




rapport

corona

appinio

Numéro 21 – 03.11.2021

 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](#)

[Rapport 20 – 20.10.2021](#)

[Rapport 21 – 03.11.2021](#)

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 29/10/2021 au 01/11/2021
- 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

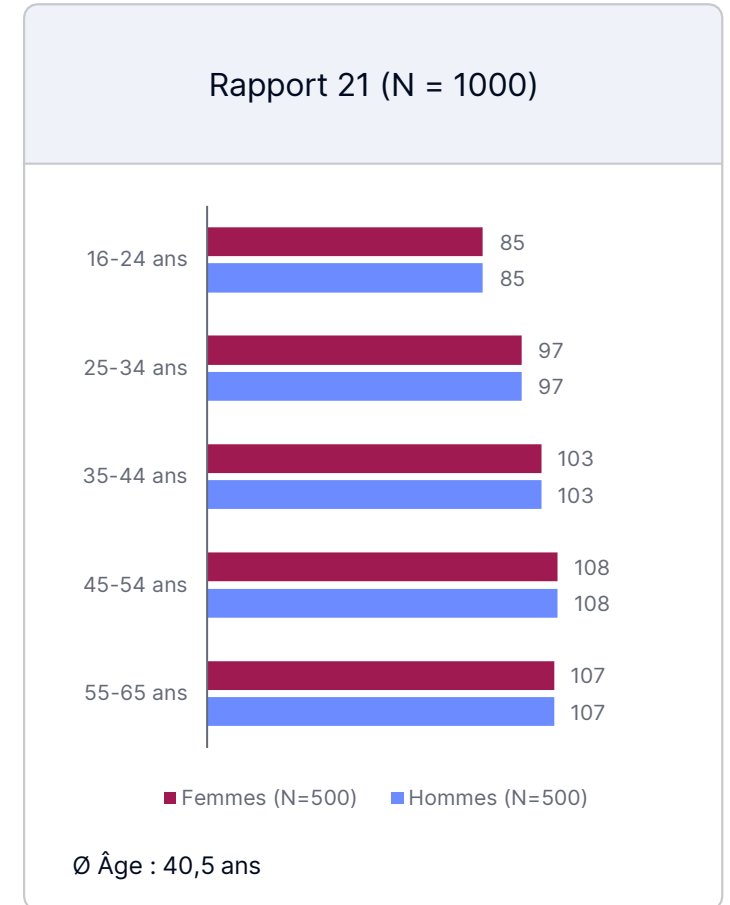
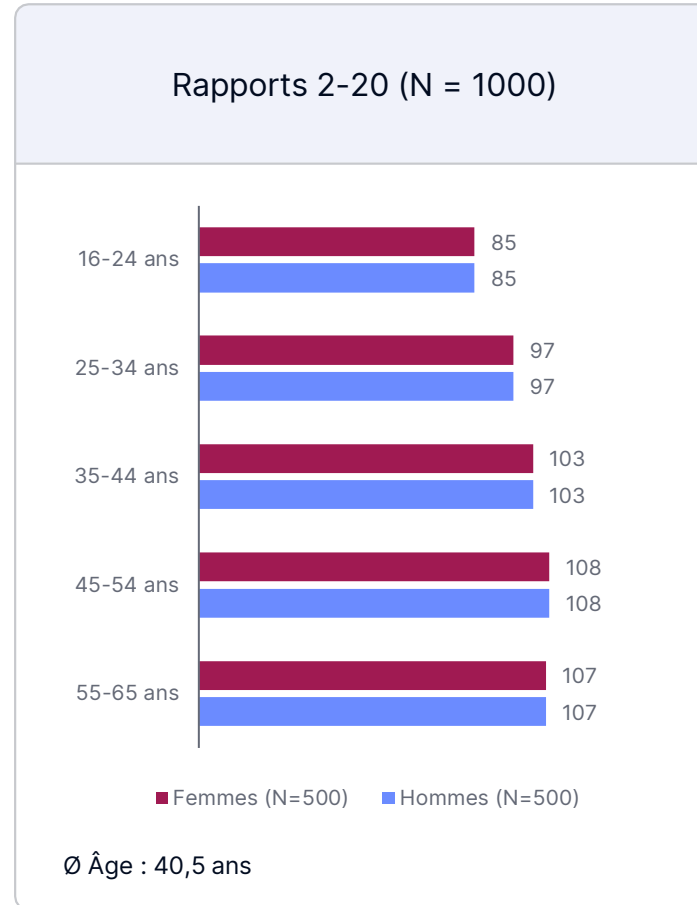
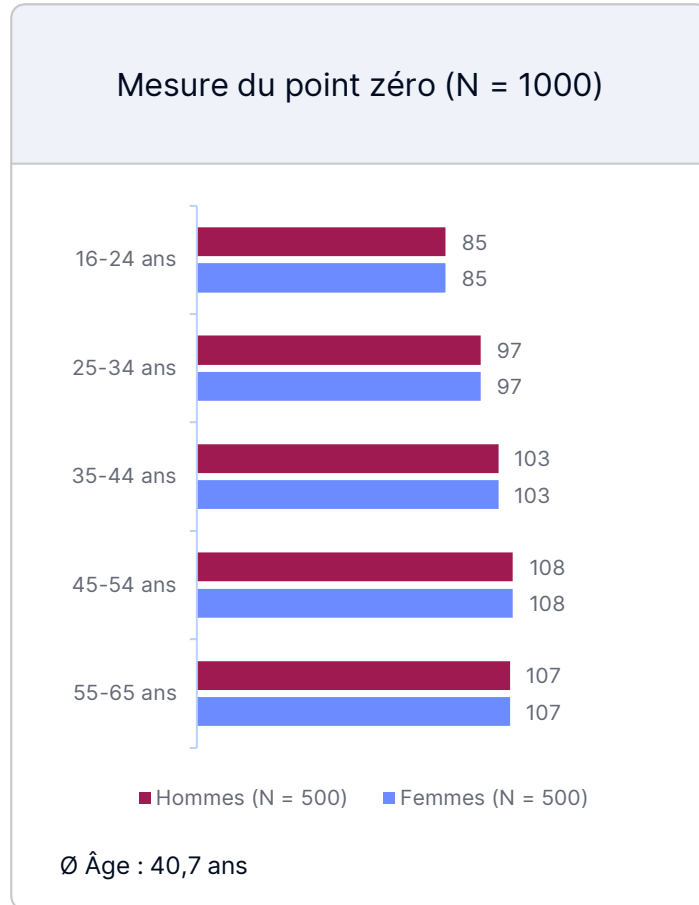
Contenu

- Questions additionnelles : **Crise de la chaîne logistique (Supply Chain)**
 - ❖ Qui a subi des retards de livraison ces derniers mois ? Sous quels délais les Français peuvent-ils espérer recevoir leurs livraisons ?
 - ❖ Quelles catégories de produits sont principalement impactées par la crise de la chaîne d'approvisionnement ?
 - ❖ Quelle est la situation de la crise en Europe ?
- 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



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



Plus d'un Français sur deux a constaté des retards dans les livraisons de produits.

- Lors des trois derniers mois, **près d'un Français sur deux** (46 %) a été confronté à une situation où un **produit n'était pas disponible** (27 %) ou a subi des **retards de livraison** (24 %).
- Les retards ont été particulièrement important dans les catégories de produits suivantes : **les vêtements et chaussures (16 %), l'alimentation (12 %) et les produits technologiques (11 %)**.
- Majoritairement, les **vêtements** ont eu un retard allant de **4 à 7 jours** (37 %), alors que les **produits technologiques** ont eu des retards plus longs allant **de plus d'une semaine à deux semaines** (48 %).



La majorité des Français a constaté des hausses de prix dans plusieurs catégories de produits.

- Une **très grande majorité** (92 %) des Français a constaté une **augmentation des prix de l'essence et du diesel** au cours de la période écoulée.
- La situation est similaire pour **le prix des denrées alimentaires** : **cinq Français sur six** (84 %) ont constaté une **augmentation** des prix. Dans la catégorie des **matériaux de construction**, ce chiffre est de 55 %.
- Dans les catégories de la **technologie** ou de **l'électronique grand public**, de **l'habillement** et du **mobilier**, environ une personne sur trois a également constaté une augmentation des prix (42-56 %).



Quelle est la situation au niveau international ?

- C'est **en Espagne que l'inquiétude face à la crise de la chaîne d'approvisionnement est la plus grande** : 85 % des personnes interrogées se disent (plutôt) inquiètes, alors que **les Français semblent être les plus détendus**, 53 % (seulement) se disent (plutôt) inquiets.
- Qu'en est-il des cadeaux de Noël ? Les cadeaux arriveront-ils à temps ? Un **peu moins d'un Français sur deux (47 %) est inquiet** au sujet des **délais de livraison**.
- La crise de la chaîne logistique semble également avoir un **impact sur le comportement d'achat des Français** : la moitié (55 %) dit **acheter davantage de produits nationaux** en raison de la crise.

