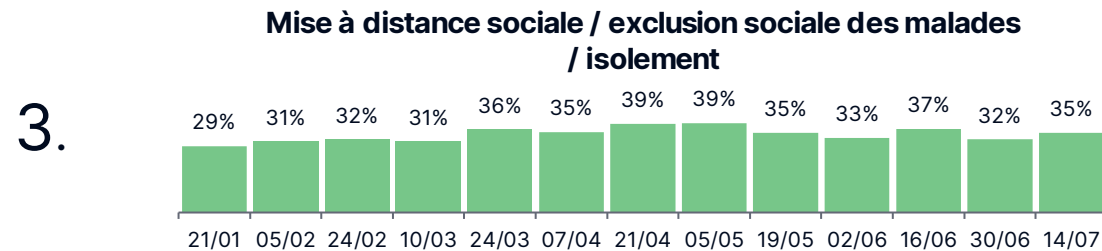
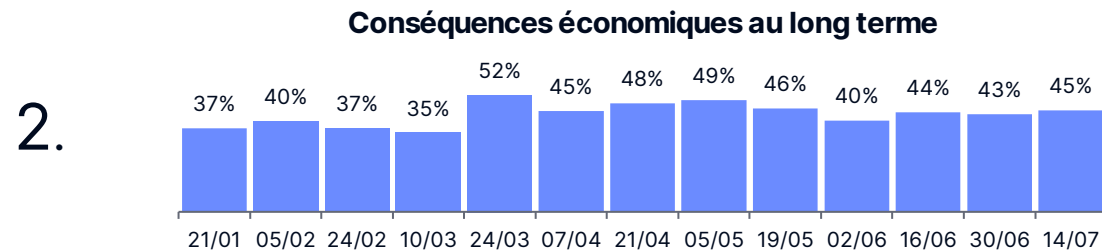
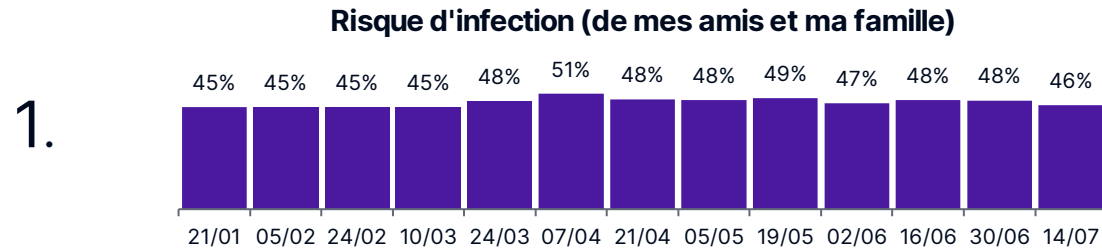
(1 = Pas du tout satisfait // 6 = Très satisfait)

Rang	Domaines	Moyenne (24/03)	Moyenne (07/04)	Moyenne (21/04)	Moyenne (05/05)	Moyenne (19/05)	Moyenne (02/06)	Moyenne (16/06)	Moyenne (30/06)	Moyenne (14/07)
1	Nutrition/alimentation	4	3,9	4	3,9	4	4	4	4	4
2	Liberté de mouvement / mobilité	3	3	2,9	2,8	3,1	3,4	3,7	3,9	3,9
3	Sécurité	3,7	3,6	3,7	3,6	3,7	3,7	3,9	3,9	3,9
4	Vie sociale	3,2	3,2	3,3	3,2	3,4	3,6	3,8	3,7	3,9
5	Éducation/travail	3,6	3,6	3,5	3,6	3,7	3,7	3,8	3,8	3,9
6	Relations / rendez-vous amoureux	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7	3,8	3,8	3,8
7	Divertissement	3,2	3,2	3,2	3,2	3,3	3,5	3,7	3,8	3,8
8	Vacances/voyages	2,5	2,6	2,4	2,5	2,7	3	3,3	3,4	3,4

Quelles sont les principales préoccupations des Français en lien avec le coronavirus ? (1/2)

