




MERRY
MERRY

rappor**t** **corona** rappin**io**

Numéro 19 – 06.10.2021

 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 – 21.01.2021](#)

[Rapport 2 – 05.02.2021](#)

[Rapport 3 – 24.02.2021](#)

[Rapport 4 – 10.03.2021](#)

[Rapport 5 – 24.03.2021](#)

[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](#)

[Rapport 14 – 28.07.2021](#)

[Rapport 15 – 11.08.2021](#)

[Rapport 16 – 25.08.2021](#)

[Rapport 17 – 08.09.2021](#)

[Rapport 18 – 22.09.2021](#)

[Rapport 19 – 06.10.2021](#)

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



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 29/09/2021 au 01/10/2021
- 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

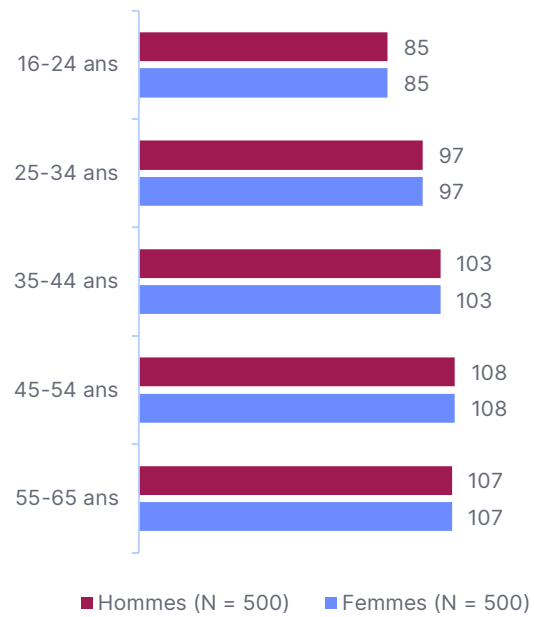
- Questions additionnelles : **Compte à rebours pour les fêtes de Noël**
 - ❖ Qui a déjà pensé aux calendriers de l'Avent cette année, vu des publicités et qui en a même déjà acheté un ?
 - ❖ Quelle somme les Français sont-ils prêts à dépenser pour un calendrier de l'Avent ?
 - ❖ Quelle est l'importance des calendriers de l'Avent pour les Français et nos voisins européens ?
- 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

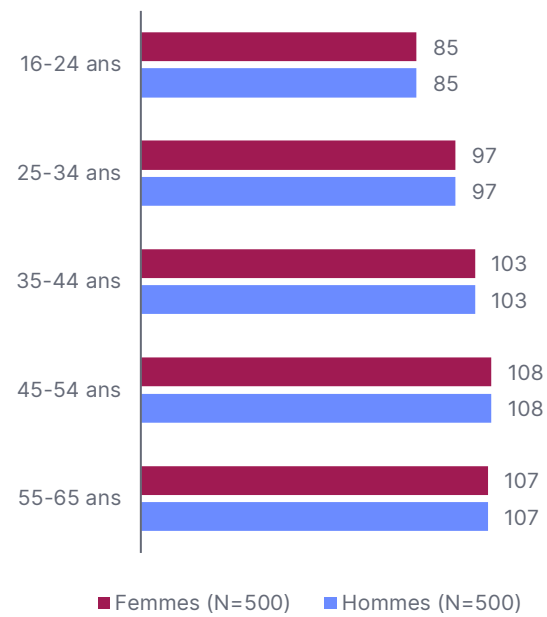
01 Conception et méthodologie de l'étude

Mesure du point zéro (N = 1000)



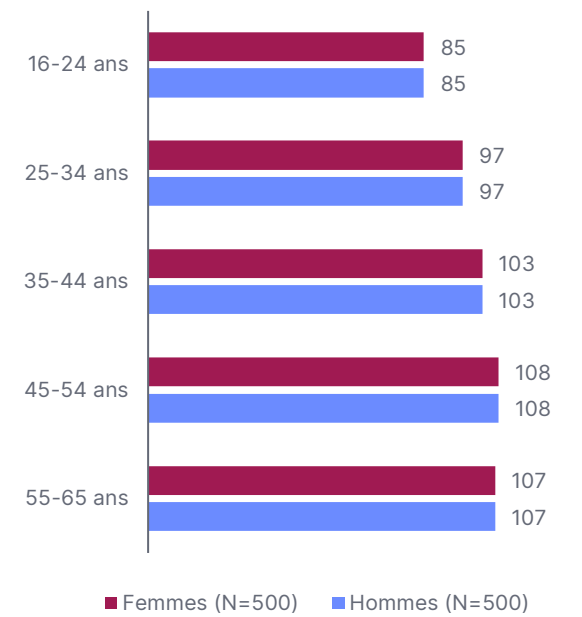
Ø Âge : 40,7 ans

Rapports 2-18 (N = 1000)



Ø Âge : 40,5 ans

Rapport 19 (N = 1000)



Ø Âge : 40,5 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



34% des Français de plus de 16 ans ont (encore) un calendrier de l'Avent

- **Plus de la moitié** des Français (60 %) ont eu un calendrier de l'Avent dans leur **enfance**. Aujourd'hui, à **l'âge adulte**, **34 %** d'entre eux aiment en avoir un.
- Interrogés sur leur calendrier de l'Avent préféré, 72 % ont répondu le **chocolat**, suivi des **calendriers avec des jouets** (20 %). **Kinder** est la marque la plus fréquemment citée (26 %).
- En général, il est **plus important pour les jeunes générations** (16-34 ans) d'avoir un calendrier de l'Avent que pour les générations plus âgées.



Une personne sur deux a déjà une idée du calendrier de l'Avent qu'elle va acheter cette année

- Si seulement **18 % des personnes interrogées déclarent avoir déjà acheté** ou fabriqué un calendrier de l'Avent cette année et près **d'une personne sur deux (49 %) sait déjà quel calendrier de l'Avent elle achètera** ou fabriquera.
- Les 35-44 ans sont les plus préparés sur le sujet : **26 % ont déjà acheté ou fabriqué un calendrier** cette année.
- **64 % des répondants** qui achètent ou fabriquent un calendrier le font **pour leurs propres enfants**. Environ un sur trois (**36 %**) achète ou fabrique un calendrier **pour lui-même** et **24 % pour leur partenaire**.



Les calendriers de chocolats restent les calendriers préférés

- Si le **calendrier en chocolat** est le calendrier de l'Avent le plus populaire parmi les Français de tous les âges cette année (72 %), les **calendriers avec des petits jouets** continuent d'être apprécié, notamment pour les 25-44 ans.
- La **moitié des Français** (50 %) qui prévoient d'acheter ou de fabriquer un calendrier de l'Avent cette année est **prête à dépenser entre 11 et 30 euros**, **11 %** d'entre eux sont même prêts à **dépenser plus de 30 €**.
- **75 % des Français** n'ont jamais **participé à un calendrier de l'Avent en ligne**. Ces derniers sont néanmoins apprécié par **20 % des 35-44 ans**. Ce sont les calendriers en ligne de **marques de cosmétiques** qui semblent être les populaires.

03

Questions additionnelles

Compte à rebours pour les fêtes de Noël : les jours raccourcissent et les températures se refroidissent, les Français se préparent-ils déjà à l'Avent ?

- Qui a déjà pensé aux calendriers de l'Avent cette année, vu des publicités et qui en a même déjà acheté un ?
- Quelle somme les Français sont-ils prêts à dépenser pour un calendrier de l'Avent ?
- Quelle est l'importance des calendriers de l'Avent pour les Français et nos voisins européens ?



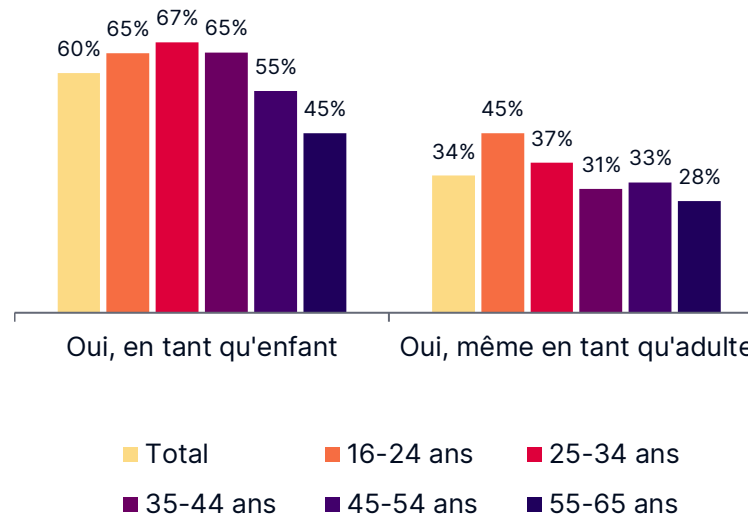
L'avent

Les calendriers de l'Avent - qui en achète et quel type de calendrier suscite le plus d'intérêt ?



03 Questions additionnelles

Avez-vous déjà eu un calendrier de l'Avent ?



Les calendriers de l'avent préférés des Français



- Plus de la **moitié des Français** (60 %) a eu un calendrier de l'Avent dans son **enfance** et seulement 34 % des répondants en possèdent encore un aujourd'hui.
- Interrogés sur leurs **calendriers de l'Avent préférés**, les calendriers en **chocolat** sont en tête (72 %), suivi des calendriers **faits maison** (18 %). Kinder est la marque la plus plébiscitée (26 %).

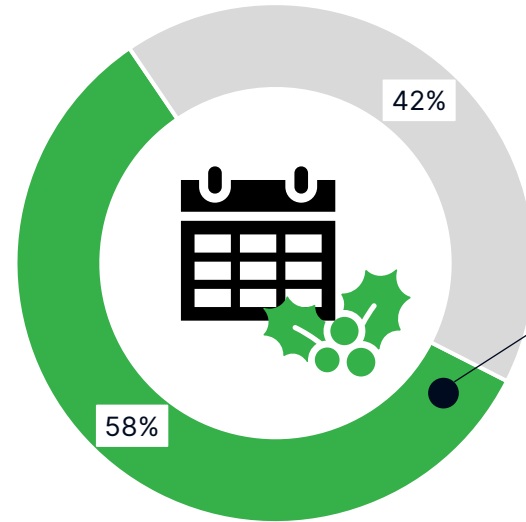
L'aveut

Quelle est l'importance des calendriers de l'Avent en France et en comparaison avec d'autres pays ?

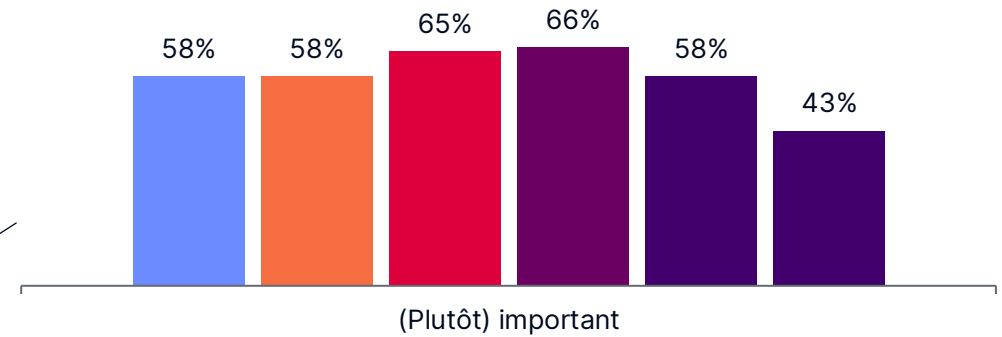
Dans quelle mesure est-il **important** pour vous d'avoir un calendrier de l'Avent ?