03

Questions additionnelles

Crise de la chaîne logistique (Supply Chain)

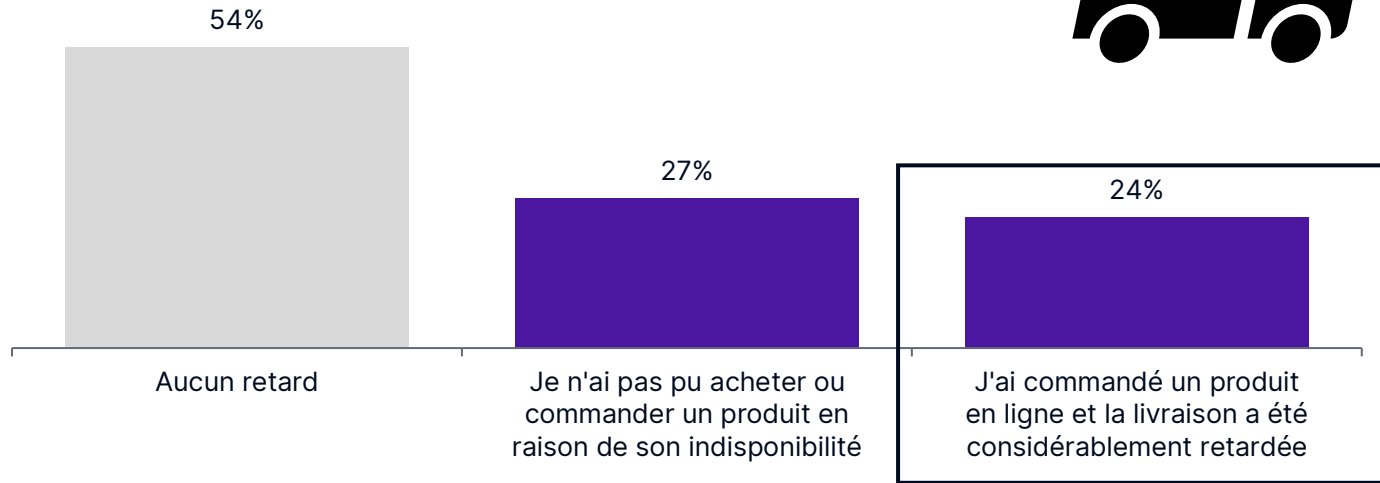
- Qui a subi des retards de livraison ces derniers mois ? Sous quels délais les Français peuvent-ils espérer recevoir leurs livraisons ?
- Quelles catégories de produits sont principalement impactées par la crise de la chaîne d'approvisionnement ?
- Quelle est la situation de la crise en Europe ?



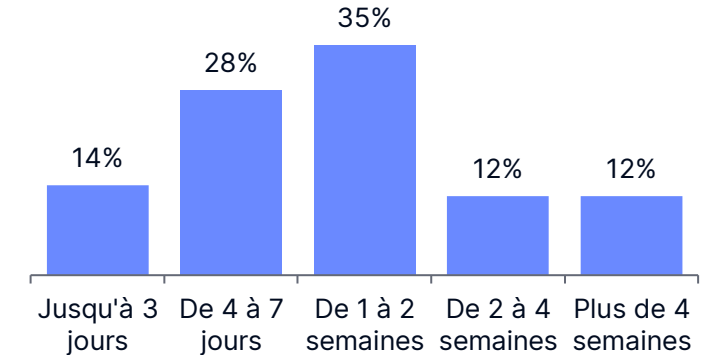
Retards de livraison conséquents

Qu'en pensent les Français ?

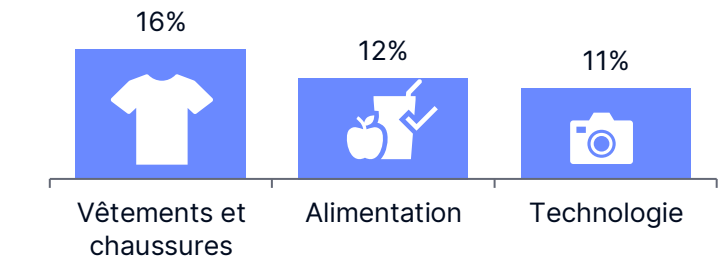
Qui a connu des problèmes d'approvisionnement au cours des trois derniers mois ?



Combien de temps avez-vous attendu votre produit ?



Pour quelle(s) catégorie(s) de produits avez-vous eu une pénurie ou un retard de livraison au cours des 3 derniers mois ? *Top 3*



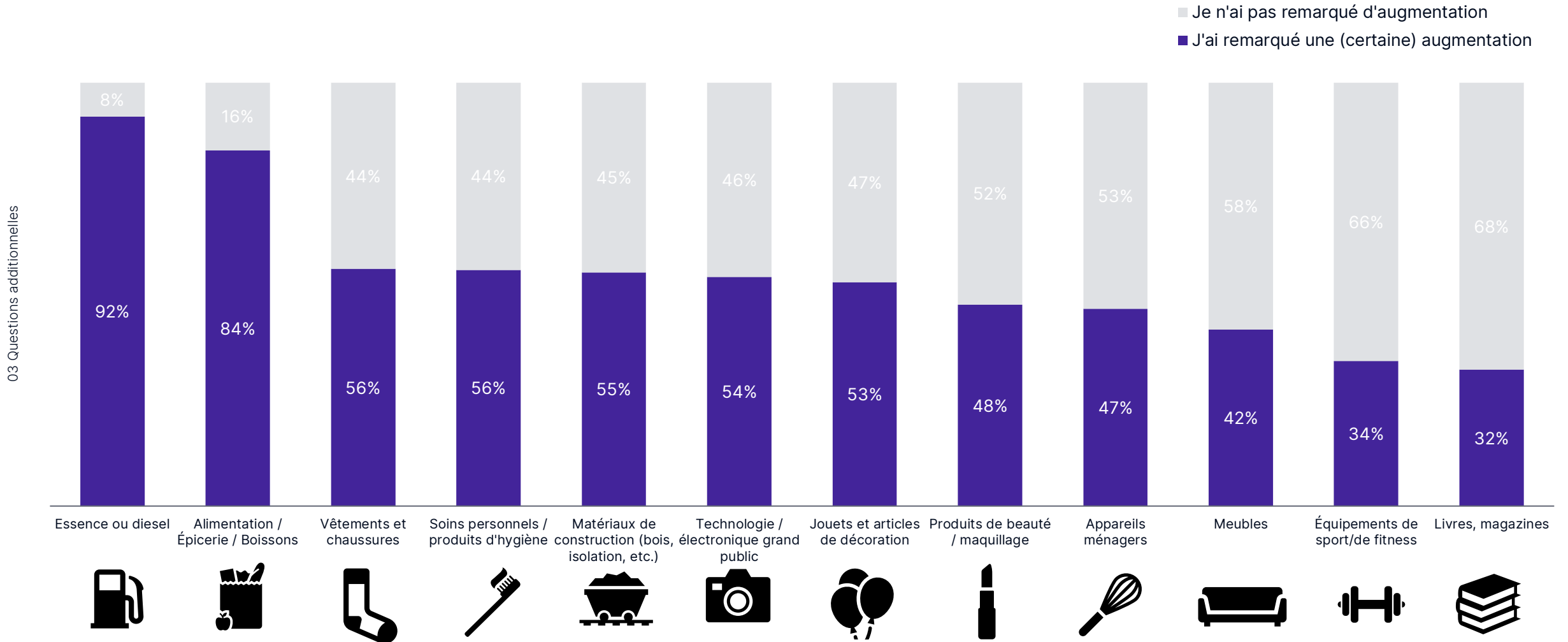
03 Questions additionnelles



- **Près d'un Français sur deux (46 %)** a connu, au cours des trois derniers mois, une situation dans laquelle un **produit n'était pas disponible (27 %)** ou a subi des **retards de livraison importants (24 %)**.
- Les retards ont été particulièrement importants dans les catégories de produits suivantes : **les vêtements et chaussures (16 %)**, **l'alimentation (12 %)** et **les produits technologies (11 %)**.
 - ❖ Majoritairement, les vêtements ont eu un retard allant de 4 à 7 jours (37 %), alors que les produits technologiques ont eu des retards plus longs allant de plus d'une semaine à deux semaines (48 %).

Explosion des prix ?

Dans quelle mesure avez-vous remarqué une **augmentation des prix** dans les catégories de produits suivantes ?

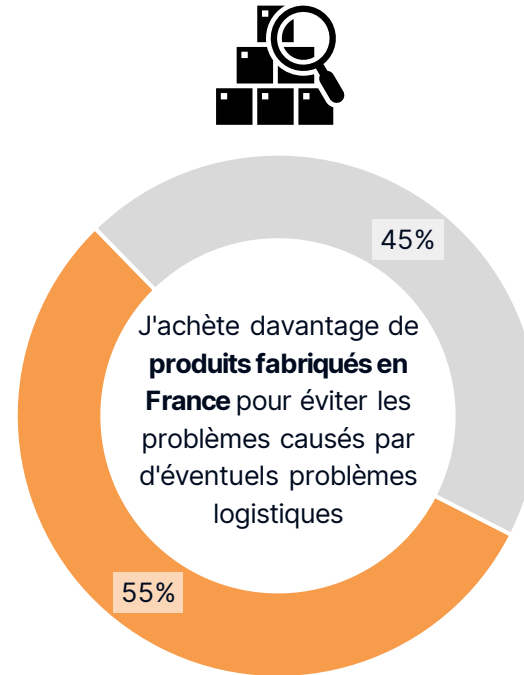
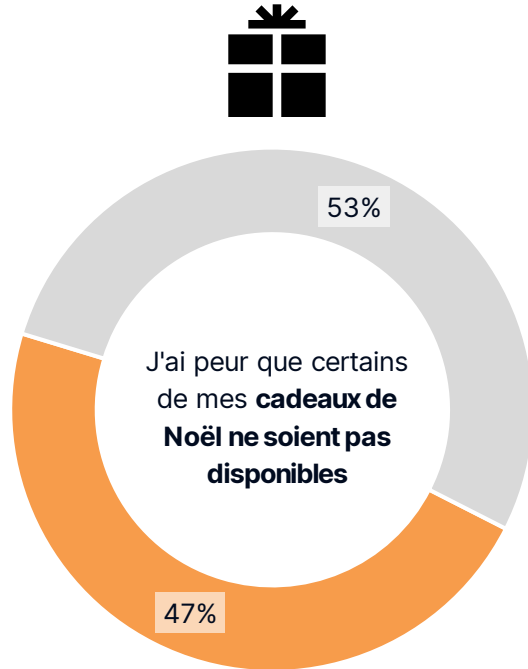


Conséquences de la crise : inquiétude pour les cadeaux de Noël et consommation régionale

Qui est inquiet ?