Échantillon total - Triées par fréquence

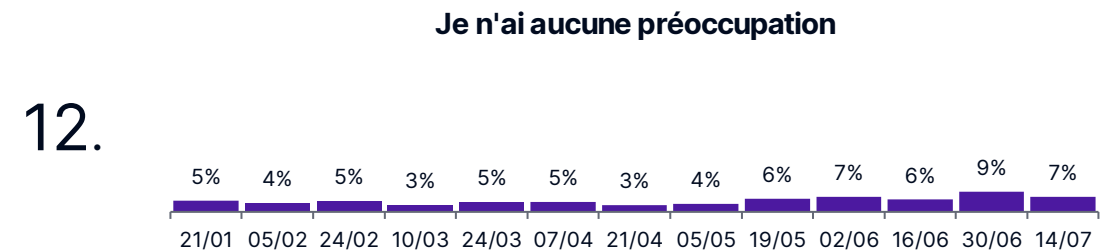
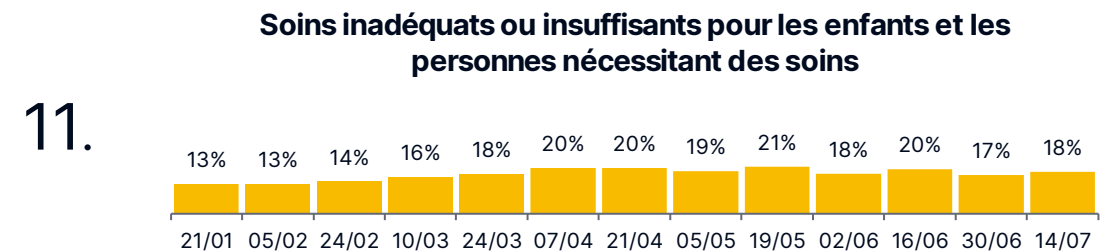
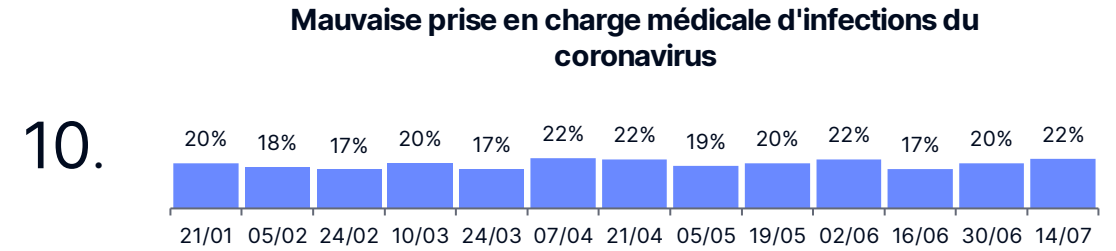
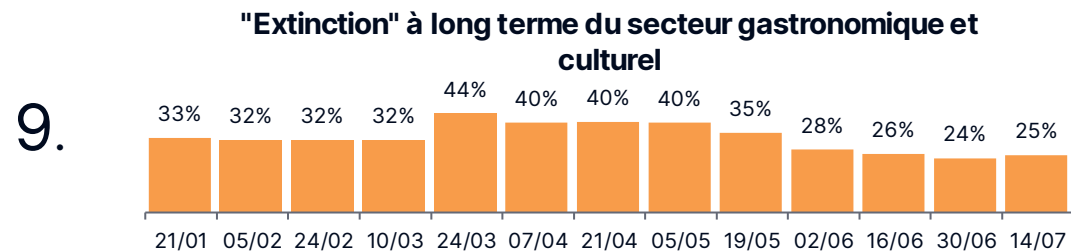
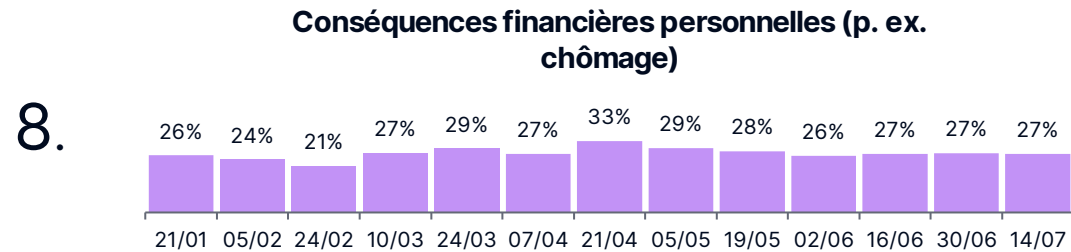
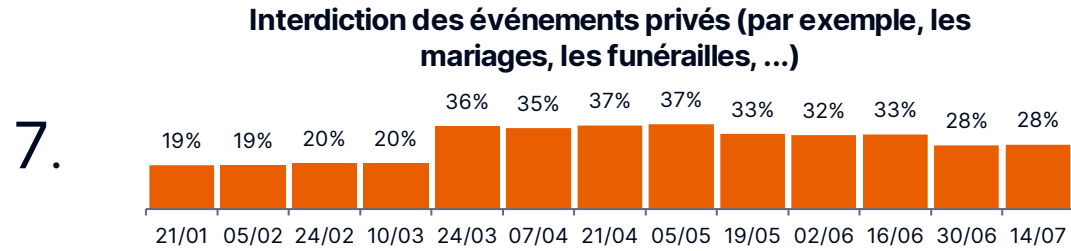
04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



Quelles sont les principales préoccupations des Français en lien avec le coronavirus ? (2/2)

Échantillon total - Triées par fréquence

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



05

Retour à la vie normale

Progrès de la vaccination et vie quotidienne (professionnelle)



Volonté de se faire vacciner et progrès en matière de vaccination

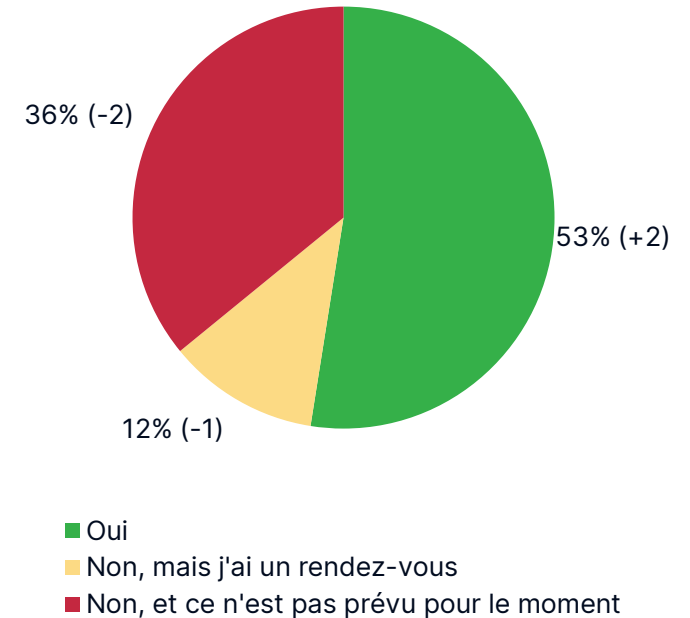
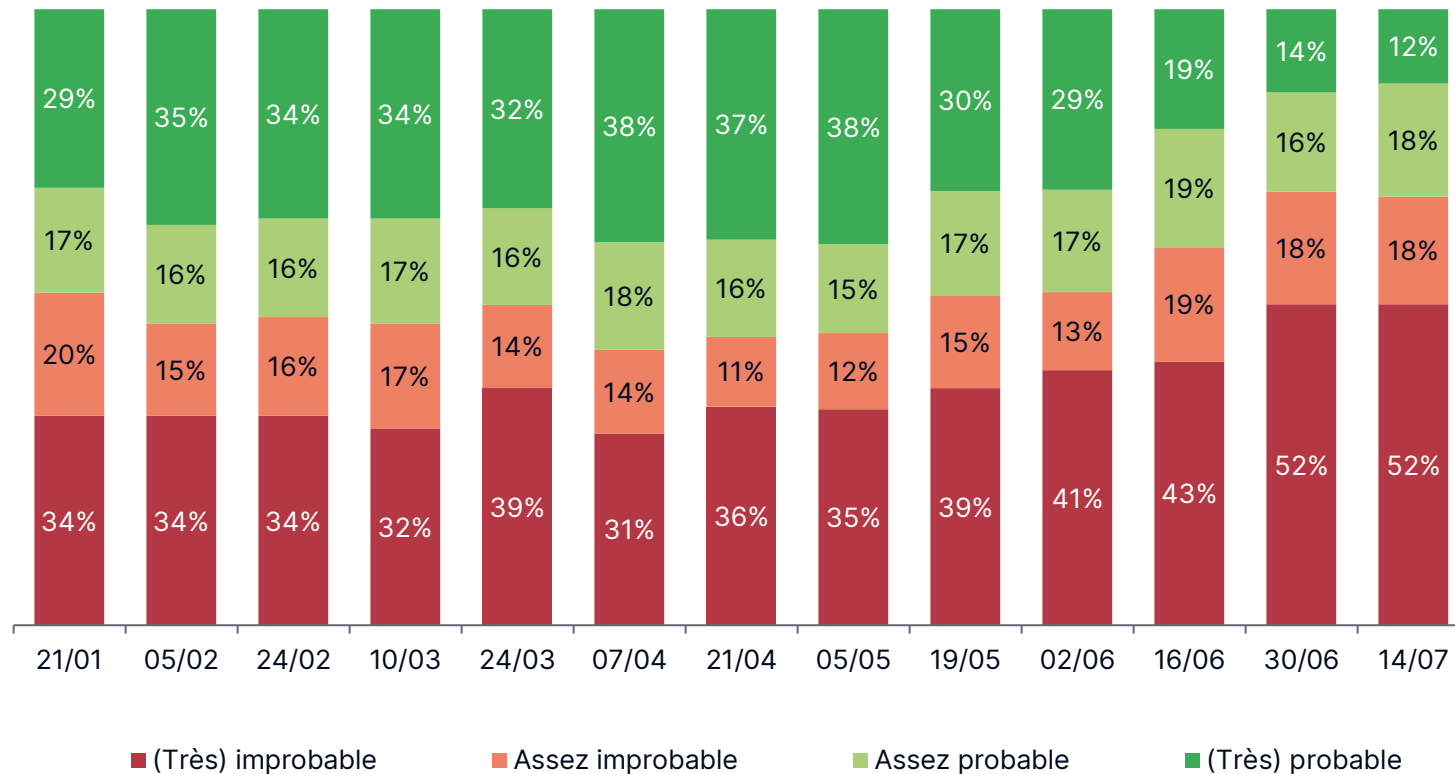
Échantillon total