58%

des Français pensent qu'il est important d'avoir un calendrier de l'Avent.

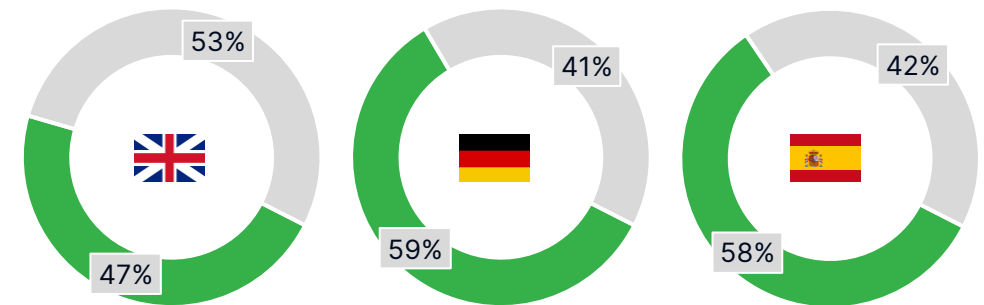


■ (Plutôt) important ■ (Plutôt) pas important



■ Total ■ 16-24 ans ■ 25-34 ans
■ 35-44 ans ■ 45-54 ans ■ 55-65 ans

A quel point est-ce important dans les autres pays européens ?



■ (Plutôt) important ■ (Plutôt) pas important

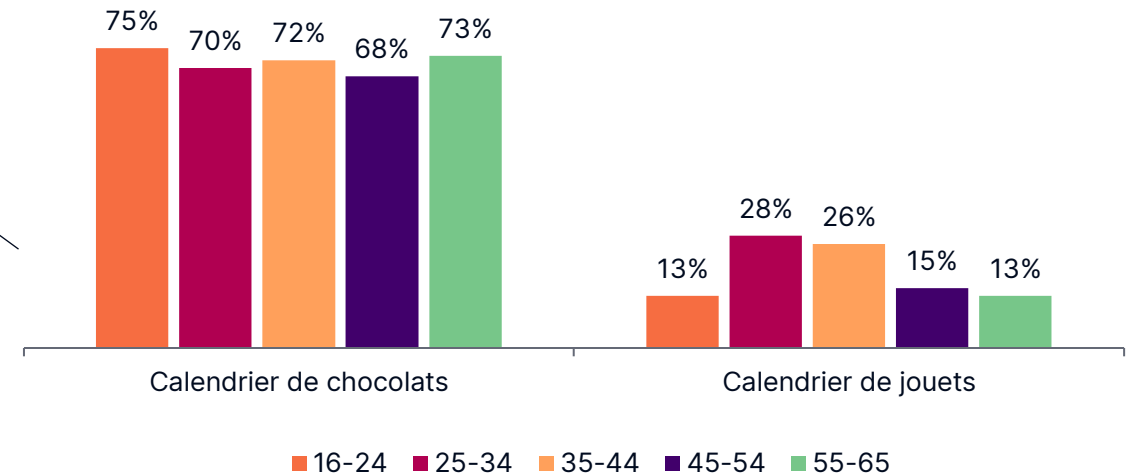
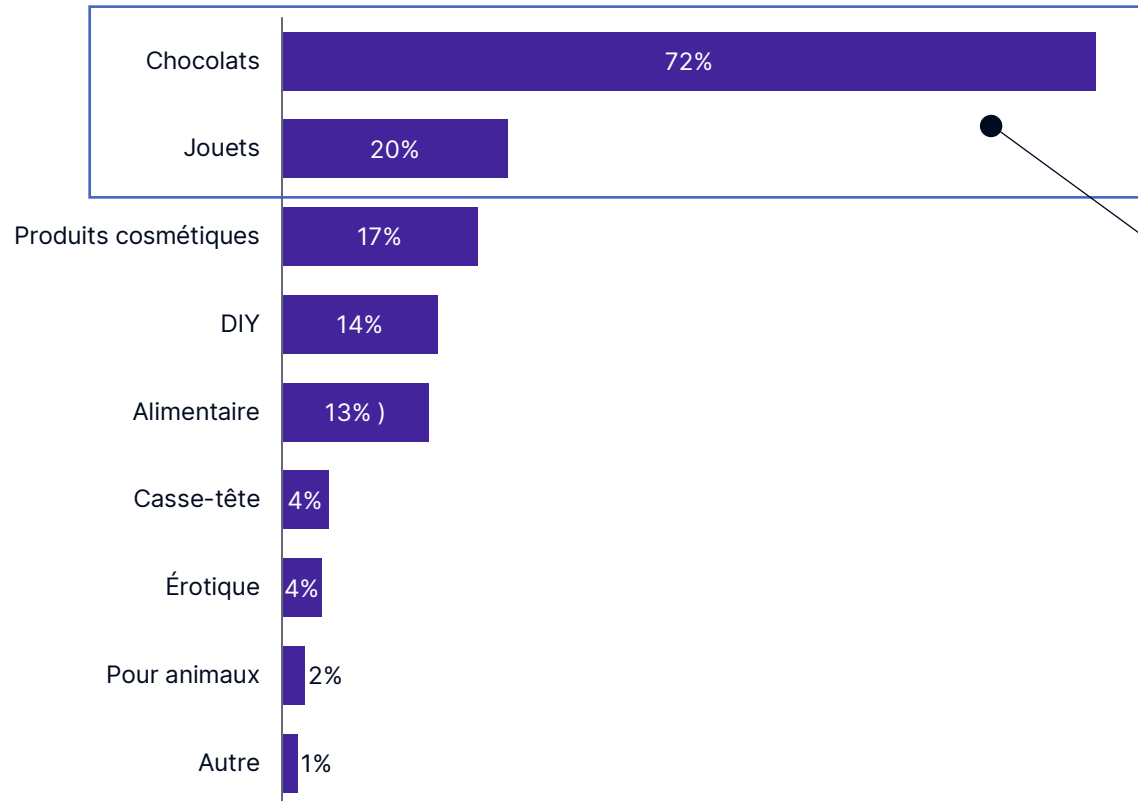


- De manière générale, parmi toutes les générations, les **55-65 ans** sont ceux pour qui **avoir un calendrier de l'aveut est le moins important** (43 % contre 66 % des 35 à 44 ans).
- Tous groupes d'âge confondus, **58 % des Français déclarent qu'un calendrier de l'Avent est (plutôt) important pour eux**. Cela les place au même niveau que l'Allemagne et l'Espagne dans une comparaison européenne. En revanche, seulement 47 % des Britanniques partagent cette opinion.

Qui achète quel calendrier ?

Quelle somme les Français sont-ils prêts à dépenser pour des calendriers de l'Avent ?

Quel type de calendrier de l'Avent pensez-vous acheter cette année ?

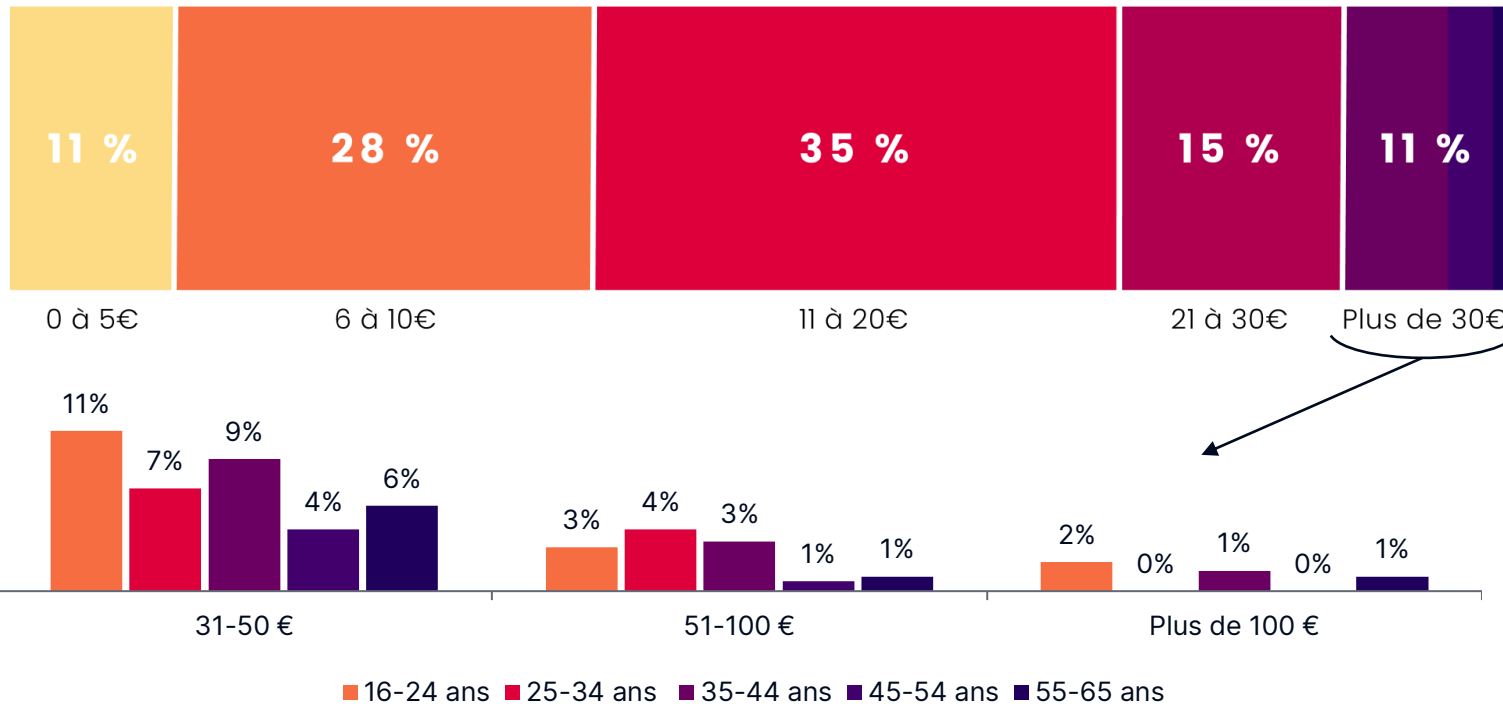


- Si le **calendrier en chocolat** est le calendrier de l'Avent **le plus populaire en France en 2021**, tous âges confondus (72 %), les **calendriers de jouets** (20 %) et de **produits cosmétiques** (17 %) sont également dans les paniers des Français.
- **19 % des femmes et 8 % des hommes** qui veulent un calendrier de l'Avent **prévoient de le faire eux-mêmes**.

Quelle somme est dépensée ? // Qui participe aux calendriers de l'Avent en ligne ?

Volonté de payer pour des calendriers et popularité des calendriers numériques

Quel **prix** êtes-vous prêt à payer pour un calendrier de l'Avent ?