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les déclarations suivantes ?

- (Plutôt) d'accord
- (Plutôt) pas d'accord



- **Plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles sont susceptibles de craindre que les cadeaux ne soient pas livrés à temps pour Noël.** Dans le groupe des 16-24 ans, par exemple, 25 % se disent inquiets, contre seulement 16 % chez les 55-65 ans.



Comment les autres pays d'Europe perçoivent-ils la crise de la chaîne logistique ?

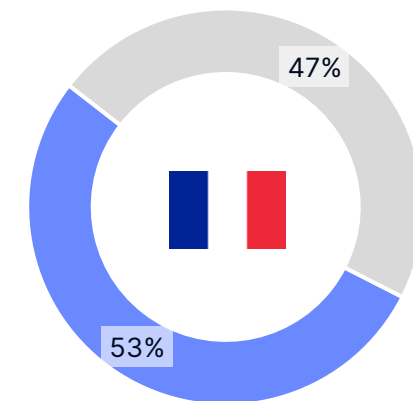
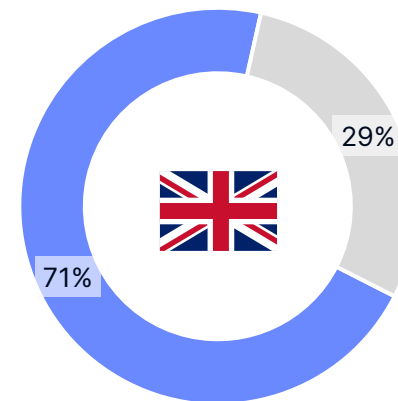
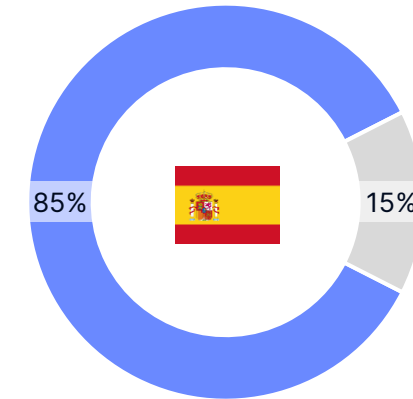
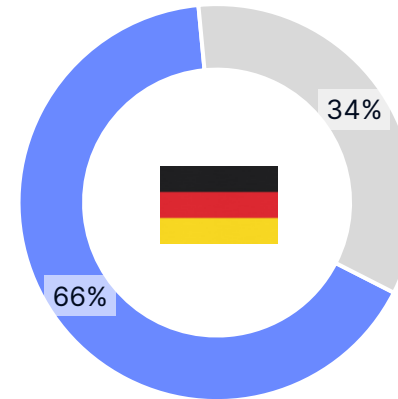
Comparaison entre l'Allemagne, l'Espagne, le Royaume-Uni et la France



03 Questions additionnelles

Dans quelle mesure êtes-vous personnellement préoccupé par la crise mondiale de la chaîne d'approvisionnement ?

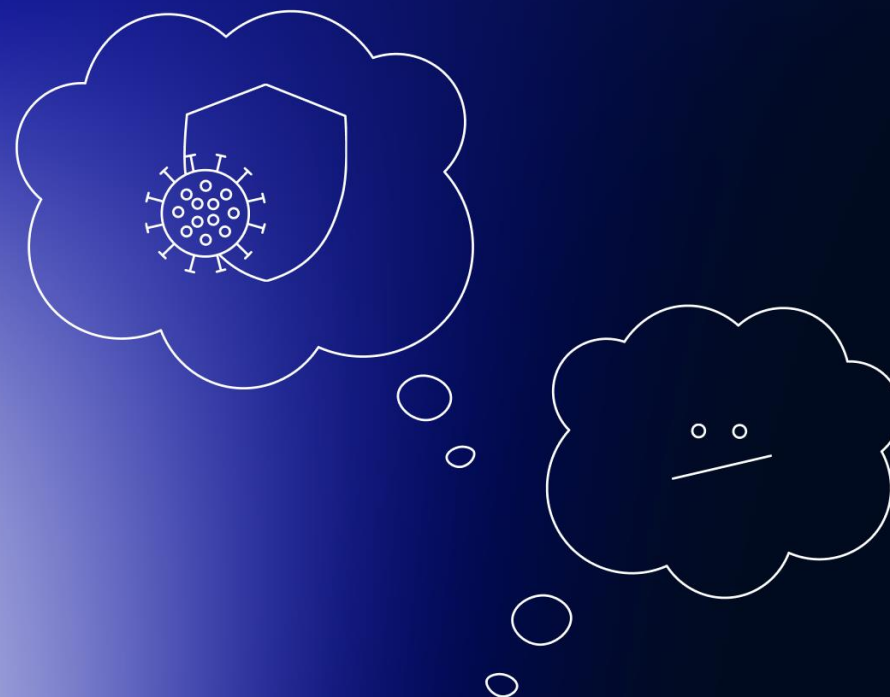
- (Plutôt) préoccupé
- (Plutôt) pas préoccupé



04

Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Sentiments, problèmes et inquiétudes

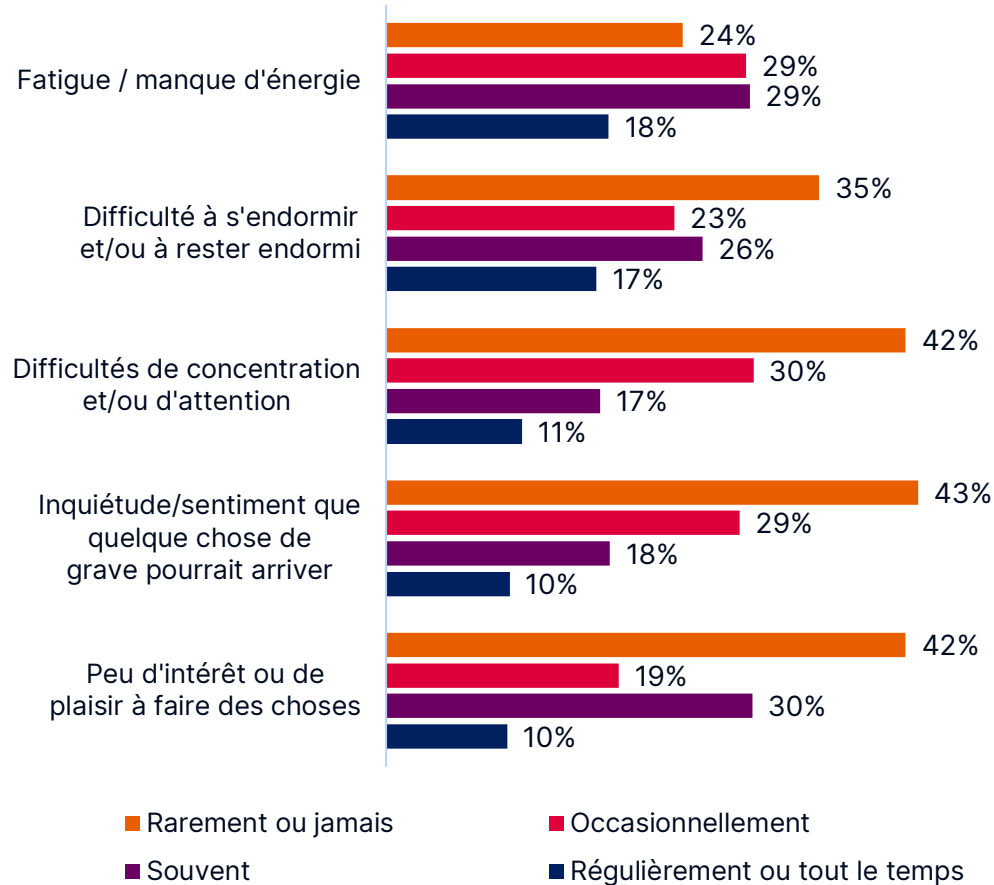


Comment se sentent les Français ?