La vaccination contre le coronavirus est maintenant possible. Quelle est la probabilité que tu te fasses vacciner dès que tu en auras l'occasion ?

As-tu déjà été vacciné contre le coronavirus ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)

05 Retour à la vie normale



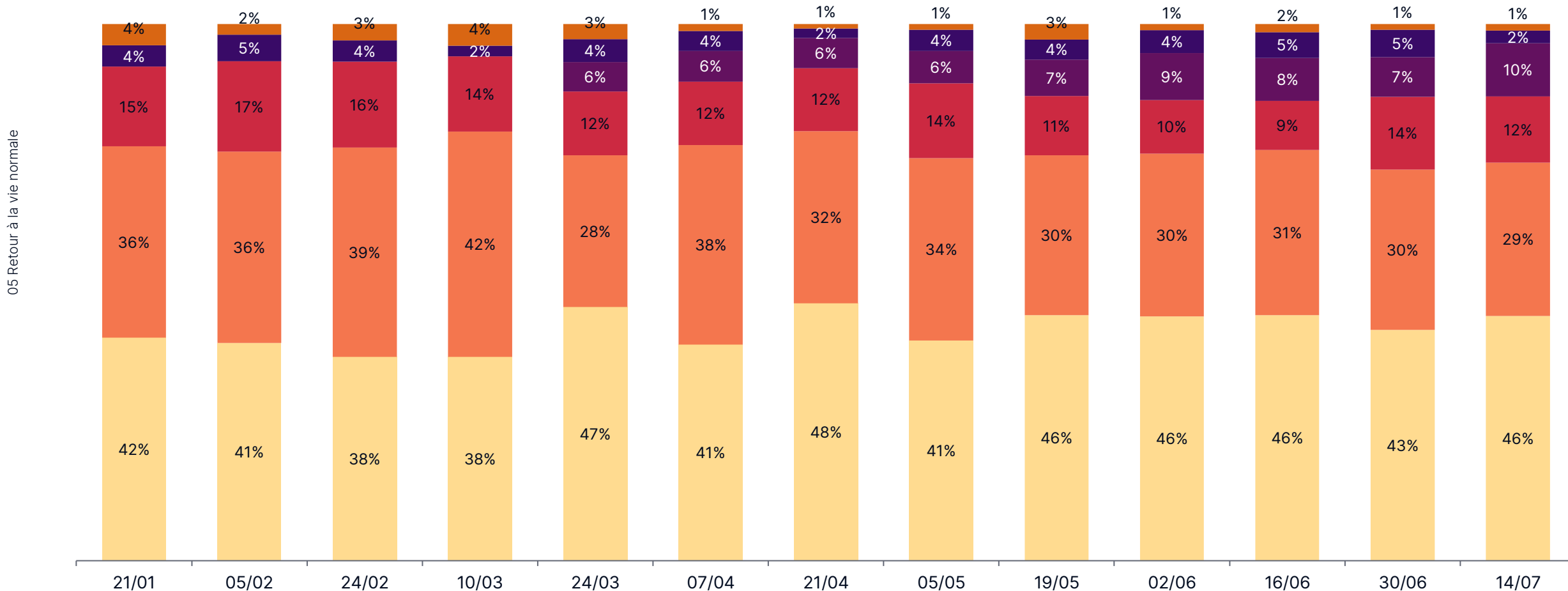
Raisons contre la vaccination

Répondants qui ne seraient (plutôt) pas susceptibles de se faire vacciner

Pourquoi ne te ferais-tu pas vacciner contre le coronavirus si tu en avais l'occasion ?

(plusieurs réponses possibles)

- J'ai des doutes quant à la sécurité de cette vaccination
- Je ne suis pas convaincu de l'efficacité de ce vaccin en particulier
- Je suis généralement réticent ou peu disposé à me faire vacciner
- Je pense que la Covid-19 et/ou la vaccination sont un canular
- Autre raison
- Je suis inquiet quant à l'idée de consulter un médecin



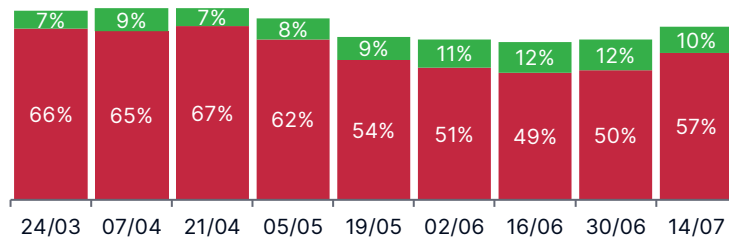
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