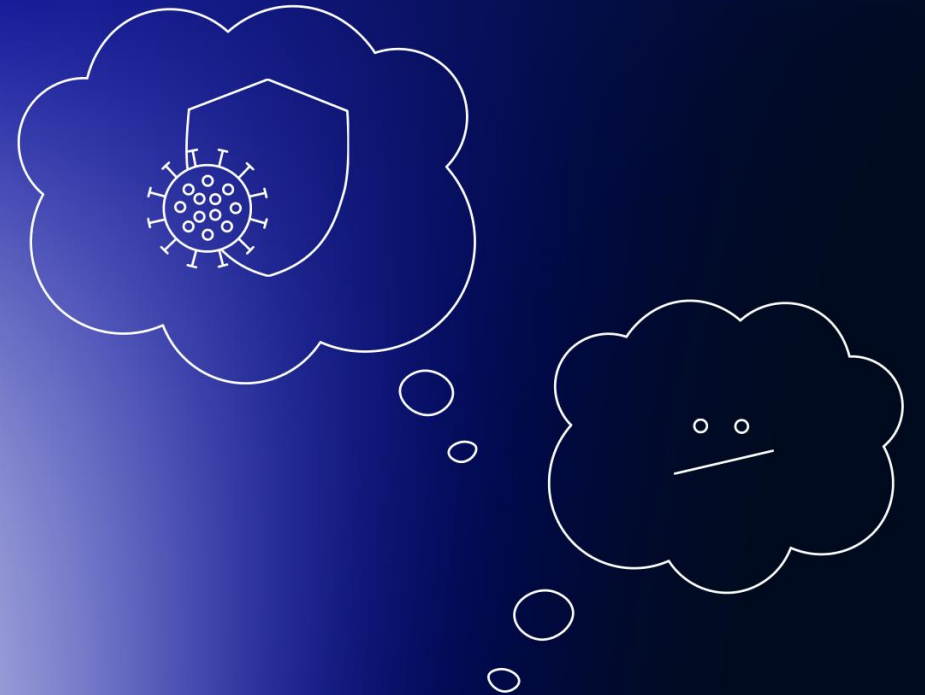
- La **moitié des Français** (50 %) qui prévoient d'acheter ou de fabriquer un calendrier de l'Avent cette année est **prête à dépenser entre 11 et 30 euros**, 11 % d'entre eux étant même prêts à dépenser plus de 30 euros. Étonnamment, **la génération Z est la plus susceptible de dépenser plus de 100 euros** pour un calendrier de l'Avent (2 %).



04

Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Sentiments, problèmes et inquiétudes

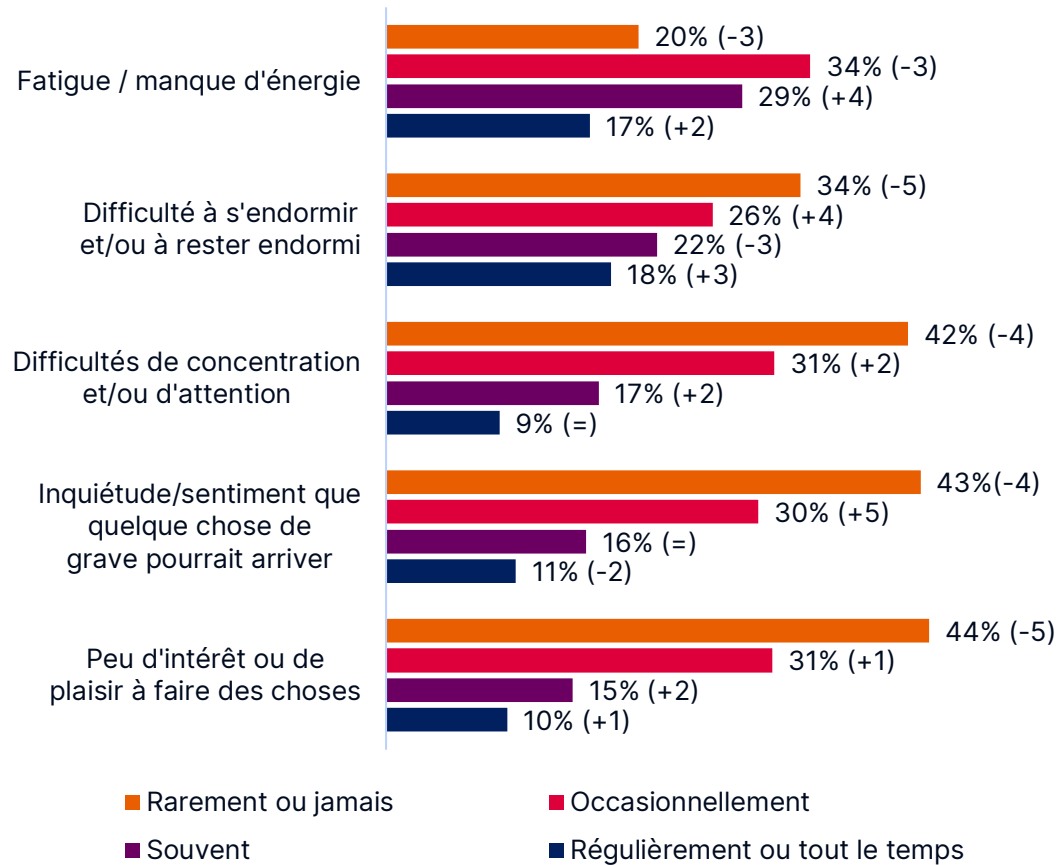


Comment se sentent les Français ?

Échantillon total

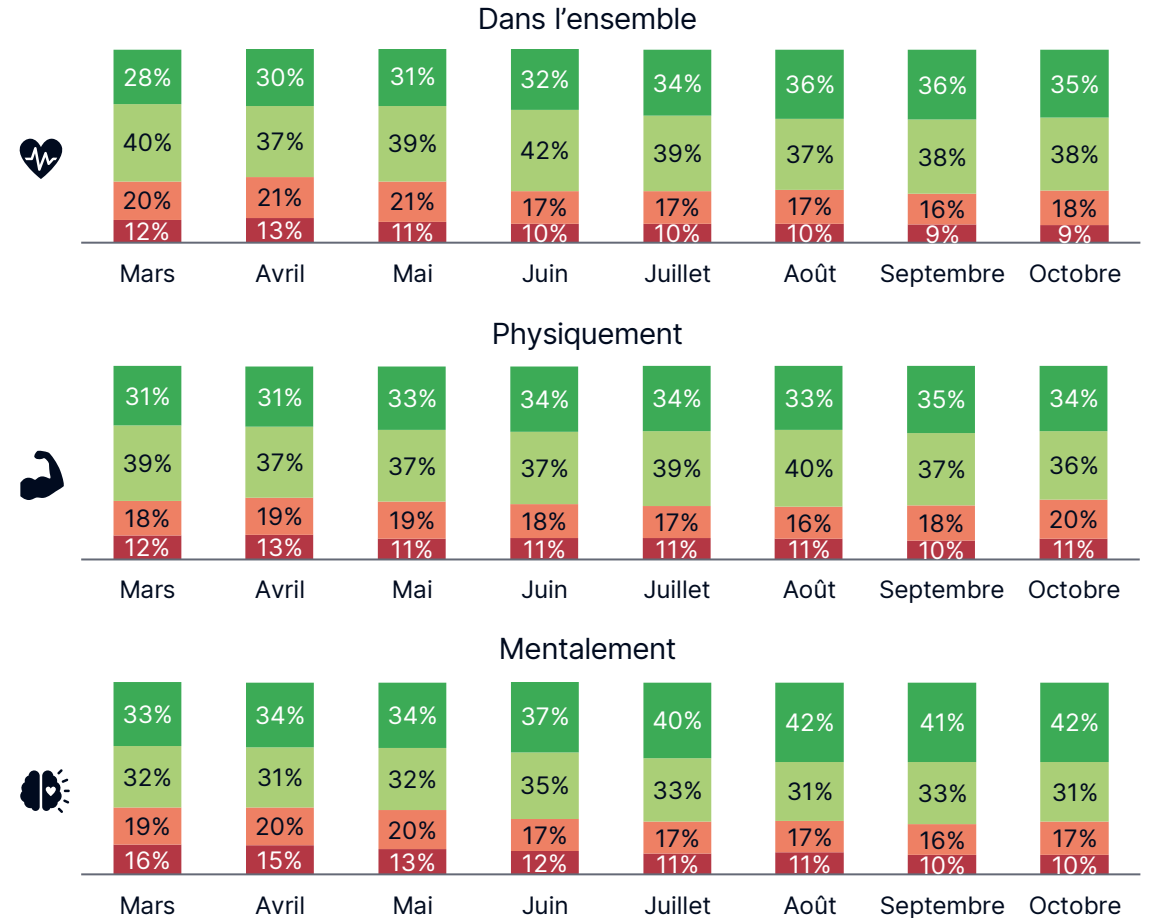
À quelle fréquence as-tu ressenti les émotions/symptômes suivants au cours de la semaine passée / des deux dernières semaines ?
(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



Comment te sens-tu ?*

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

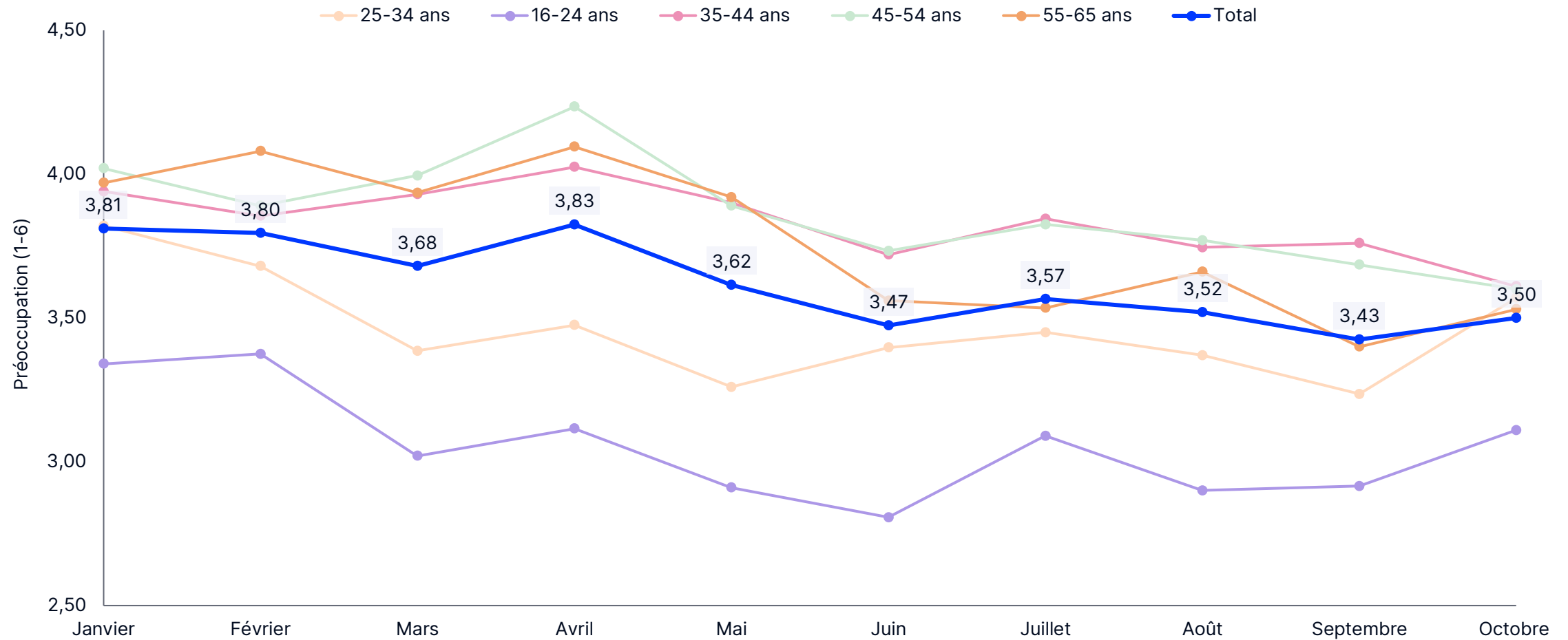


Les Français sont-ils préoccupés par leur santé ?