Échantillon total

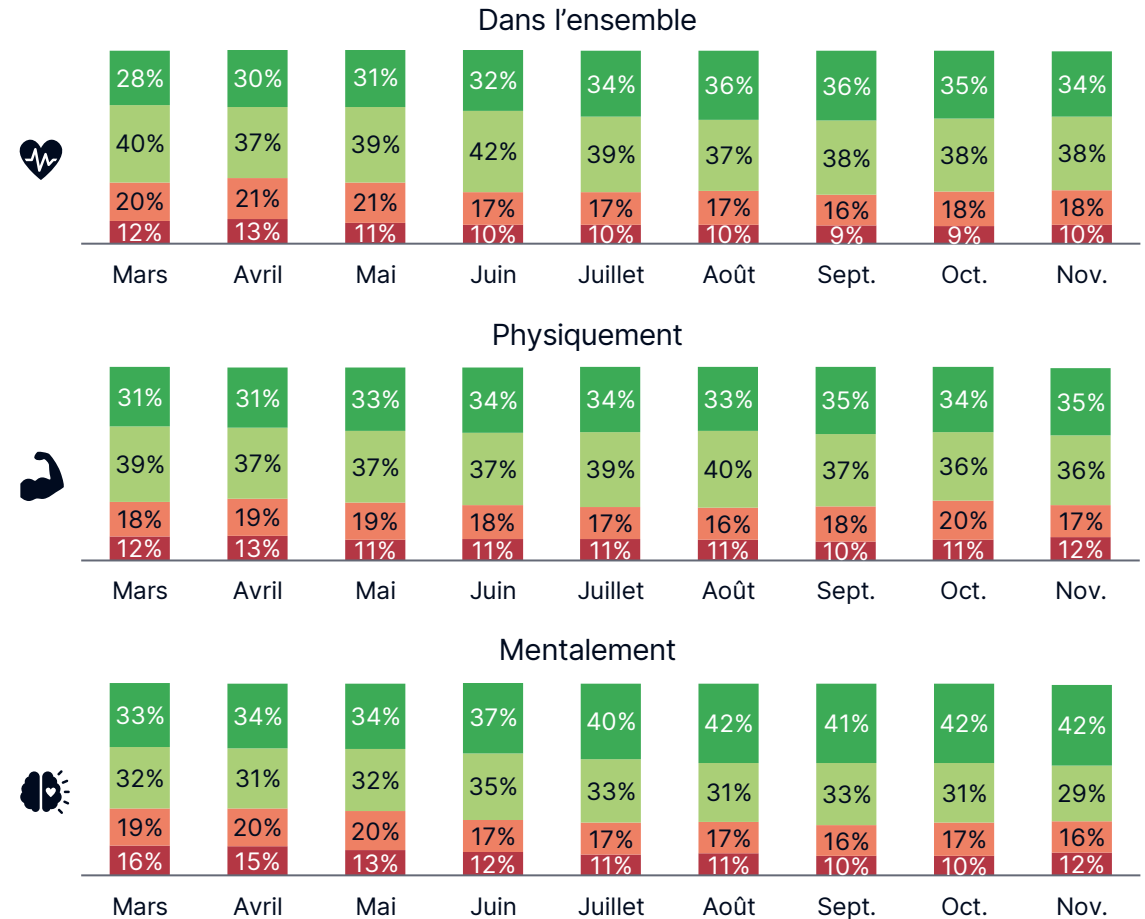
À quelle fréquence as-tu ressenti les émotions/symptômes suivants au cours de la semaine passée / des deux dernières semaines ?

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



Comment te sens-tu ?*

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

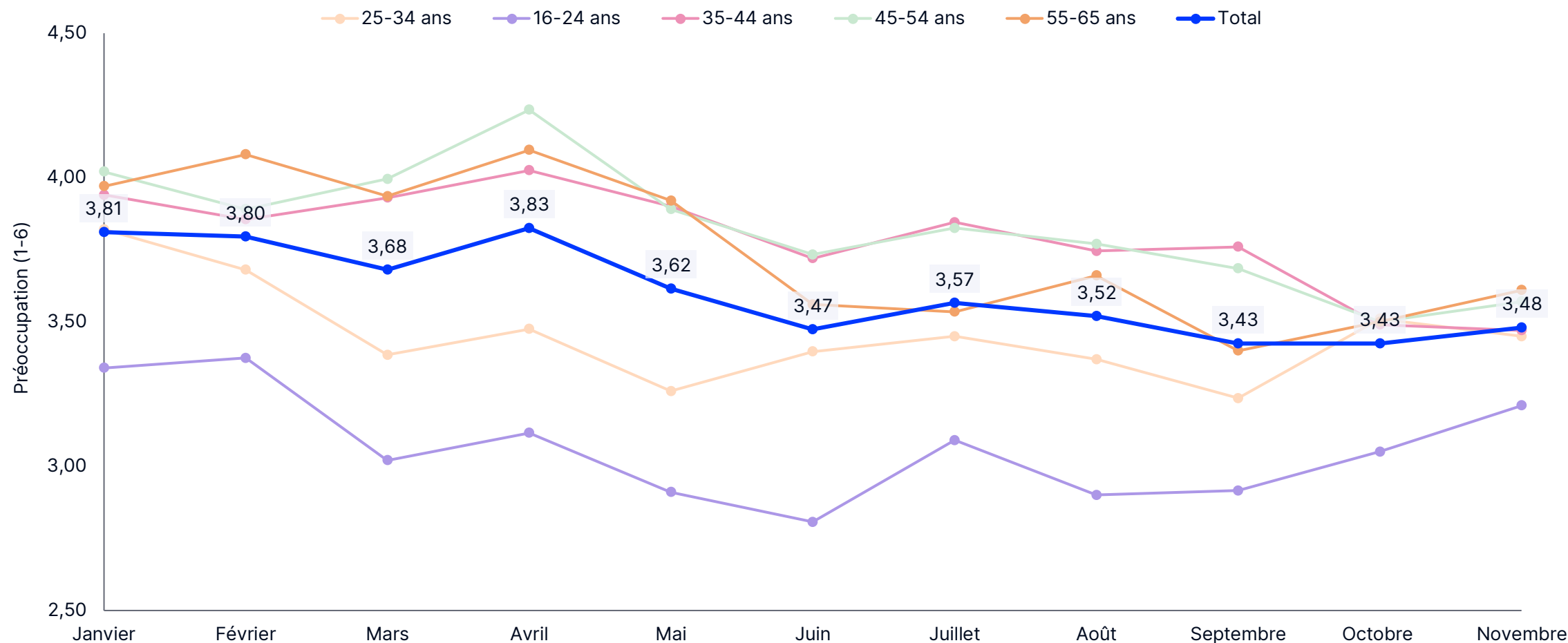


Les Français sont-ils préoccupés par leur santé ?

Échantillon total*



04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

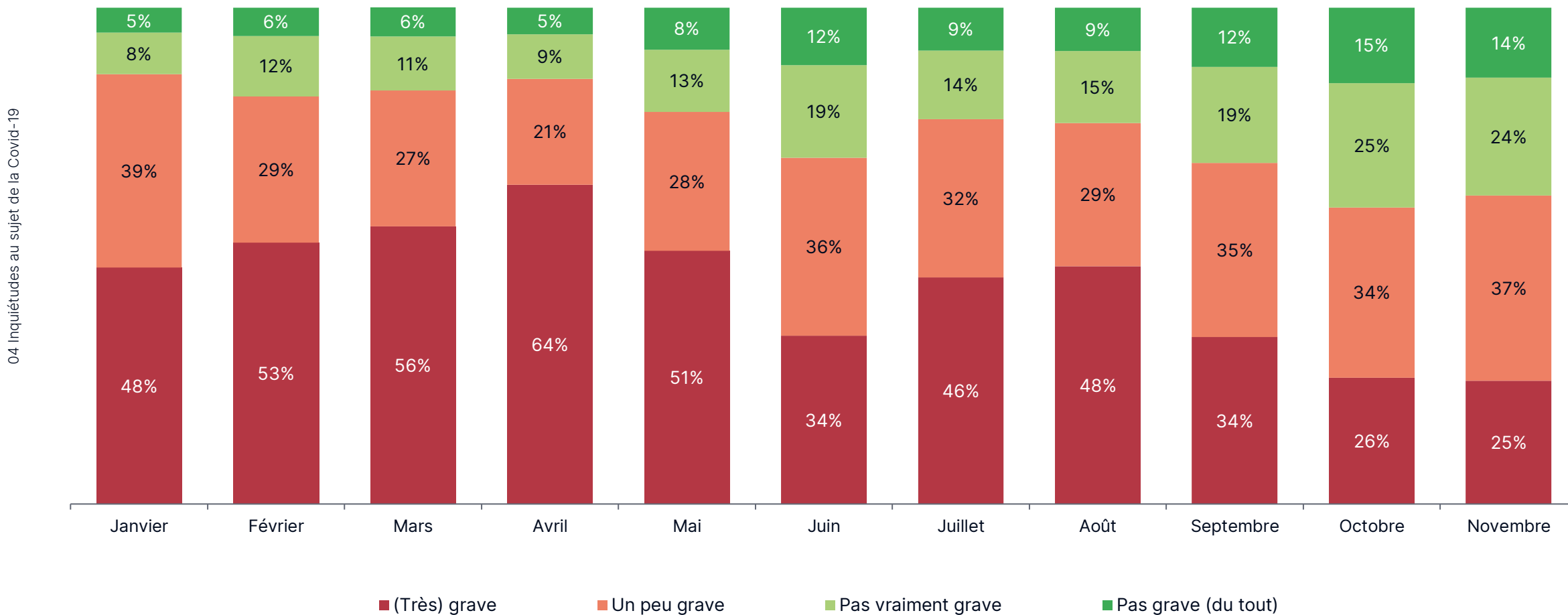


Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

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 ?