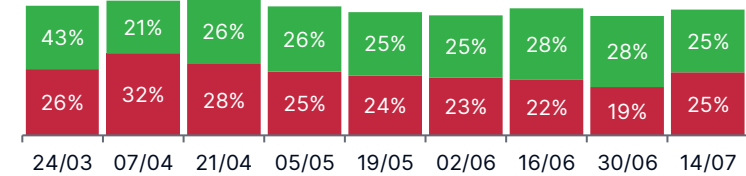
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

S'il n'y a actuellement pas de restrictions, dit nous dans quelle mesure les activités suivantes sont sûres. ■ (Très) sûr ■ Pas sûr (du tout)

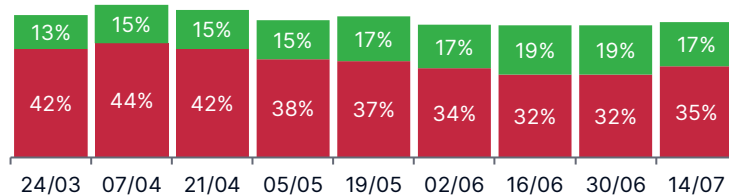
Se rendre à des grands événements (plus de 1000 personnes)



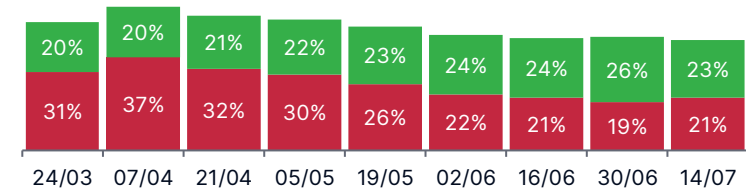
Aller au musée



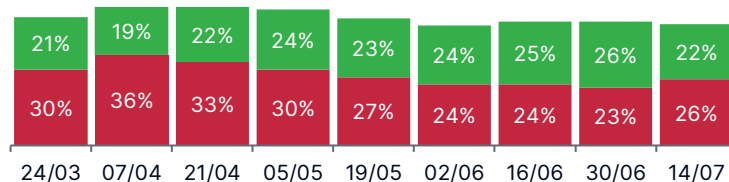
Aller à la salle de sport



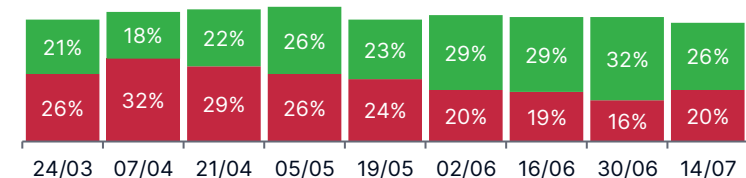
Aller au restaurant/bar



Aller au cinéma



Faire des (courts) voyages le week-end



05 Retour à la vie normale

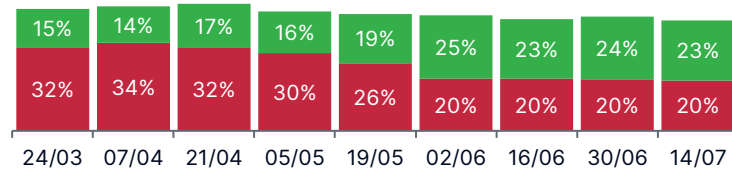
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

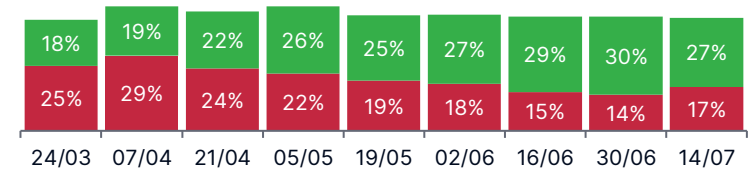
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

S'il n'y a actuellement pas de restrictions, dit nous dans quelle mesure les activités suivantes sont sûres. ■ (Très) sûr ■ Pas sûr (du tout)

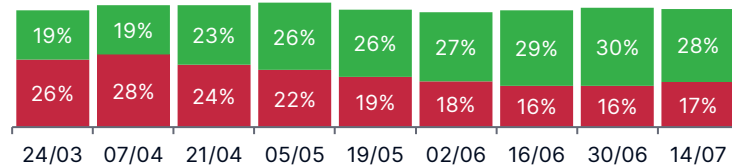
Aller dans un centre commercial



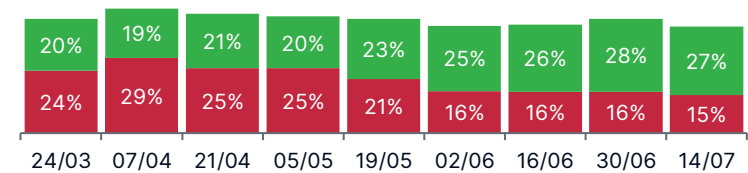
Rendre visite à un groupe d'amis (plus de 4 personnes)