Échantillon total*



04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

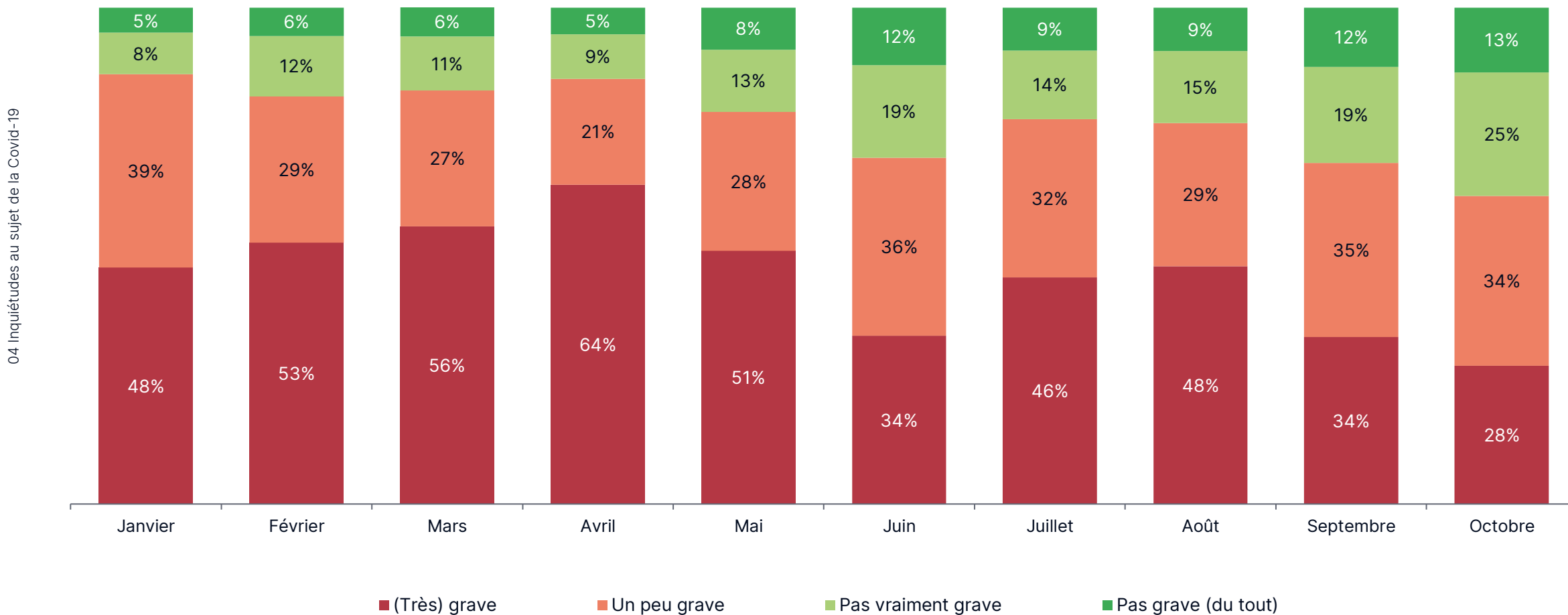


Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

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 ?

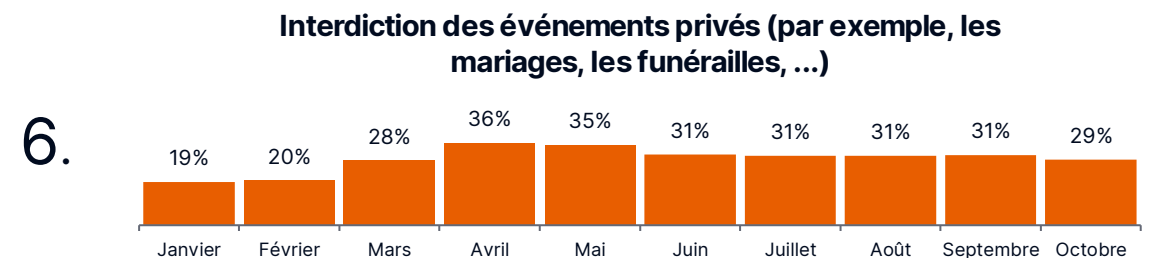
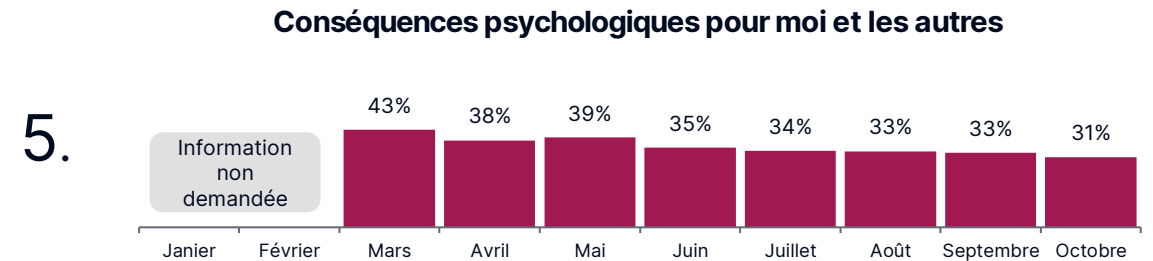
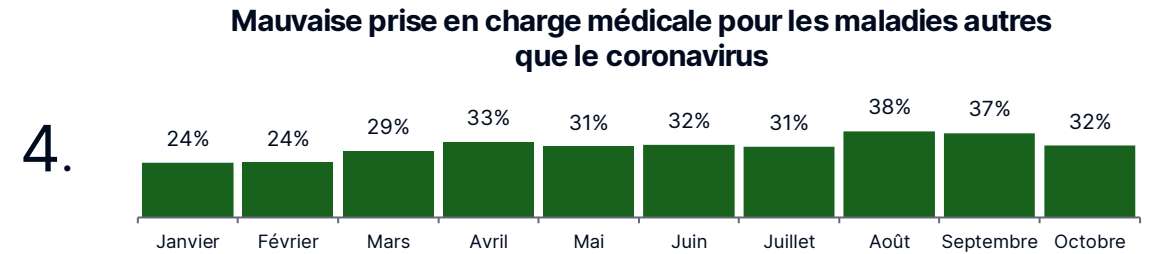
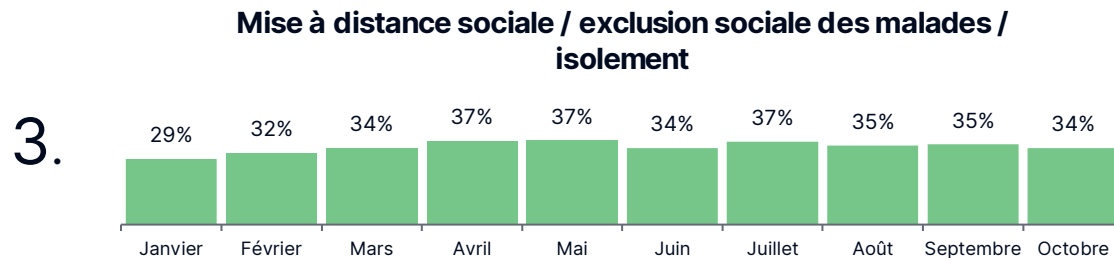
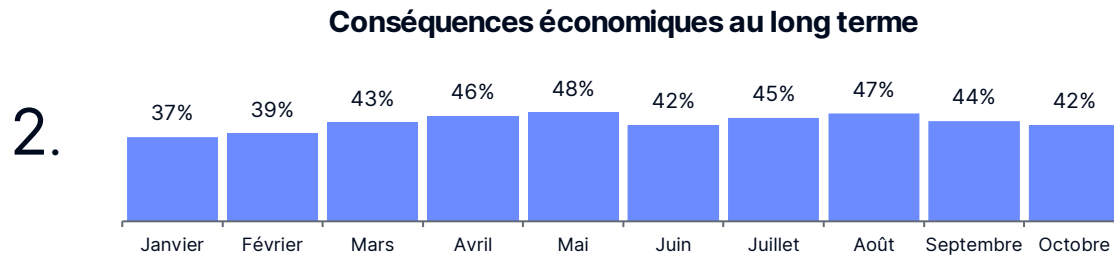
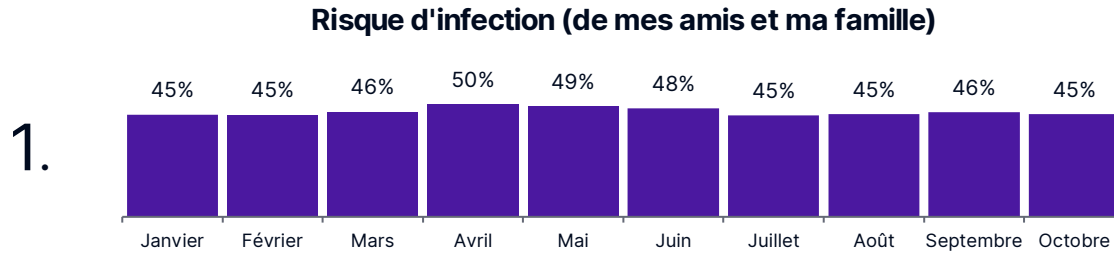
(1 = Pas du tout satisfait // 6 = Très satisfait)*

Rang	Domaines	Moyenne Mars	Moyenne Avril	Moyenne Mai	Moyenne Juin	Moyenne Juillet	Moyenne Août	Moyenne Septembre	Moyenne Octobre
1	Nutrition/alimentation	4	4	4	4	4	4	4,05	4,02
4	Liberté de mouvement / mobilité	3,2	3,3	3,3	3,7	3,9	3,8	3,95	4,02
2	Relations / rendez-vous amoureux	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	4	4,01
3	Sécurité	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	3,95	3,94
5	Vie sociale	3,2	3,2	3,3	3,7	3,8	3,8	3,9	3,93
6	Divertissement	3	3	3	3,7	3,8	3,7	3,9	3,91
7	Éducation/travail	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	3,9	3,85	3,81
8	Vacances/voyages	2,5	2,5	2,6	3,2	3,4	3,4	3,5	3,55