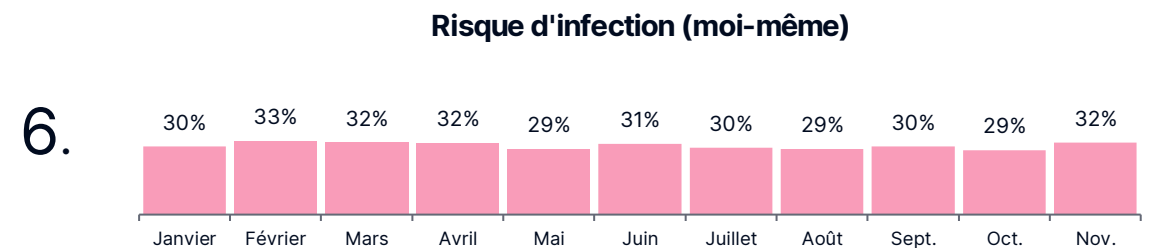
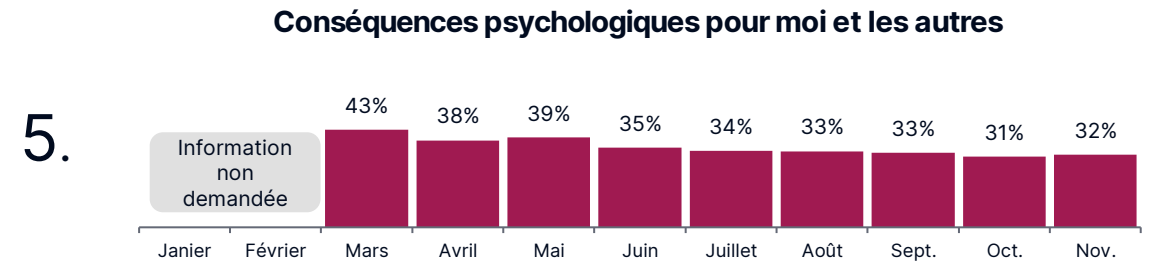
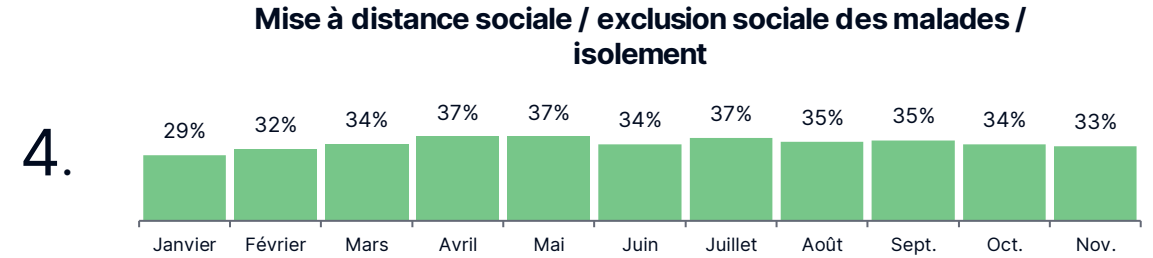
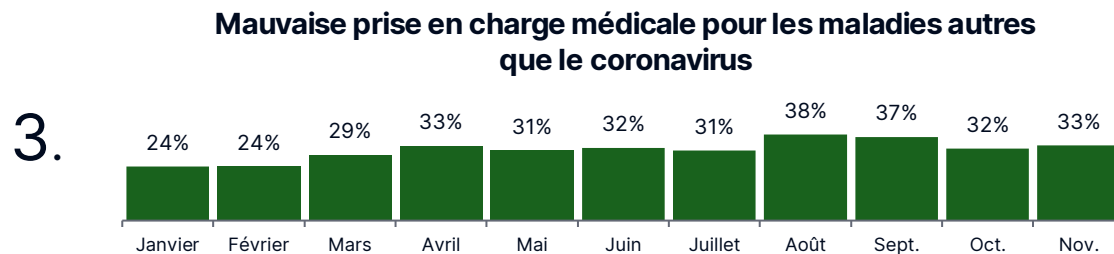
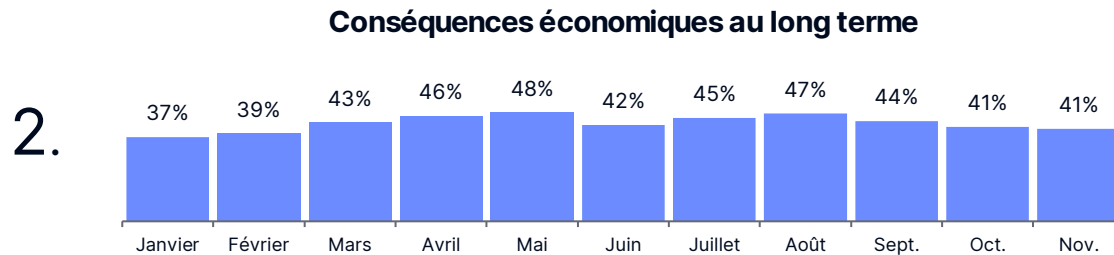
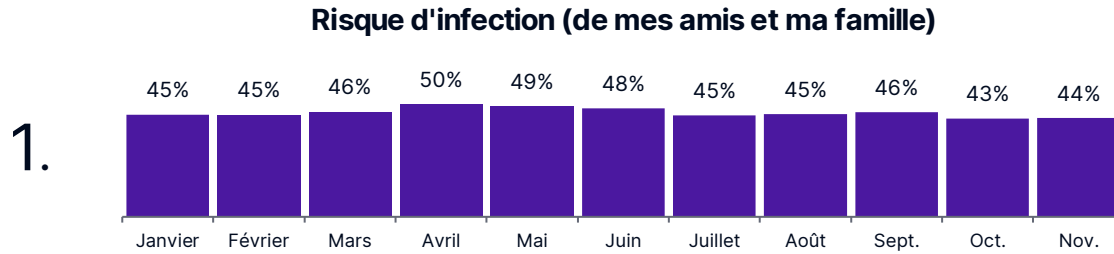
(1 = Pas du tout satisfait // 6 = Très satisfait)*

Rang	Domaines	Moyenne Mars	Moyenne Avril	Moyenne Mai	Moyenne Juin	Moyenne Juillet	Moyenne Août	Moyenne Septembre	Moyenne Octobre	Moyenne Novembre
1	Nutrition/alimentation	4	4	4	4	4	4	4,1	4	4,1
2	Liberté de mouvement / mobilité	3,2	3,3	3,3	3,7	3,9	3,8	4	4	4
3	Sécurité	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	4	3,9	3,9
4	Vie sociale	3,2	3,2	3,3	3,7	3,8	3,8	3,9	3,9	3,9
5	Relations / rendez-vous amoureux	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	4	4	3,9
6	Divertissement	3	3	3	3,7	3,8	3,7	3,9	3,9	3,9
7	Éducation/travail	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	3,9	3,9	3,8	3,8
8	Vacances/voyages	2,5	2,5	2,6	3,2	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5

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



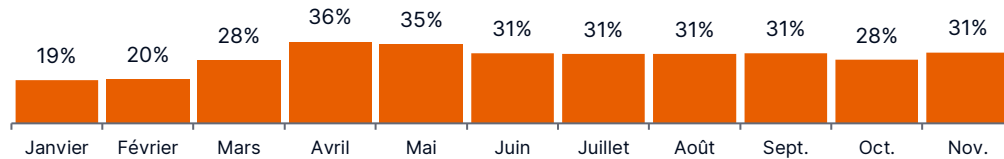
Quelles sont les principales préoccupations des Français en lien avec le coronavirus ? (2/2)

Échantillon total - Triées par fréquence

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

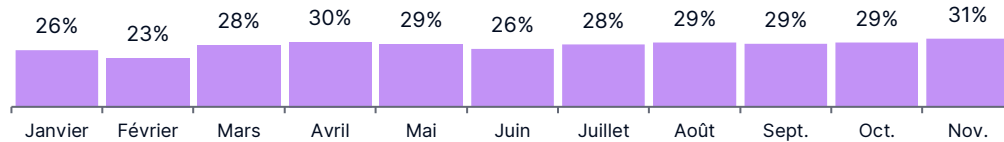
7.

Interdiction des événements privés (par exemple, les mariages, les funérailles, ...)



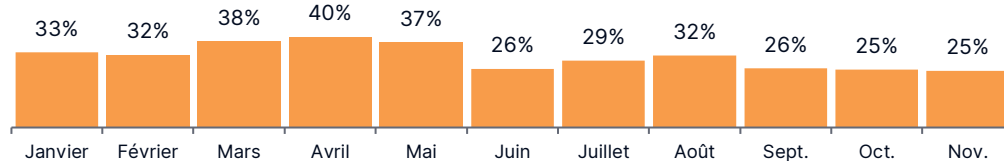
8.

Conséquences financières personnelles (p. ex. chômage)



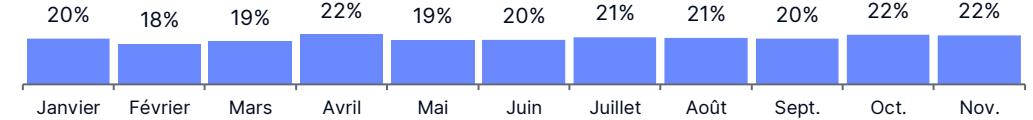
9.