Aller au bureau



Aller au supermarché

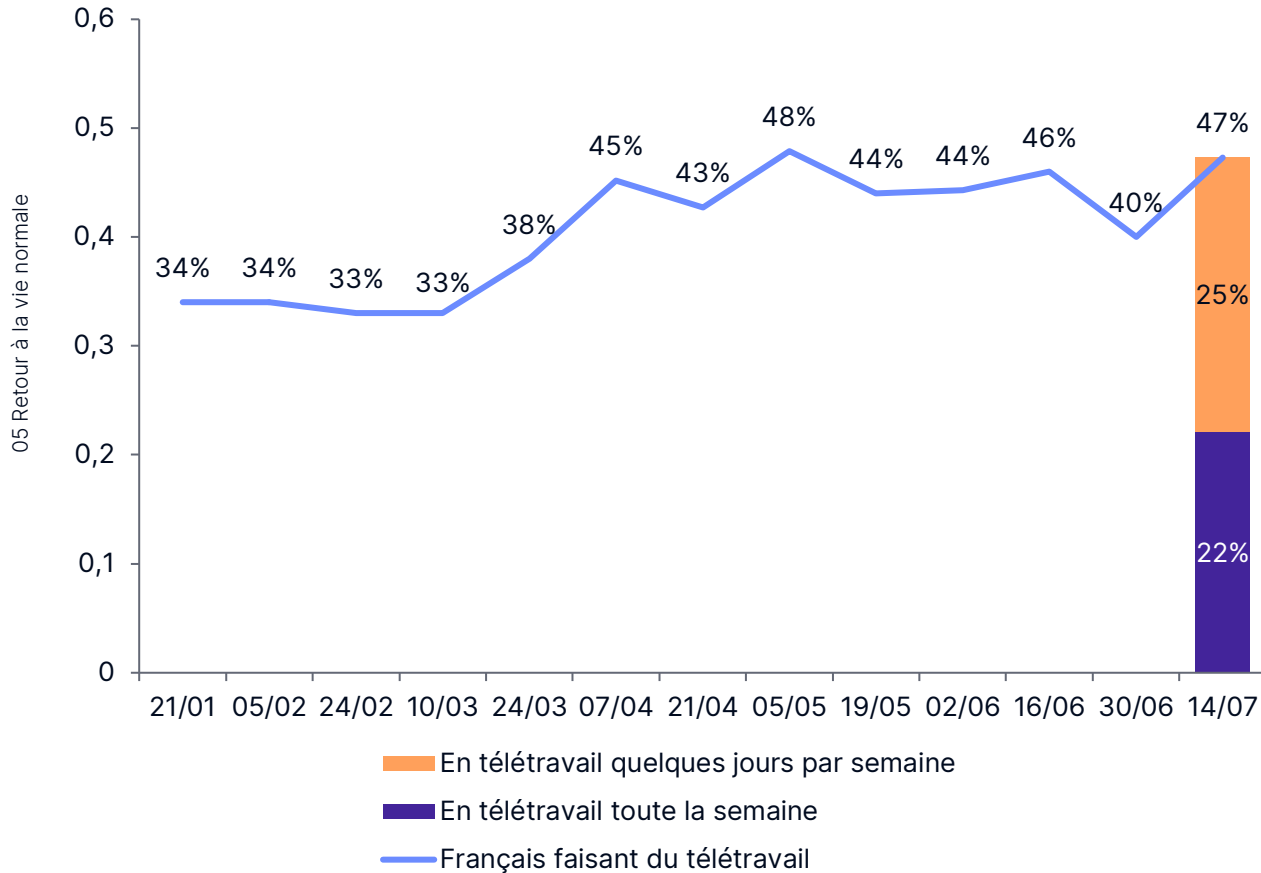


05 Retour à la vie normale

Combien de Français télétravaillent ?

Actuellement : **40 % des employés**

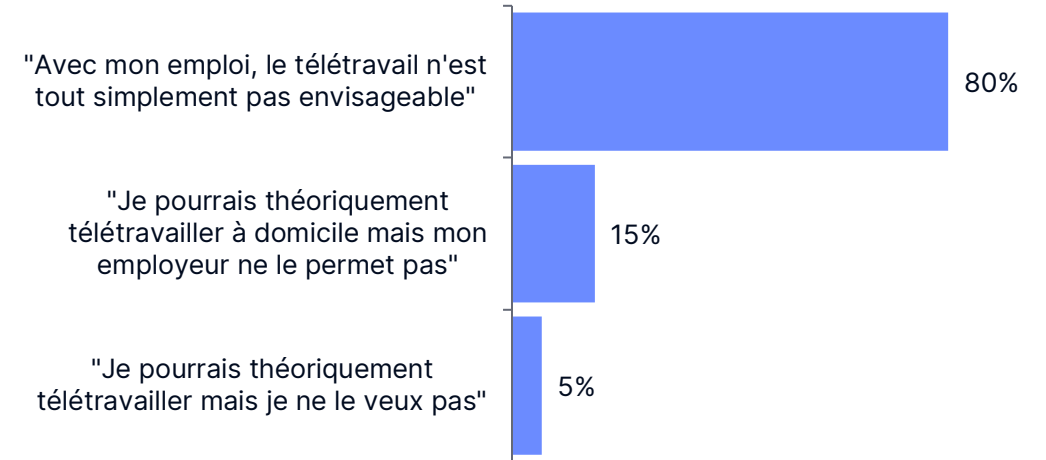
Courbe des employés faisant du télétravail, et fréquence



Combien de Français ne télétravaillent pas ?

Actuellement : **53 % des employés**

Les 3 principales raisons pour lesquelles les employés ne télétravaillent pas :

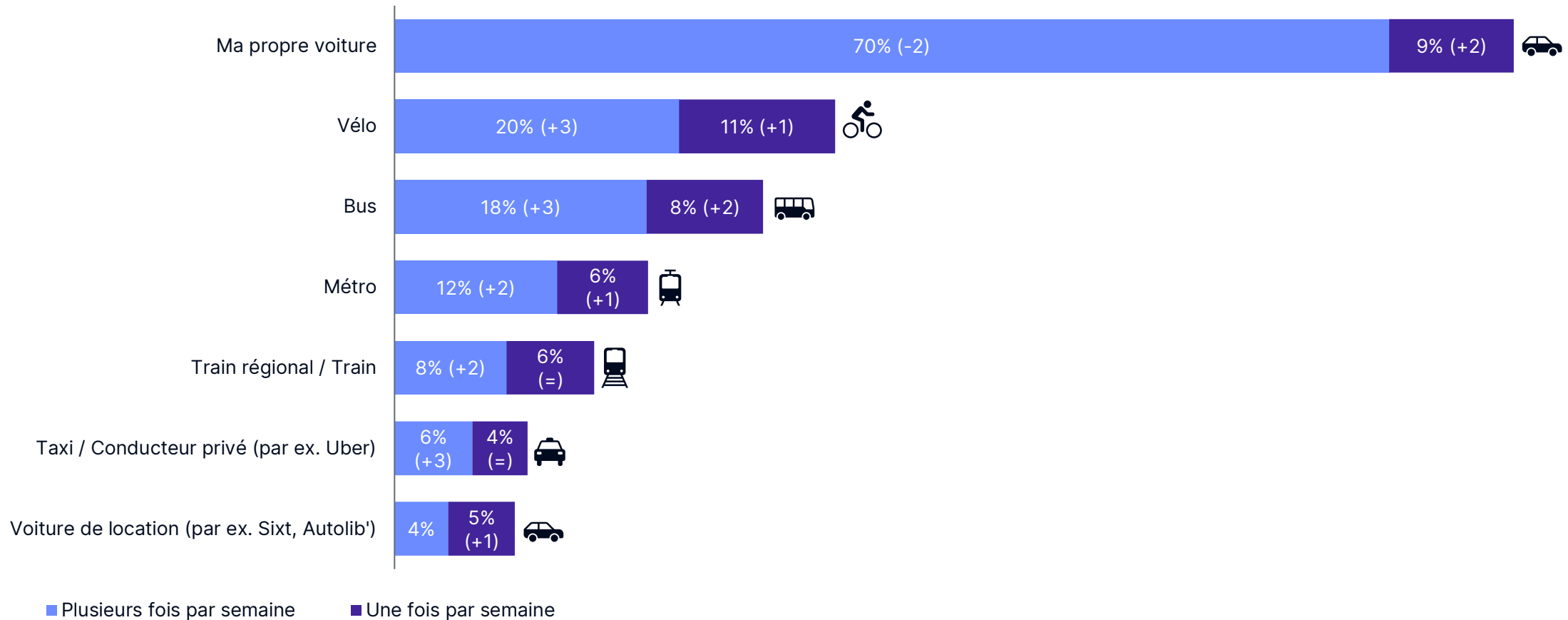


Moyens de transport et services de mobilité dans la vie quotidienne

Échantillon total

Combien de fois as-tu utilisé les services de transport/mobilité suivants au cours des 2 dernières semaines ?