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

Échantillon total - Triées par fréquence

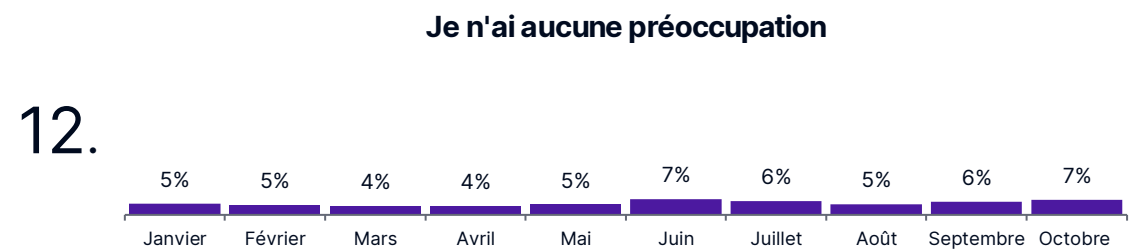
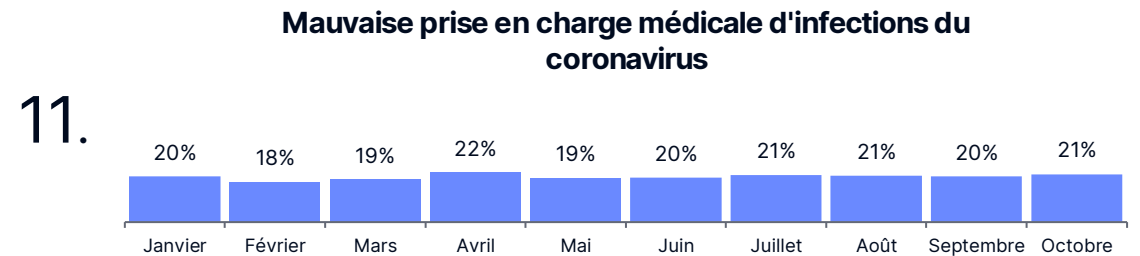
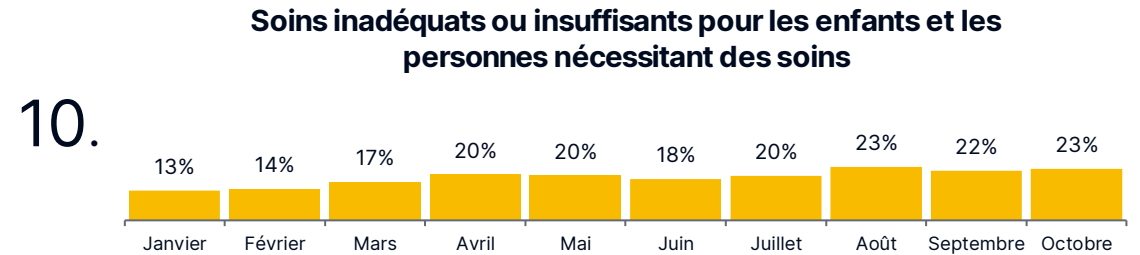
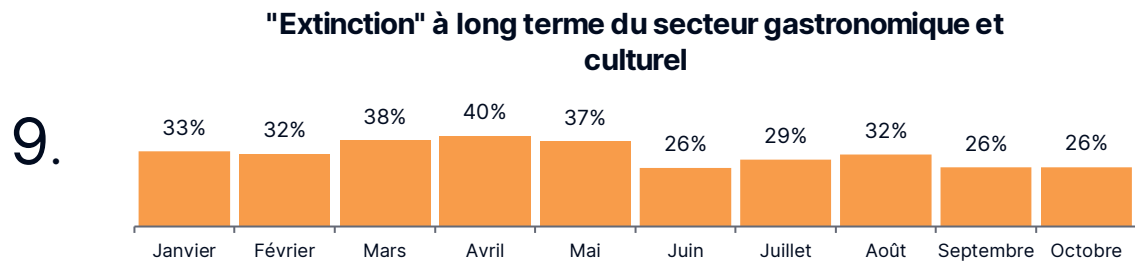
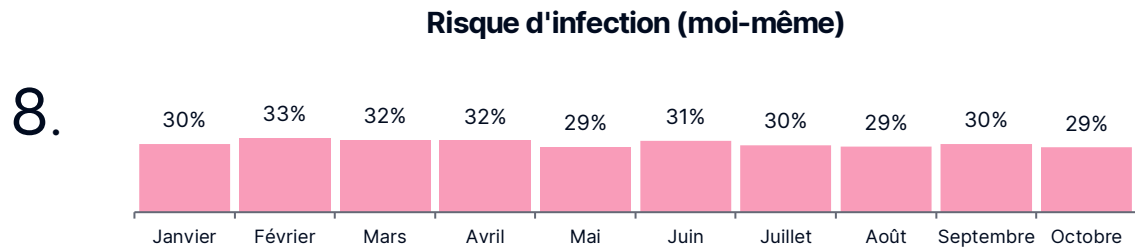
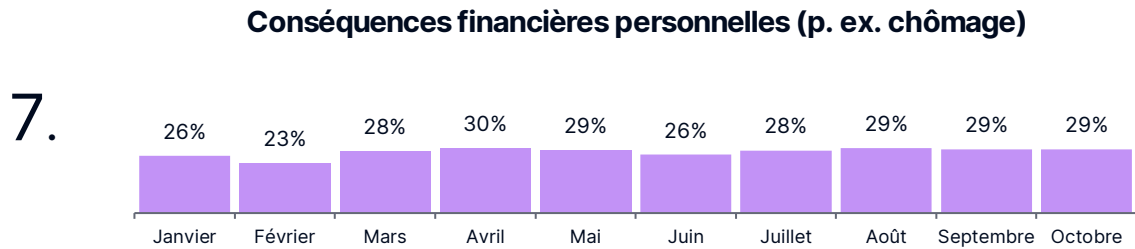
04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



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

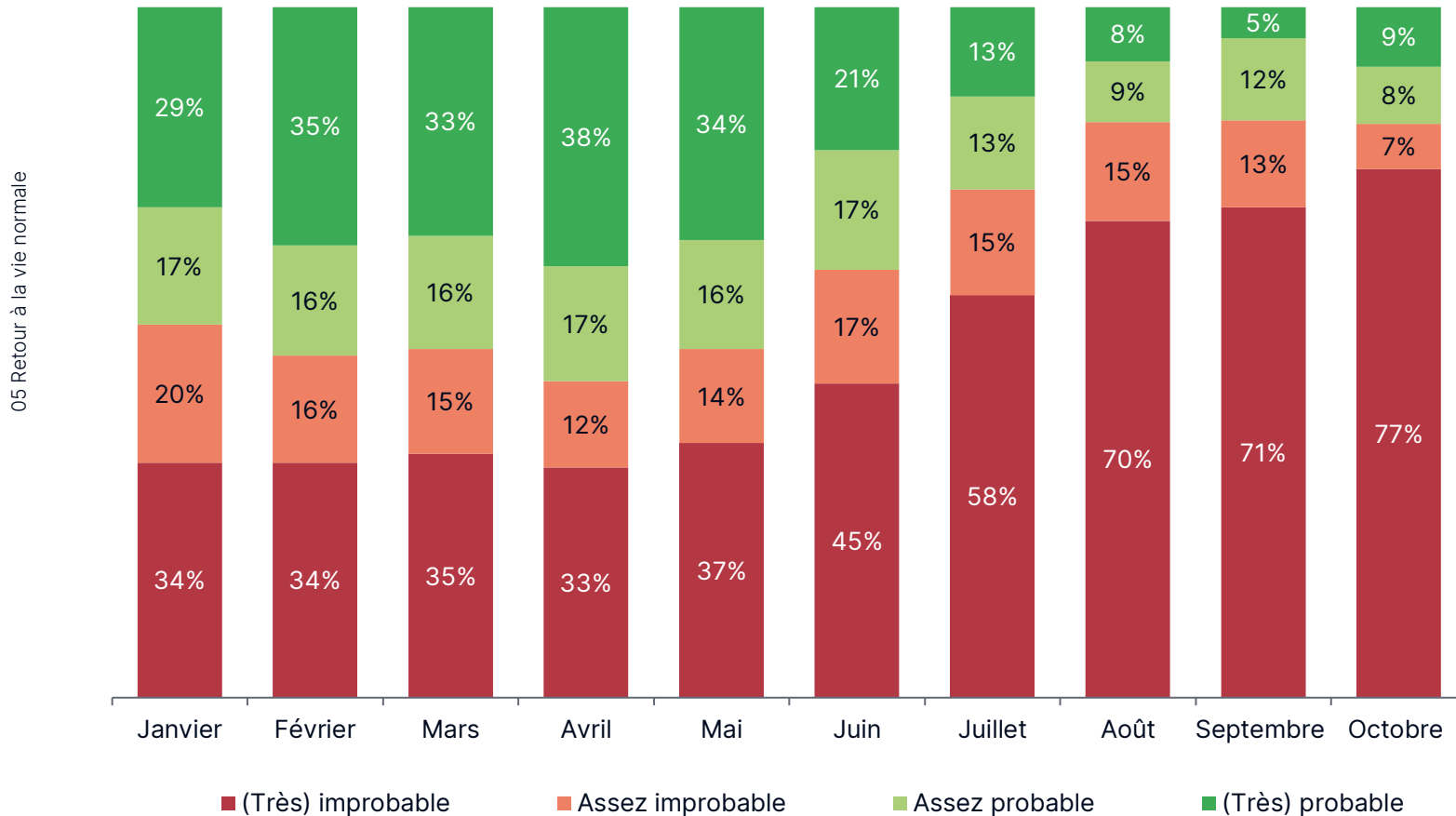
Progrès de la vaccination et vie quotidienne (professionnelle)



Volonté de se faire vacciner et progrès en matière de vaccination

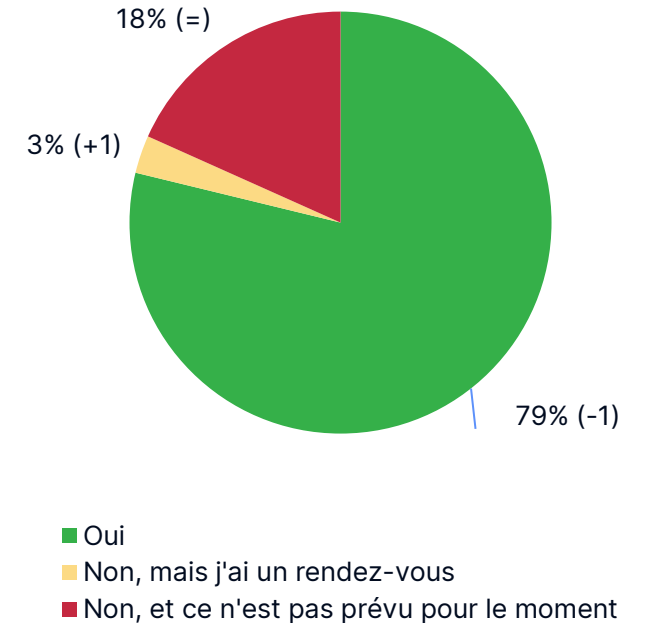
Échantillon total

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)