"Extinction" à long terme du secteur gastronomique et culturel



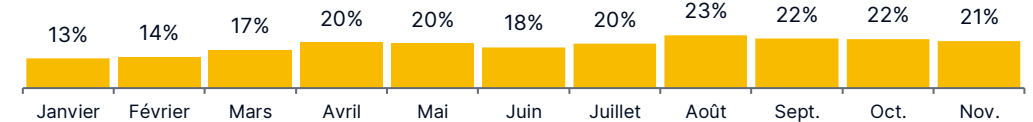
10.

Mauvaise prise en charge médicale d'infections du coronavirus



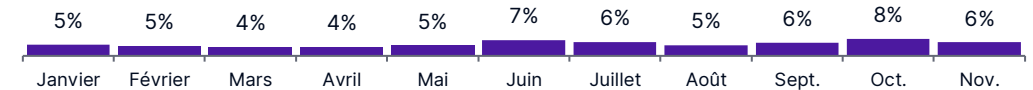
11.

Soins inadéquats ou insuffisants pour les enfants et les personnes nécessitant des soins



12.

Je n'ai aucune préoccupation



05

Retour à la vie normale

Progrès de la vaccination et vie quotidienne (professionnelle)



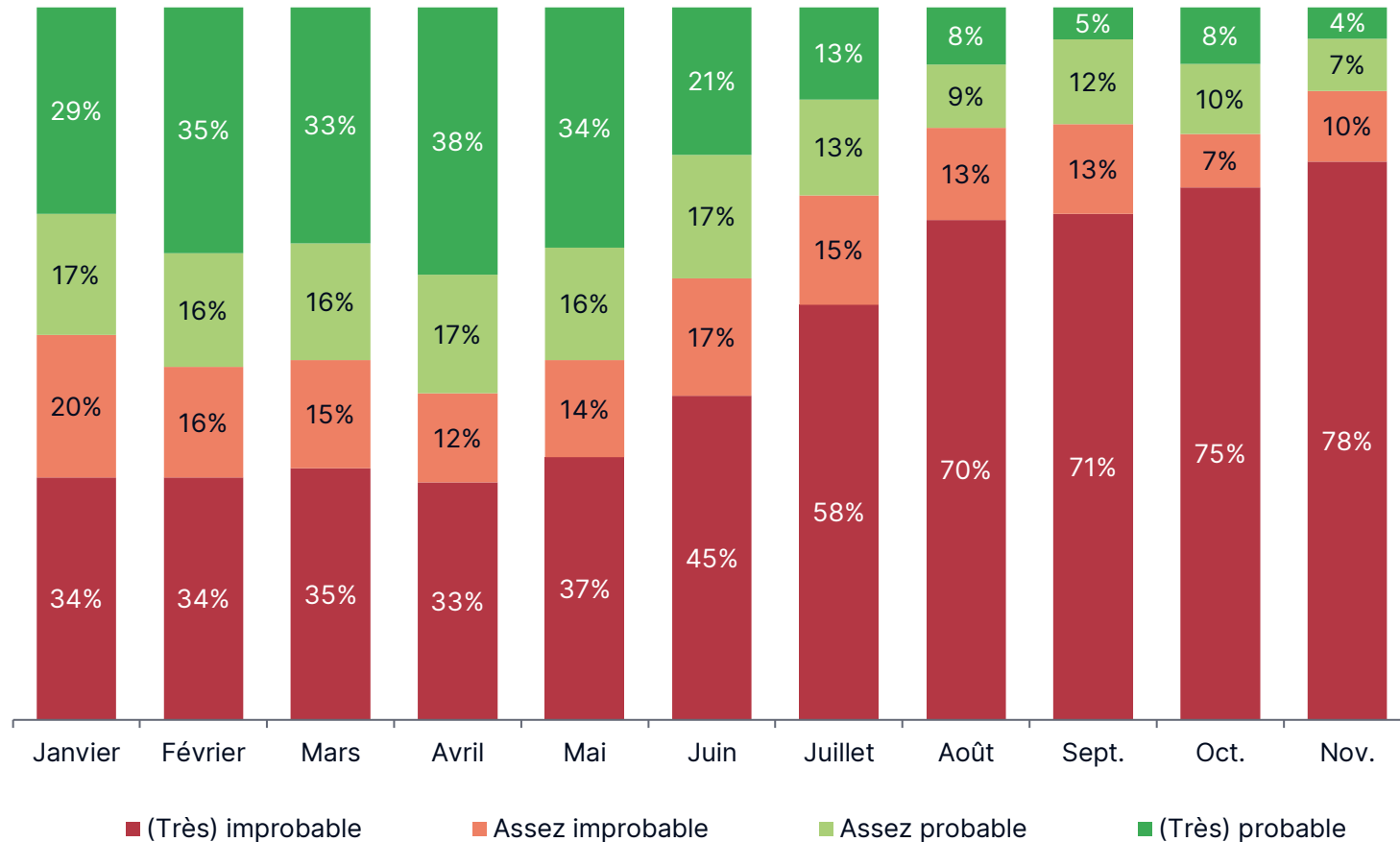
Volonté de se faire vacciner et progrès en matière de vaccination

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 ?*

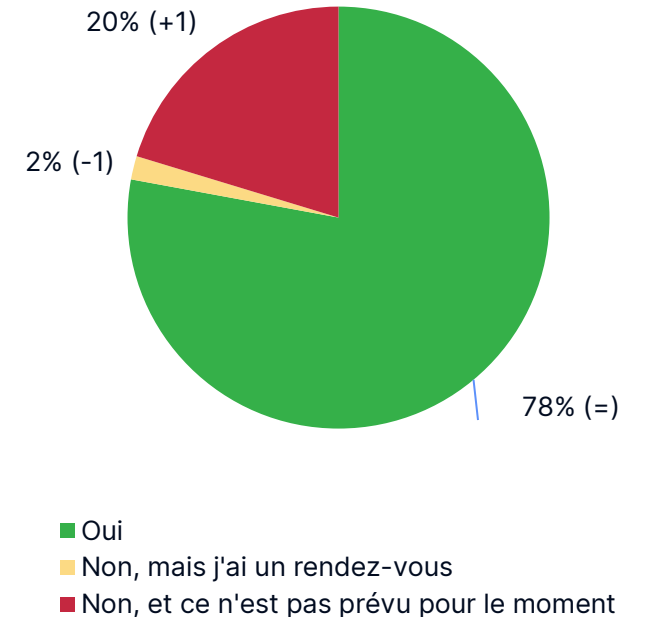


05 Retour à la vie normale



As-tu déjà été vacciné contre le coronavirus ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



Raisons contre la vaccination

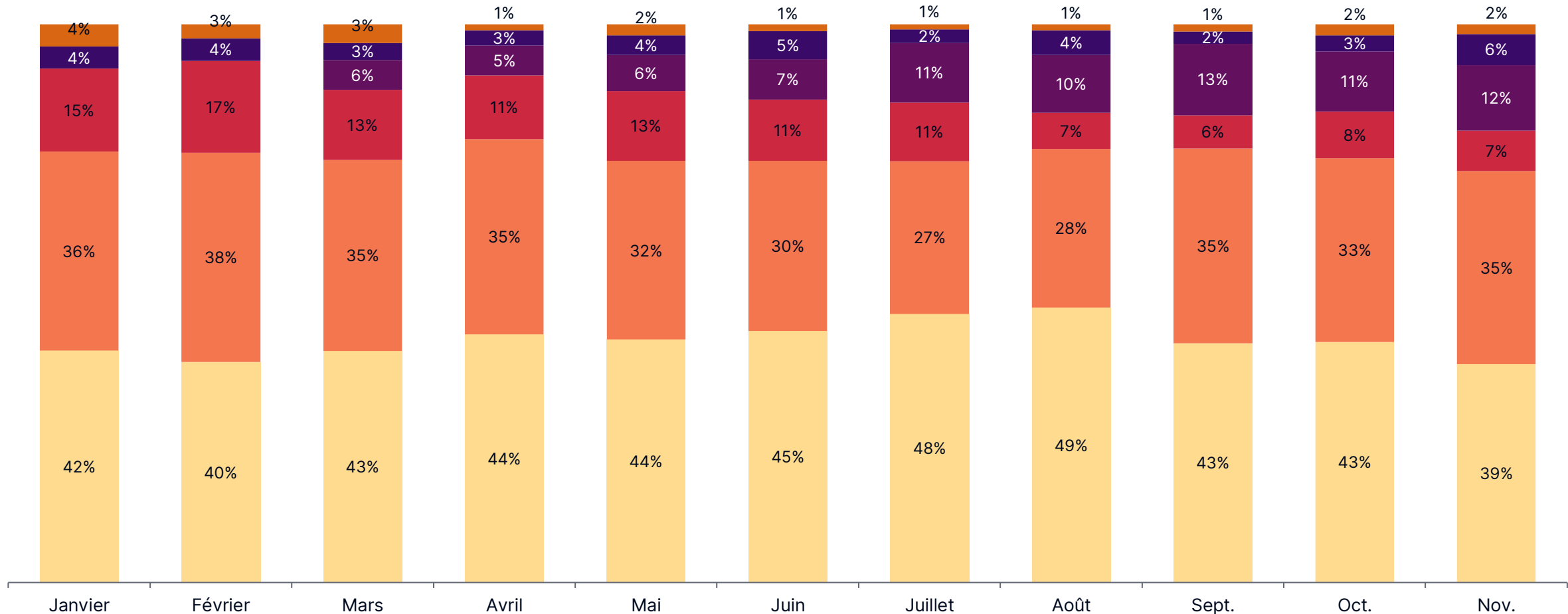
Répondants qui ne seraient (plutôt) pas susceptibles de se faire vacciner