(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



05 Retour à la vie normale

Quels modes de transport sont perçus comme étant les plus dangereux ?

Échantillon total

		05 février	24 février	10 mars	24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai	2 juin	16 juin	30 juin	14 juillet
Rang	Mode de transport	Rapport 2 Bottom 2	Rapport 3 Bottom 2	Rapport 4 Bottom 2	Rapport 5 Bottom 2	Rapport 6 Bottom 2	Rapport 7 Bottom 2	Rapport 8 Bottom 2	Rapport 9 Bottom 2	Rapport 10 Bottom 2	Rapport 11 Bottom 2	Rapport 12 Bottom 2	Rapport 13 Bottom 2
1	 Métro	68 %	61 %	66 %	57 %	61 %	59 %	57 %	51 %	44 %	46 %	44 %	43 %
2	 Bus	55 %	50 %	53 %	42 %	48 %	43 %	41 %	36 %	32 %	33 %	30 %	31 %
3	 Avion	48 %	43 %	45 %	37 %	40 %	35 %	35 %	31 %	31 %	28 %	28 %	28 %
4	 Train régional / train	48 %	41 %	44 %	39 %	41 %	37 %	35 %	31 %	29 %	26 %	26 %	26 %
5	 Bateau/ferry	36 %	34 %	34 %	33 %	37 %	32 %	32 %	26 %	28 %	24 %	25 %	26 %
6	 Taxi / Conducteur privé (p. ex. Uber)	29 %	27 %	25 %	20 %	23 %	21 %	19 %	17 %	18 %	16 %	16 %	17 %
7	 Voiture de location (p. ex. Sixt, Autolib')	Information non demandée			16 %	20 %	17 %	15 %	15 %	14 %	13 %	12 %	15 %

06

Comportement d'achat







Quelles catégories de produits sont actuellement achetées le plus fréquemment ou le moins fréquemment ? Qu'est-ce qui est acheté en ligne et qu'est-ce qui est acheté hors ligne ?



As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

Échantillon total







06 Comportement d'achat

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai	02 juin	16 juin	30 juin	14 juillet	
1		Nourriture/Épicerie	93 %	91 %	92 %	91 %	88 %	89%	92%	90 %	89% (-1)	
		En ligne	9 %	11 %	12 %	12 %	10 %	10 %	10 %	10 %	9 %	11%
		En magasin	71 %	70 %	69 %	69 %	68 %	69 %	70 %	70 %	71 %	67%
2		Boissons non alcoolisées	78 %	74 %	78 %	77 %	75 %	74 %	80 %	77 %	76% (-1)	
		En ligne	8 %	7 %	9 %	9 %	10 %	8 %	9 %	9 %	7 %	9%
		En magasin	63 %	61 %	62 %	62 %	60 %	60 %	62 %	62 %	63 %	60%
3		Produits de soins personnels / d'hygiène	68 %	69 %	74 %	74 %	70 %	68 %	73 %	70 %	70% (=)	
		En ligne	11 %	13 %	14 %	14 %	15 %	13 %	15 %	15 %	11 %	14%
		En magasin	51 %	50 %	54 %	54 %	48 %	48 %	51 %	51 %	52 %	47%
4		Vêtements	43 %	49 %	46 %	43 %	47 %	54 %	63 %	56 %	63% (+7)	
		En ligne	20 %	24 %	29 %	29 %	33 %	23 %	26 %	23 %	23 %	25%
		En magasin	17 %	18 %	11 %	11 %	9 %	21 %	28 %	28 %	25 %	28%
5		Médicaments	50 %	55 %	56 %	54 %	55 %	53 %	54 %	56 %	54% (-2)	
		En ligne	3 %	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %	6 %	6 %	6%
		En magasin	44 %	46 %	46 %	46 %	46 %	45 %	45 %	45 %	47 %	43%
6		Boissons alcoolisées	50 %	50 %	52 %	53 %	47 %	48%	56%	57 %	52% (-5)	
		En ligne	5 %	6 %	8 %	8 %	6 %	6 %	6 %	7 %	6 %	7%
		En magasin	41 %	38 %	41 %	41 %	38 %	38 %	38 %	45 %	44 %	41%

As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

Échantillon total






06 Comportement d'achat

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai	02 juin	16 juin	30 juin	14 juillet
7		Chaussures	26 %	35 %	31 %	29 %	35 %	38 %	46 %	43 %	46% (+3)
		En ligne	10 %	16 %	18 %	18 %	22 %	17 %	18 %	16 %	17%
		En magasin	13 %	14 %	10 %	10 %	9 %	16 %	22 %	22 %	22%
8		Produits de beauté / maquillage	34 %	40 %	40 %	36 %	39 %	41 %	41 %	40 %	44% (+4)
		En ligne	11 %	14 %	15 %	15 %	14 %	12 %	14 %	12 %	13%
		En magasin	19 %	21 %	21 %	21 %	22 %	24 %	22 %	23 %	25%
9		Livres/magazines	35 %	39 %	37 %	37 %	37 %	40 %	43 %	39 %	40% (+1)
		En ligne	12 %	14 %	13 %	13 %	15 %	13 %	15 %	13 %	13%
		En magasin	18 %	21 %	20 %	20 %	18 %	21 %	23 %	21 %	22%
10		Divertissement (enfants, jeux de société)	21 %	25 %	26 %	26 %	29 %	33 %	36 %	27 %	36% (+9)
		En ligne	11 %	13 %	14 %	14 %	15 %	16 %	15 %	10 %	14%
		En magasin	7 %	9 %	8 %	8 %	11 %	11 %	16 %	14 %	16%
11		Objets de décoration / bibelots	22 %	27 %	23 %	19 %	23 %	31 %	28 %	26 %	30% (+4)
		En ligne	8 %	8 %	9 %	9 %	10 %	10 %	11 %	7 %	10%
		En magasin	11 %	14 %	10 %	10 %	9 %	15 %	14 %	14 %	16%
12		Équipement électrique / électronique	18 %	25 %	21 %	22 %	23 %	25 %	25 %	24 %	28% (+4)
		En ligne	8 %	12 %	10 %	10 %	12 %	11 %	10 %	10 %	12%
		En magasin	8 %	9 %	8 %	8 %	8 %	9 %	11 %	10 %	10%