Raisons contre la vaccination

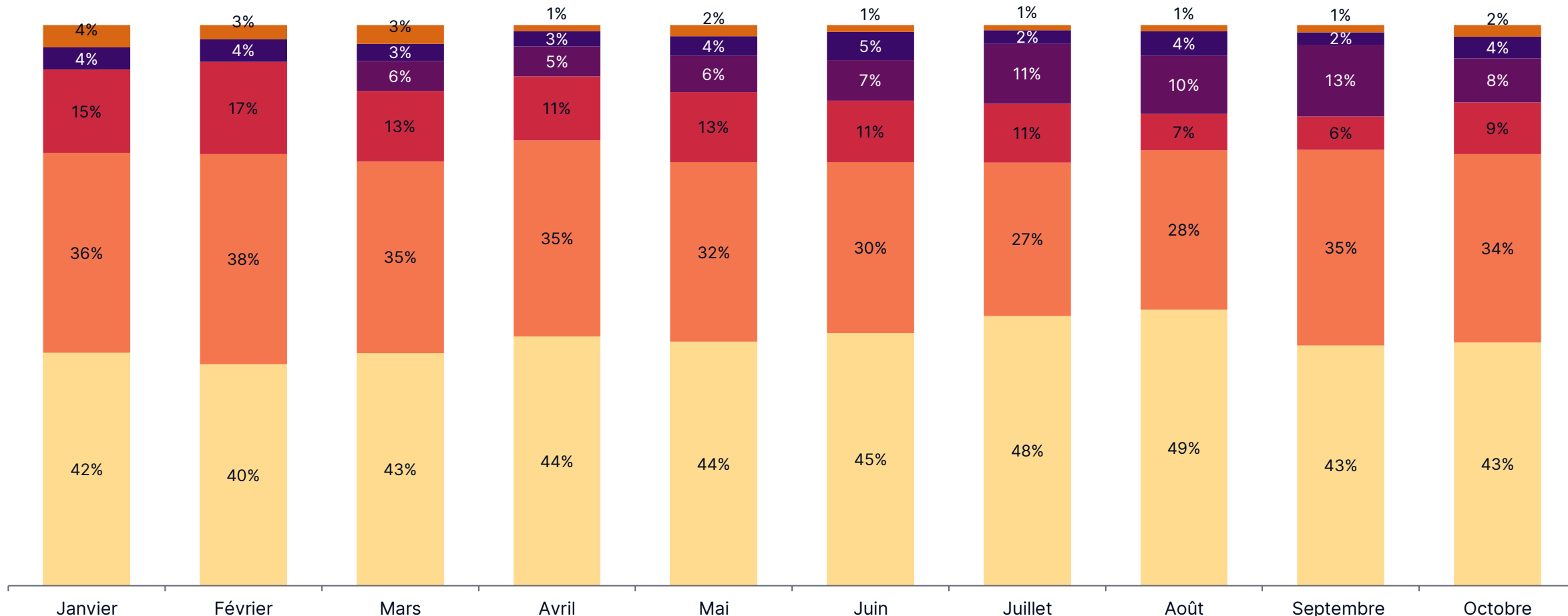
Répondants qui ne seraient (plutôt) pas susceptibles de se faire vacciner

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

05 Retour à la vie normale



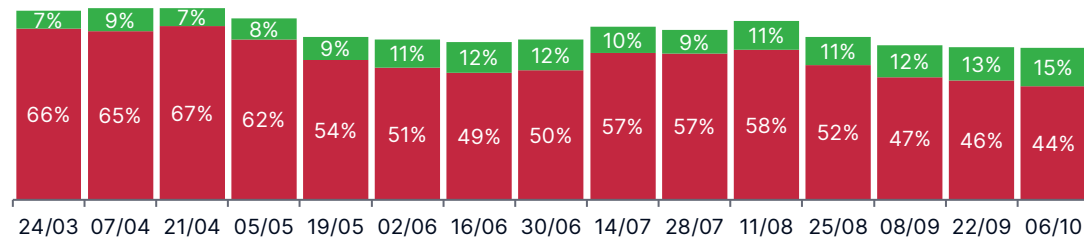
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

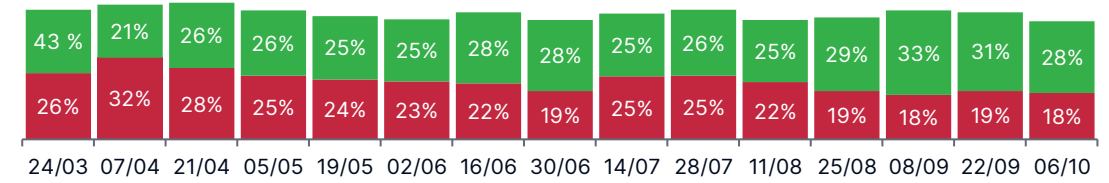
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

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)

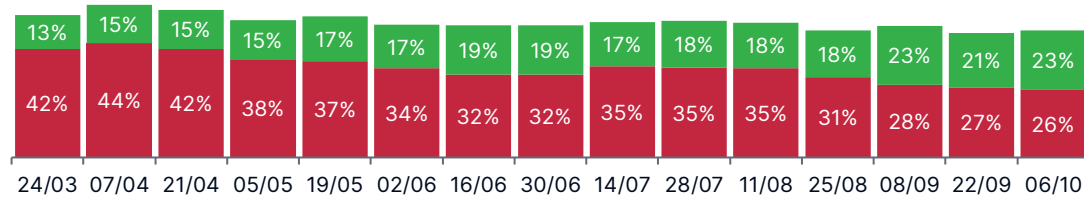
Se rendre à des grands événements (plus de 1000 personnes)



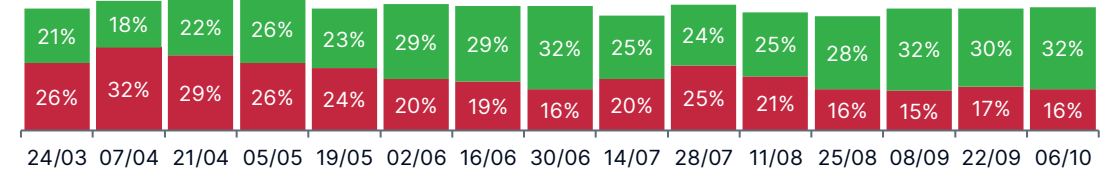
Aller au musée



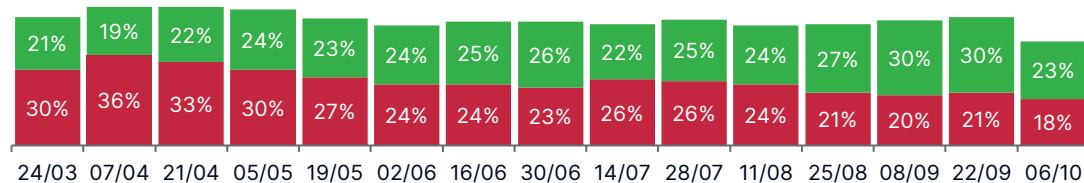
Aller à la salle de sport



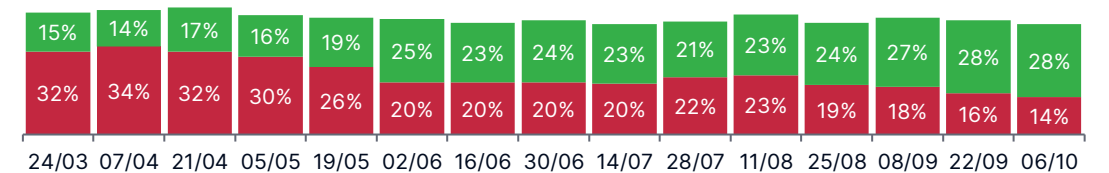
Faire des (courts) voyages le week-end



Aller au cinéma



Aller dans un centre commercial



05 Retour à la vie normale

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

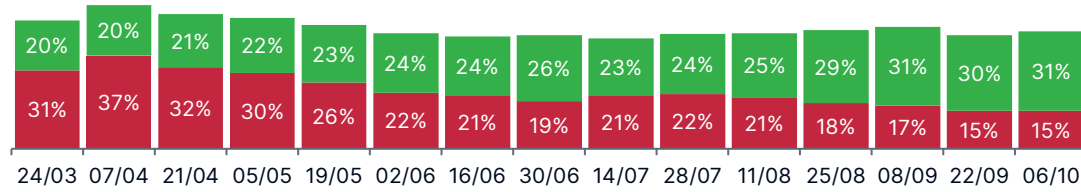
Échantillon total

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

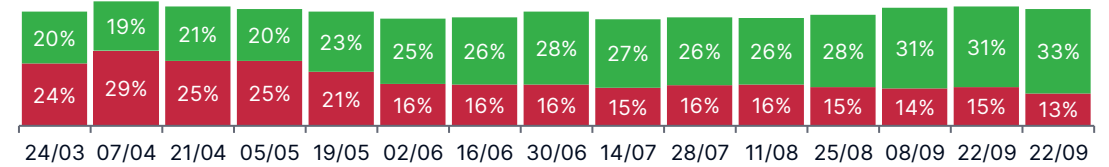
S'il n'y a actuellement pas de restrictions, dit nous dans quelle mesure les activités suivantes sont sûres. ■ (Très) sûr ■ Pas sûr (du tout)