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



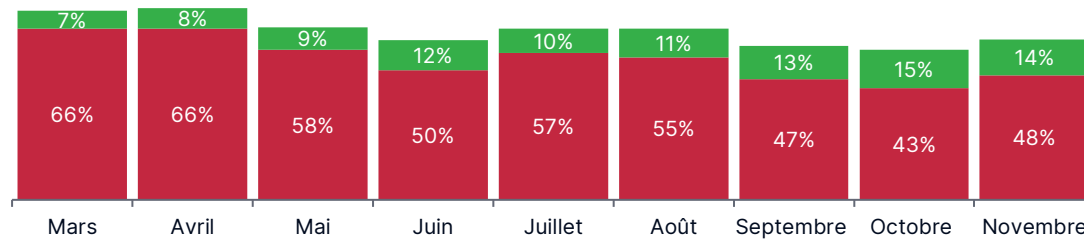
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

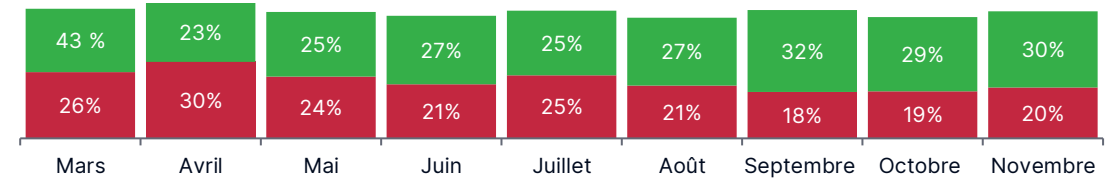
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

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)

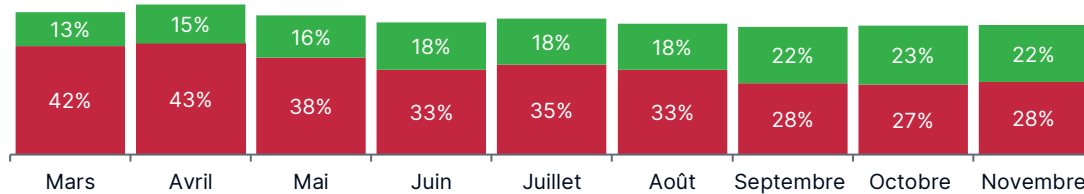
Se rendre à des grands événements (plus de 1000 personnes)



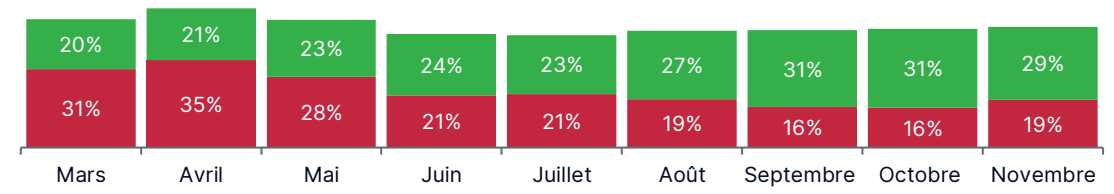
Aller au musée



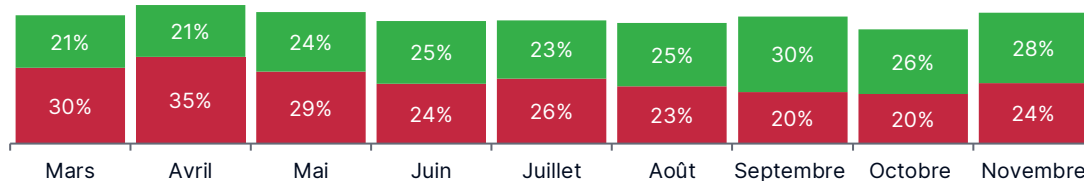
Aller à la salle de sport



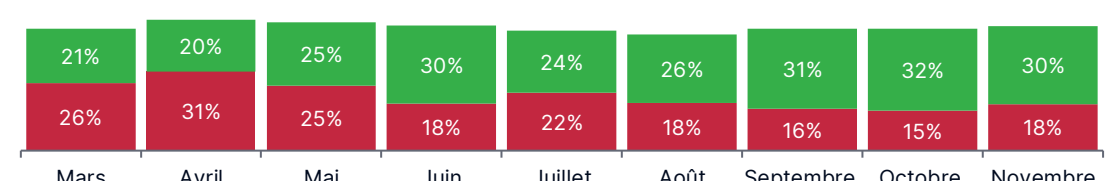
Aller au restaurant/bar



Aller au cinéma



Faire des (courts) voyages le week-end



* Indépendamment des réglementations actuellement applicables en France en lien avec le coronavirus, dans quelle mesure trouves-tu les activités suivantes sûres ? » (Base N = 1000)

(* Les données sont calculées à partir de la moyenne des données recueillies sur l'ensemble du mois)

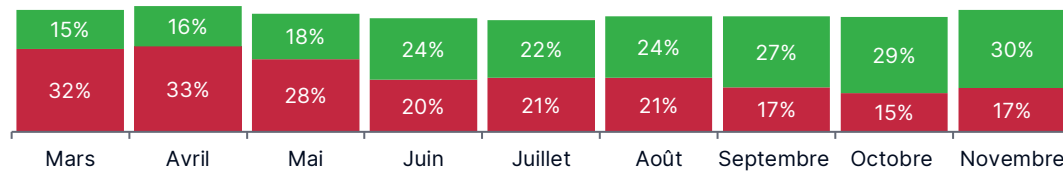
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

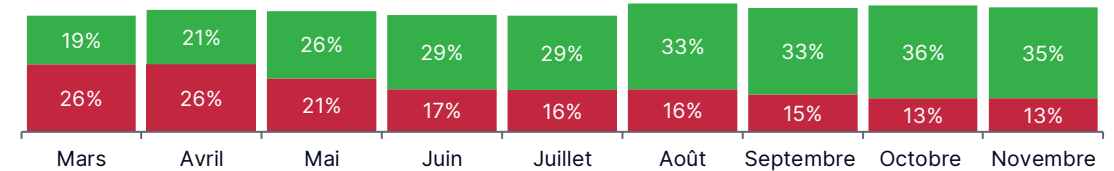
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

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)