As-tu acheté les produits suivants au cours de la semaine passée ? (en ligne et/ou en magasin)

Échantillon total

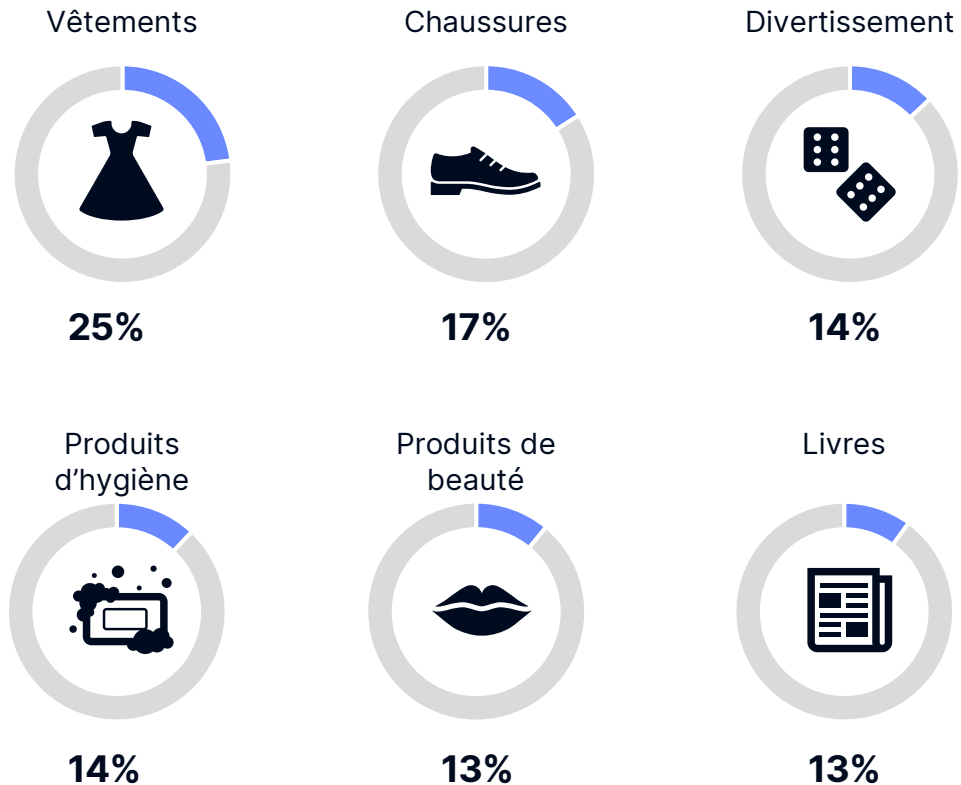
06 Comportement d'achat

Rang	Catégorie de produits		24 mars	07 avril	21 avril	05 mai	19 mai	02 juin	16 juin	30 juin	14 juillet
13		Vaisselle/équipement de cuisine	17 %	24 %	20 %	19 %	21 %	24%	25%	24 %	27% (+3)
		En ligne	6 %	7 %	6 %	6 %	6 %	8 %	6 %	7 %	7%
		En magasin	10 %	14 %	12 %	12 %	12 %	12 %	16 %	15 %	16%
15		Matériel de sport/fitness	13 %	21 %	18 %	17 %	19 %	23 %	23 %	21 %	27% (+6)
		En ligne	6 %	9 %	8 %	8 %	11 %	10 %	9 %	7 %	7%
		En magasin	5 %	9 %	8 %	8 %	6 %	9 %	11 %	10 %	16%
17		Bijoux	12 %	18 %	17 %	14 %	18 %	22 %	22 %	19 %	26% (+7)
		En ligne	6 %	8 %	8 %	8 %	10 %	9 %	10 %	7 %	10%
		En magasin	5 %	7 %	7 %	7 %	6 %	9 %	10 %	9 %	12%
16		Meubles	14 %	20 %	18 %	15 %	19 %	22 %	23 %	20 %	24% (+4)
		En ligne	6 %	9 %	9 %	9 %	10 %	9 %	9 %	7 %	9%
		En magasin	5 %	8 %	6 %	6 %	8 %	10 %	11 %	10 %	11%
14		Appareils ménagers	18 %	24 %	21 %	20 %	21 %	24 %	24 %	23 %	18% (-5)
		En ligne	6 %	11 %	9 %	9 %	10 %	10 %	10 %	9 %	11%
		En magasin	9 %	10 %	9 %	9 %	9 %	11 %	12 %	11 %	13%

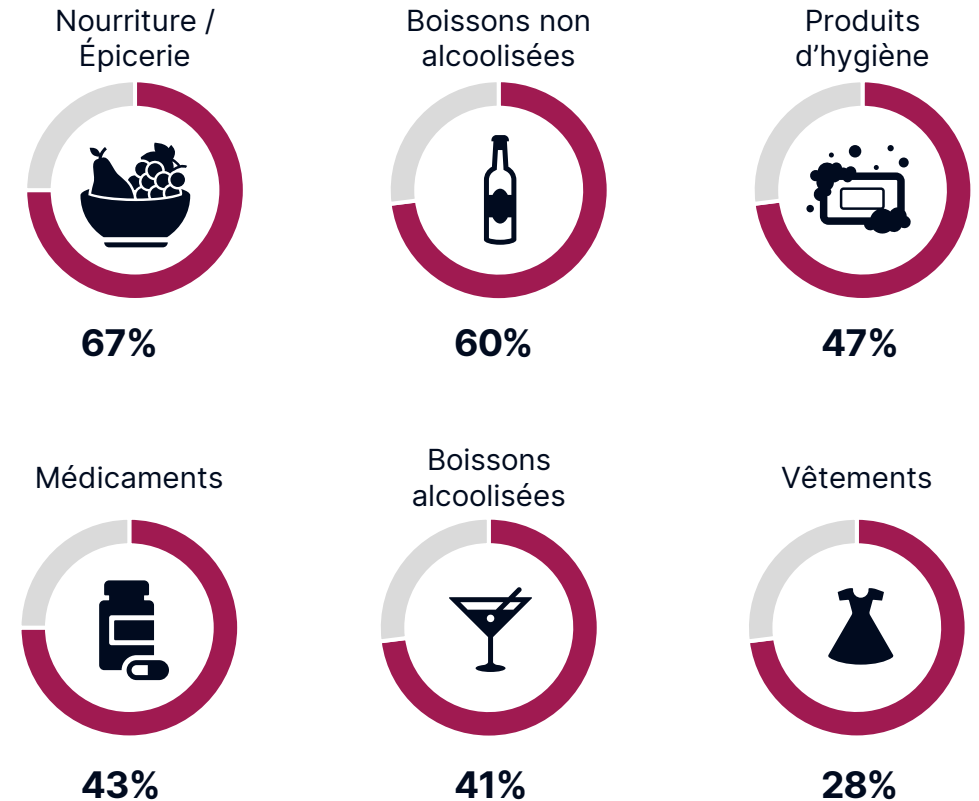
Gros plan sur les achats en ligne et hors ligne