05 Retour à la vie normale

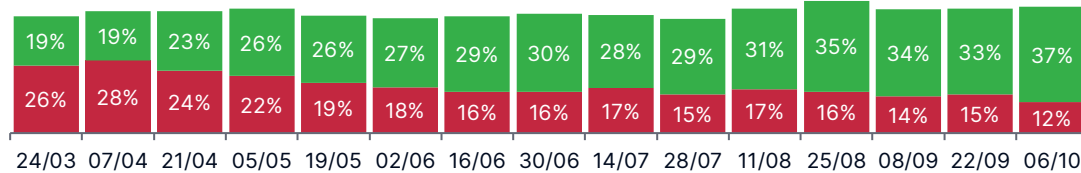
Aller au restaurant/bar



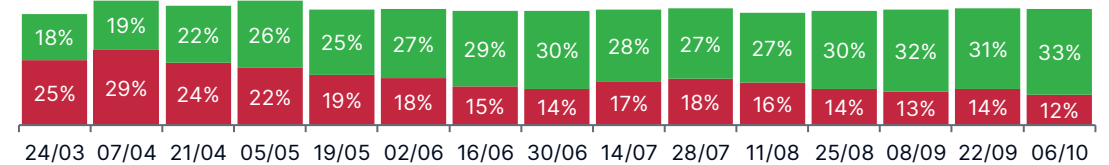
Aller au supermarché



Aller au bureau



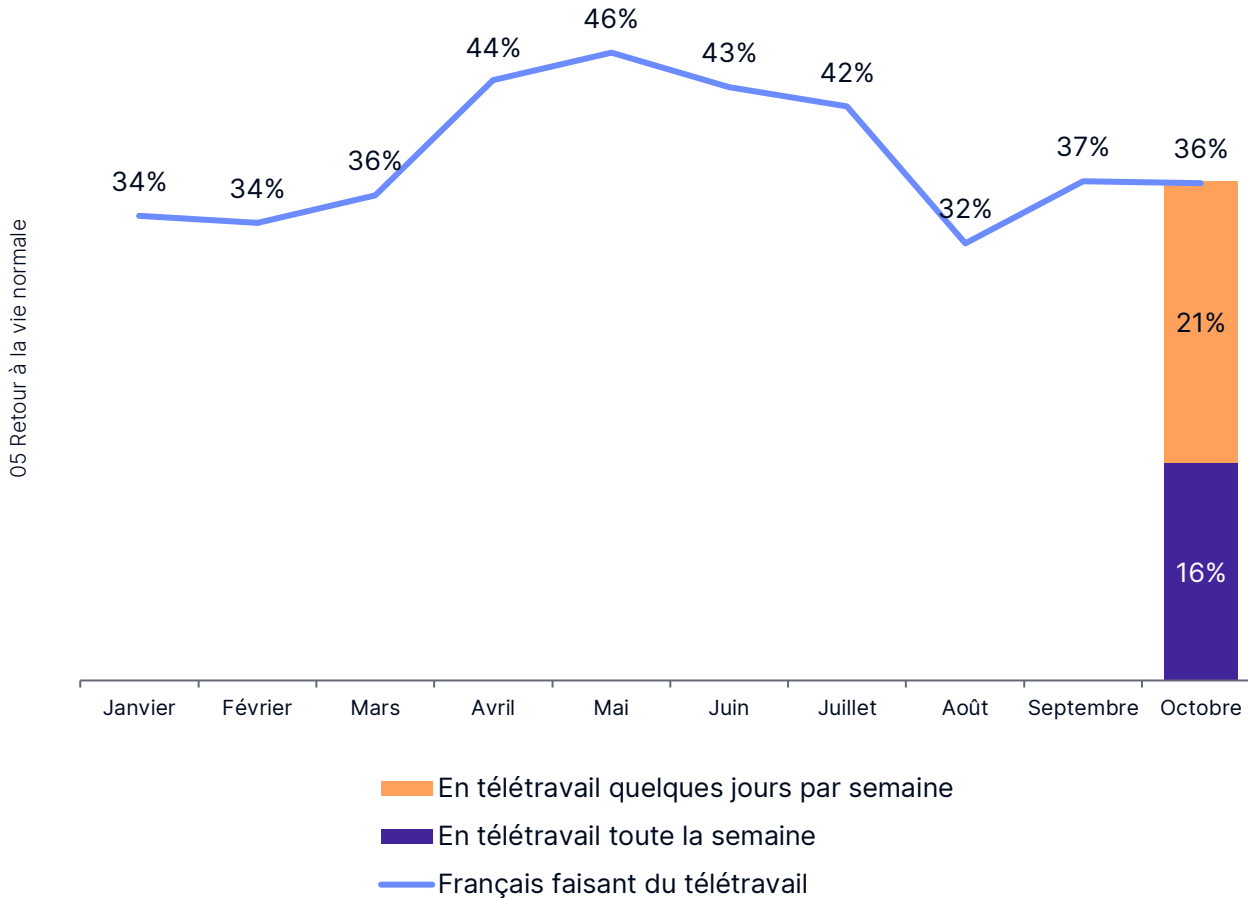
Rendre visite à un groupe d'amis (plus de 4 personnes)



Combien de Français télétravaillent ?

Actuellement : **36 % des employés**

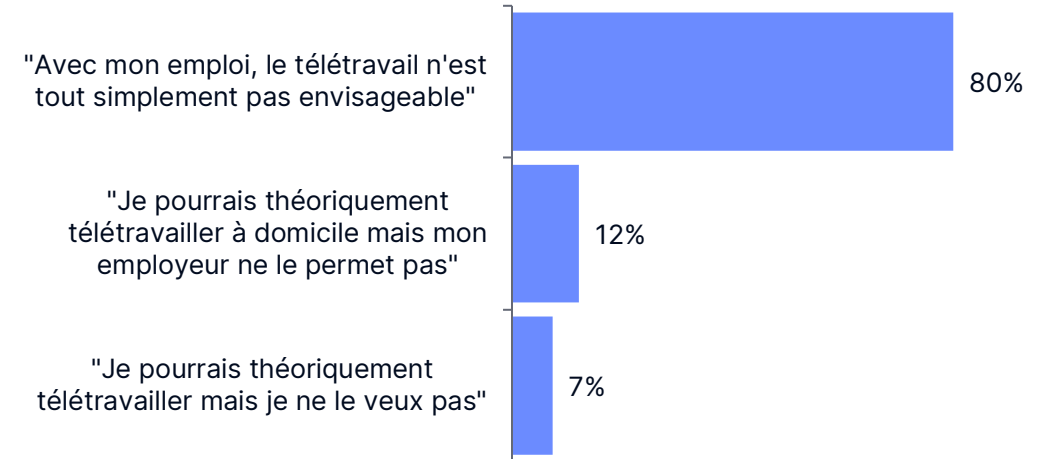
Courbe des employés faisant du télétravail, et fréquence*



Combien de Français ne télétravaillent pas ?

Actuellement : **64 % des employés**

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

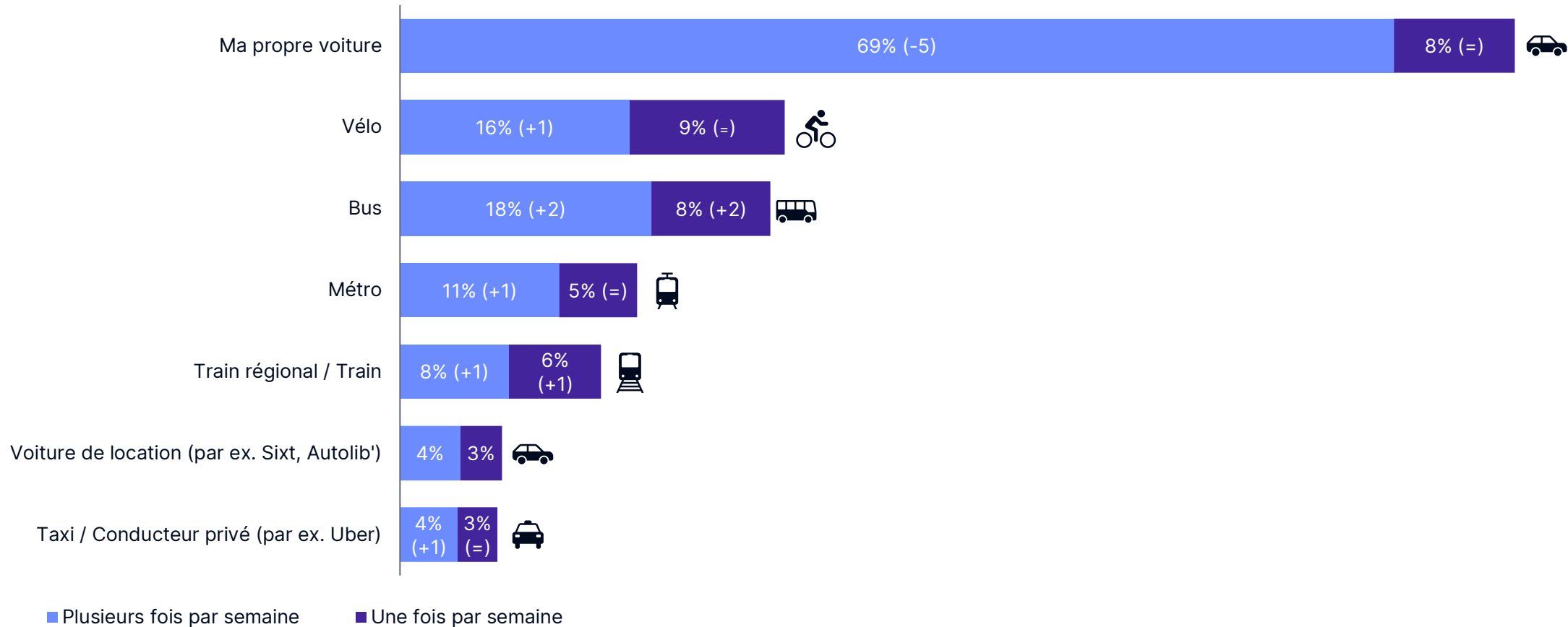


Moyens de transport et services de mobilité dans la vie quotidienne

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



	Mode de transport	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre
1	 Métro	65 %	62 %	60 %	54 %	45 %	46 %	49 %	42 %	40 %
2	 Bus	53 %	48 %	46 %	39 %	32 %	32 %	34 %	29 %	25 %
3	 Avion	46 %	41 %	38 %	33 %	29 %	29 %	29 %	24 %	24 %
4	 Train régional / train	45 %	42 %	39 %	33 %	27 %	27 %	30 %	25 %	23 %
5	 Bateau/ferry	35 %	34 %	35 %	29 %	26 %	27 %	25 %	22 %	21 %
6	 Voiture de location	Information non demandée	16 %	19 %	15 %	13 %	15 %	13 %	12 %	13 %
7	 Conducteur privé / Taxi	28 %	23 %	22 %	18 %	17 %	18 %	17 %	14 %	12 %

05 Retour à la vie normale

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*



		Catégorie de produits	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre
1		Nourriture/Épicerie	93 %	92 %	91 %	90 %	90 %	91 %	92 %	92 % (=)
		En ligne	9 %	12 %	11 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %
		En magasin	71 %	70 %	69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	71 %
2		Boissons non alcoolisées	78 %	76 %	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	79 % (+2)
		En ligne	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %
		En magasin	63 %	62 %	61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	64 %
3		Produits de soins personnels / d'hygiène	68 %	72 %	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	73 % (+1)
		En ligne	11 %	14 %	15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %
		En magasin	51 %	52 %	51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	53 %
4		Vêtements	43 %	48 %	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	62 % (+5)
		En ligne	20 %	27 %	31 %	24 %	24 %	20 %	19 %	25 %
		En magasin	17 %	15 %	10 %	25 %	29 %	29 %	29 %	27 %
5		Médicaments	50 %	56 %	54 %	54 %	53 %	52 %	56 %	58 % (+2)
		En ligne	3 %	5 %	5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	5 %
		En magasin	44 %	46 %	46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	50 %
6		Boissons alcoolisées	50 %	51 %	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	55 % (+1)
		En ligne	5 %	7 %	7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %
		En magasin	41 %	40 %	40 %	42 %	41 %	45 %	46 %	44 %

06 Comportement d'achat

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

Échantillon total*








		Catégorie de produits	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre
7		Livres/magazines	35 %	38 %	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	46 % (+3)
		En ligne	12 %	14 %	14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	15 %
		En magasin	18 %	21 %	19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	27 %
9		Produits de beauté / maquillage	34 %	40 %	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	45 % (+5)
		En ligne	11 %	15 %	15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %
		En magasin	19 %	21 %	22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	26 %
8		Chaussures	26 %	33 %	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	44 % (+2)
		En ligne	10 %	17 %	20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %
		En magasin	13 %	12 %	10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %
10		Divertissement (enfants, jeux de société)	21 %	26 %	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	37 % (+3)
		En ligne	11 %	14 %	15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %
		En magasin	7 %	9 %	10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	16 %
11		Objets de décoration / bibelots	22 %	25 %	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	32 % (+4)
		En ligne	8 %	9 %	10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	11 %
		En magasin	11 %	12 %	10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	18 %
12		Vaisselle/équipement de cuisine	17 %	22 %	20 %	24 %	25 %	21 %	25 %	27 % (+1)
		En ligne	6 %	7 %	6 %	7 %	8 %	5 %	6 %	7 %
		En magasin	10 %	13 %	12 %	14 %	14 %	13 %	16 %	15 %