Échantillon total

Top 6 : Produits achetés **en ligne** la semaine dernière



Top 6 : Produits achetés **hors ligne** la semaine dernière

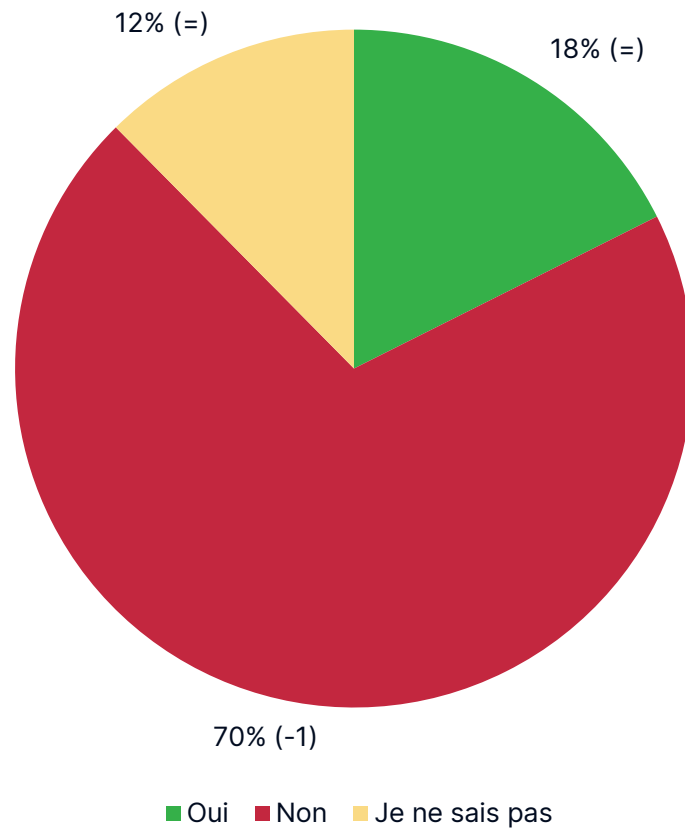


Baromètre de la consommation

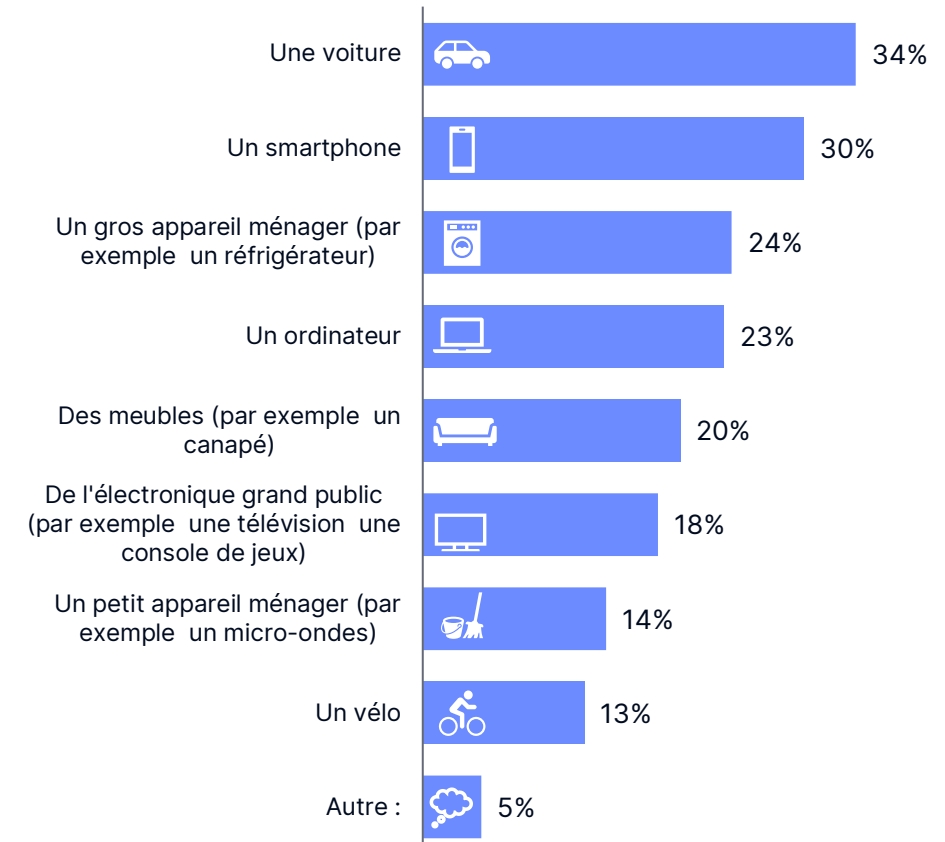
Échantillon total

Prévois-tu un achat important dans les deux prochaines semaines ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



Que prévois-tu d'acheter ?



Vos contacts



Louise Leitsch

Consultante en recherche senior

Numéro +49 40 2286 57 312

E-mail louise.leitsch@appinio.com



Christopher Dahl

Chef d'équipe Recherche et conseil

Numéro +49 40 2286 57 313

E-mail christopher.dahl@appinio.com



Jean-Yves Laffon

Country Manager France

Numéro +33 5 32 88 02 58

E-mail jean-yves.laffon@appinio.com



Appinio Germany
Jungfernstieg 49
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