06 Comportement d'achat

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

Échantillon total*



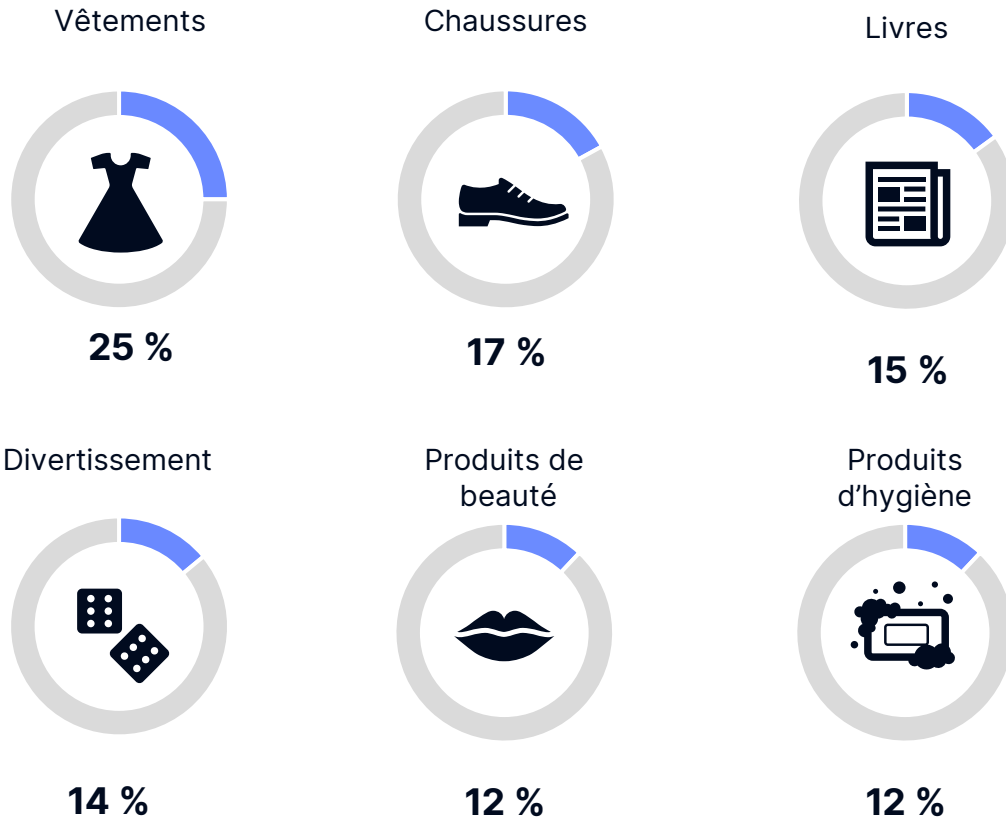
Catégorie de produits		Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre
13	 Appareils ménagers	18 %	23 %	21 %	24 %	20 %	21 %	24 %	27 % (+3)
	En ligne	6 %	10 %	10 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %
	En magasin	9 %	10 %	9 %	11 %	12 %	10 %	10 %	13 %
14	 Équipement électrique / électronique	18 %	23 %	23 %	25 %	28 %	21 %	23 %	26 % (+3)
	En ligne	8 %	11 %	11 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %
	En magasin	8 %	9 %	8 %	10 %	10 %	9 %	10 %	11 %
15	 Meubles	14 %	19 %	17 %	22 %	21 %	19 %	21 %	23 % (+2)
	En ligne	6 %	9 %	10 %	8 %	8 %	7 %	8 %	7 %
	En magasin	5 %	7 %	7 %	10 %	10 %	9 %	11 %	12 %
16	 Matériel de sport/fitness	13 %	20 %	18 %	22 %	23 %	19 %	22 %	23 % (+1)
	En ligne	6 %	9 %	10 %	9 %	7 %	7 %	7 %	8 %
	En magasin	5 %	9 %	7 %	10 %	13 %	10 %	11 %	11 %
17	 Bijoux	12 %	18 %	16 %	21 %	22 %	18 %	18 %	21 % (+3)
	En ligne	6 %	8 %	9 %	9 %	9 %	6 %	7 %	7 %
	En magasin	5 %	7 %	7 %	9 %	11 %	9 %	9 %	11 %

06 Comportement d'achat

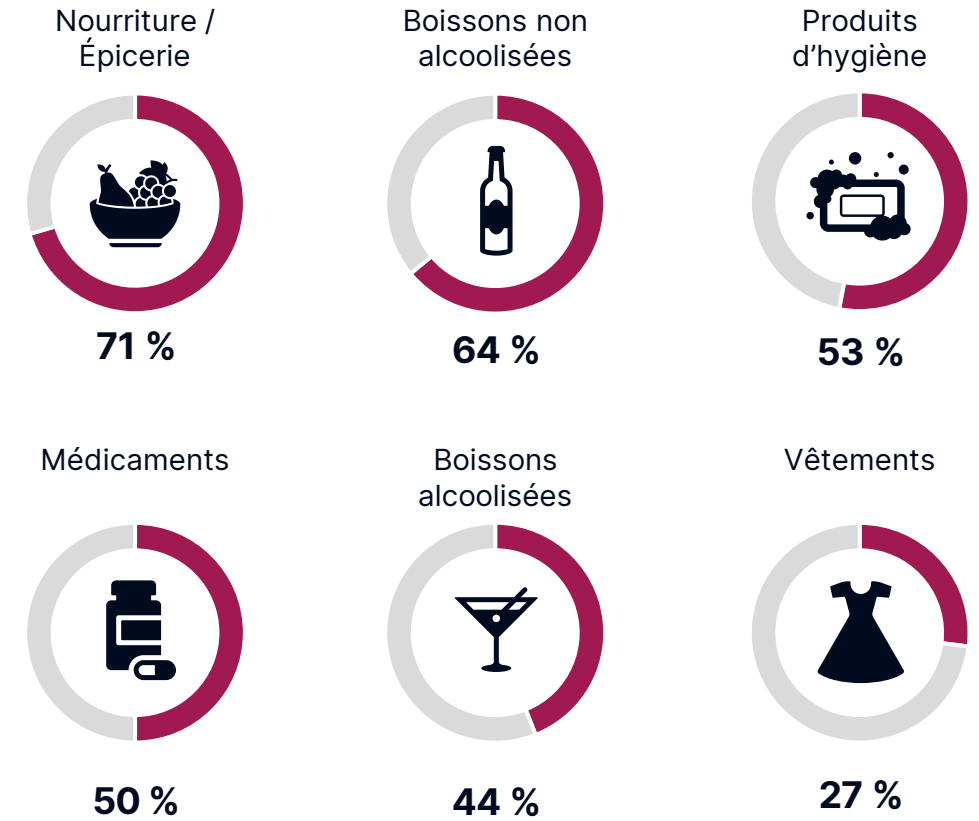
Gros plan sur les achats en ligne et hors ligne

Échantillon total

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



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

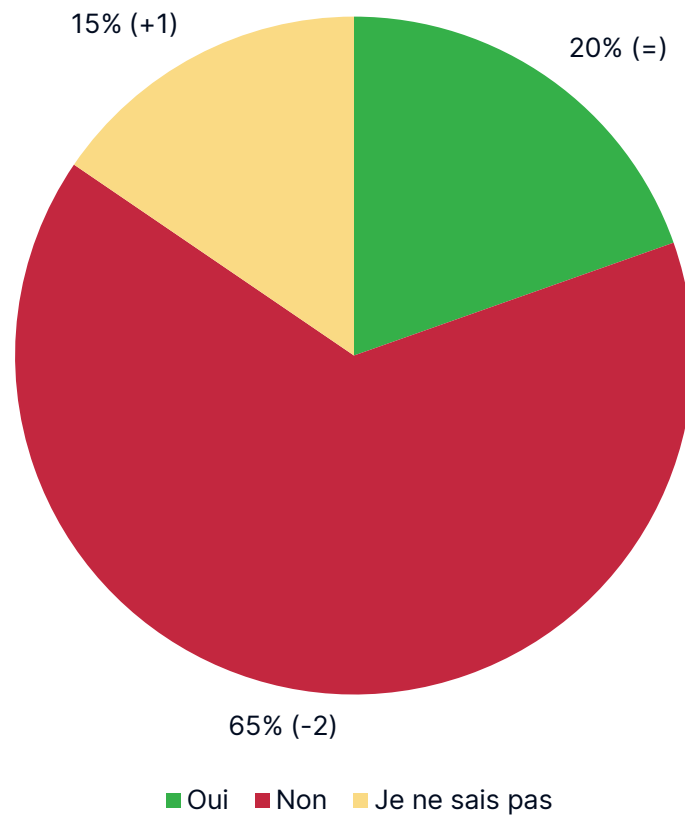


Baromètre de la consommation

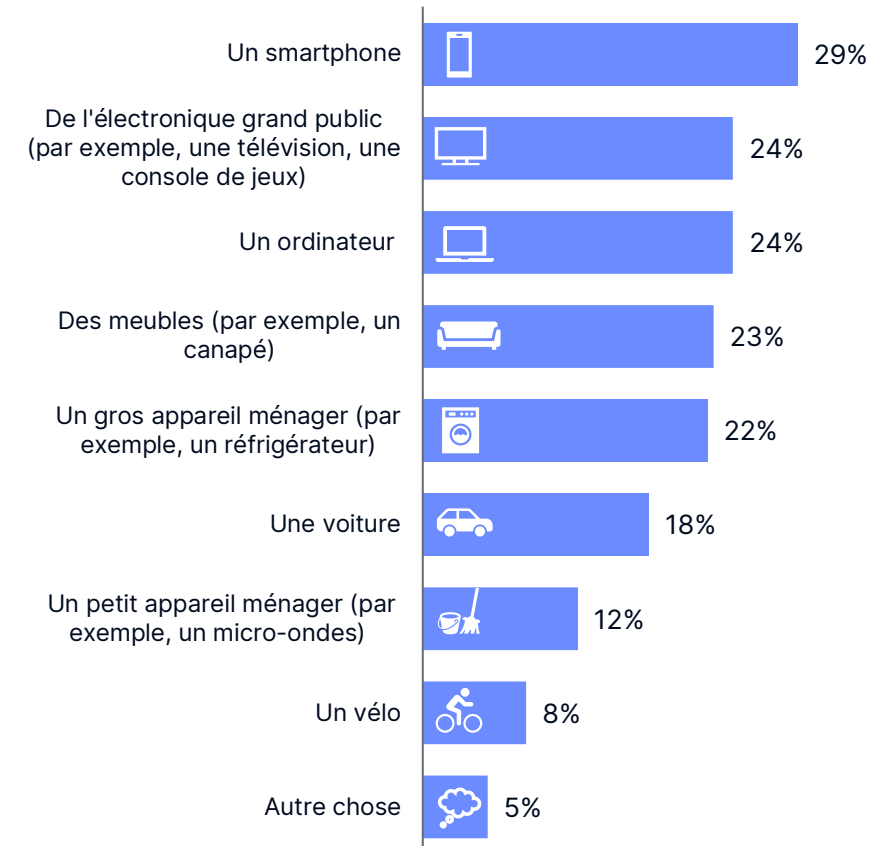
Échantillon total

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 GmbH
Große Theaterstraße 31
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