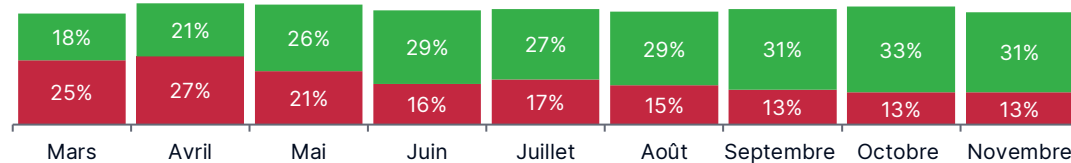
Aller dans un centre commercial



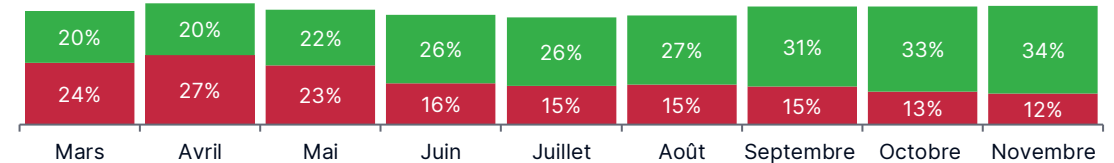
Aller au bureau



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



Aller au supermarché

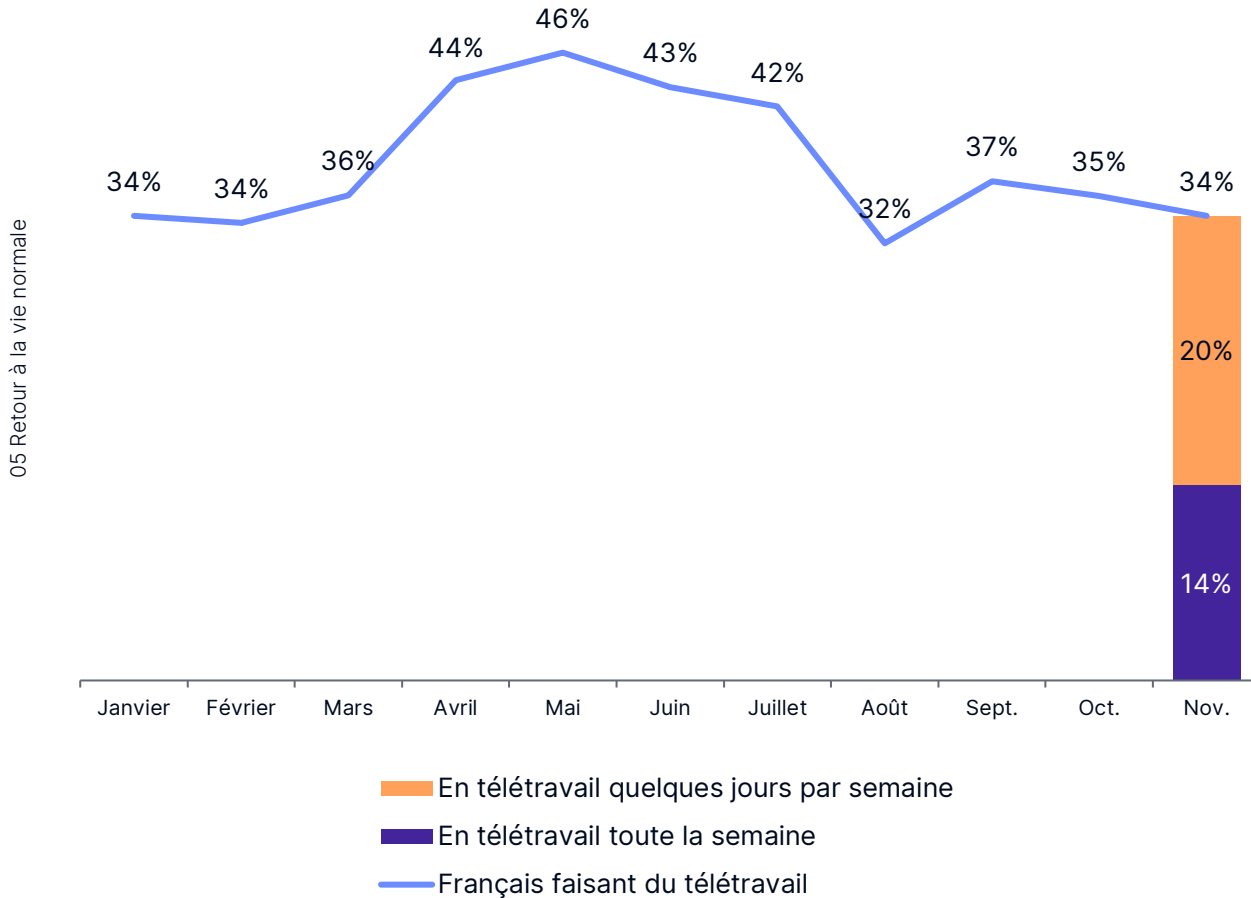


05 Retour à la vie normale

Combien de Français télétravaillent ?

Actuellement : **34 % des employés**

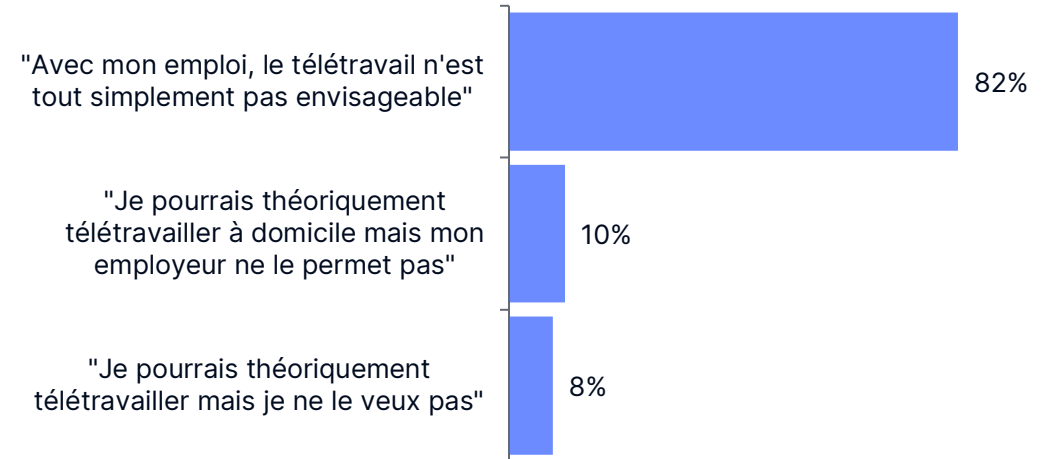
Courbe des employés faisant du télétravail, et fréquence*



Combien de Français ne télétravaillent pas ?

Actuellement : **66% des employés**

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

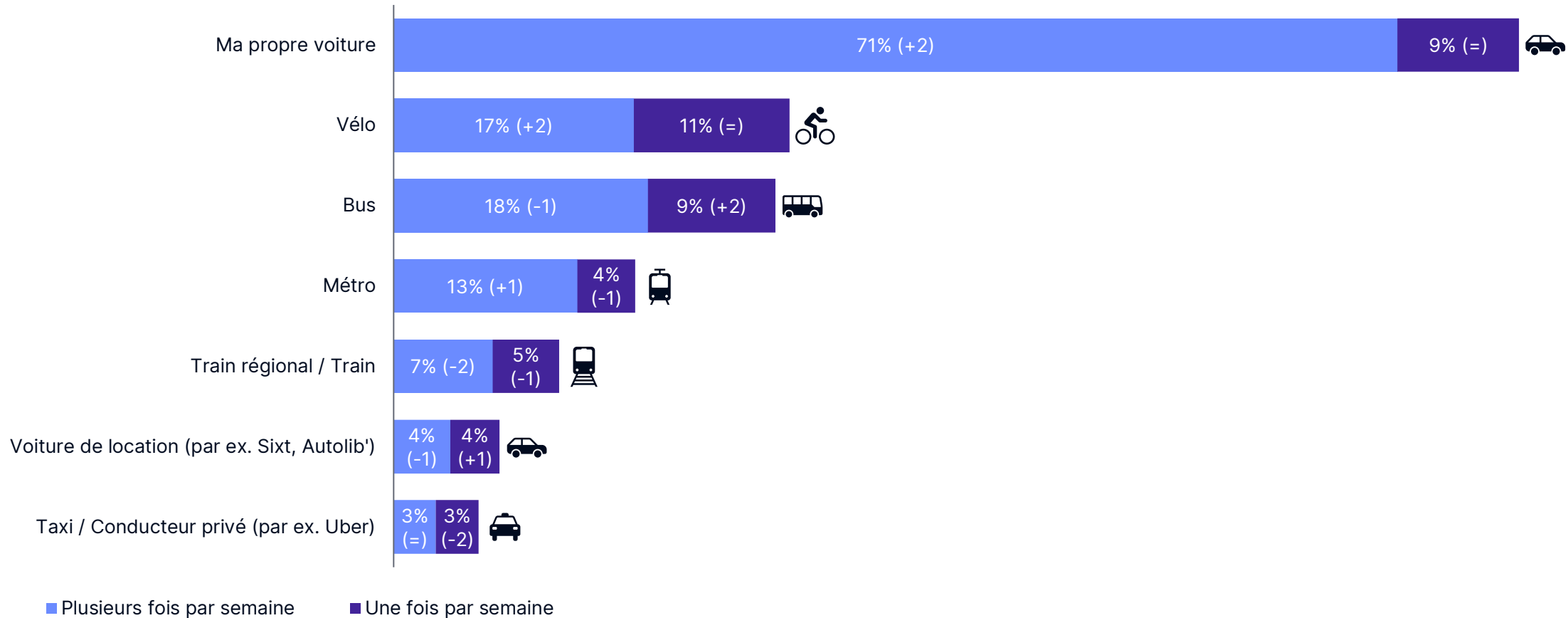


Moyens de transport et services de mobilité dans la vie quotidienne

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	Novembre
1	 Métro	65 %	62 %	60 %	54 %	45 %	46 %	49 %	42 %	39 %	38 %
2	 Bus	53 %	48 %	46 %	39 %	32 %	32 %	34 %	29 %	26 %	27 %
3	 Avion	46 %	41 %	38 %	33 %	29 %	29 %	29 %	24 %	25 %	25 %
4	 Train régional / train	45 %	42 %	39 %	33 %	27 %	27 %	30 %	25 %	24 %	25 %
5	 Bateau/ferry	35 %	34 %	35 %	29 %	26 %	27 %	25 %	22 %	21 %	24 %
6	 Conducteur privé / Taxi	28 %	23 %	22 %	18 %	17 %	18 %	17 %	14 %	13 %	14 %
7	 Voiture de location	<i>Information non demandée</i>	16 %	19 %	15 %	13 %	15 %	13 %	12 %	13 %	13 %

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*



06 Comportement d'achat

		Catégorie de produits	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre
1		Nourriture/Épicerie	93 %	92 %	91 %	90 %	90 %	91 %	92 %	91 %	92 %
		En ligne	9 %	12 %	11 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %	9 %
		En magasin	71 %	70 %	69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	70 %	72 %
2		Boissons non alcoolisées	78 %	76 %	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	77 %	76 %
		En ligne	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %	6 %
		En magasin	63 %	62 %	61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	62 %	61 %
3		Produits de soins personnels / d'hygiène	68 %	72 %	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	70 %	71 %
		En ligne	11 %	14 %	15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %	12 %
		En magasin	51 %	52 %	51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	51 %	50 %
4		Vêtements	43 %	48 %	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	60 %	63 %
		En ligne	20 %	27 %	31 %	24 %	24 %	20 %	19 %	24 %	24 %
		En magasin	17 %	15 %	10 %	25 %	29 %	29 %	29 %	27 %	28 %
5		Médicaments	50 %	56 %	54 %	54 %	53 %	52 %	56 %	58 %	61 %
		En ligne	3 %	5 %	5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	6 %	4 %
		En magasin	44 %	46 %	46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	49 %	52 %
6		Boissons alcoolisées	50 %	51 %	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	54 %	51 %
		En ligne	5 %	7 %	7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %	4 %
		En magasin	41 %	40 %	40 %	42 %	41 %	45 %	46 %	43 %	43 %

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

Échantillon total*



06 Comportement d'achat

		Catégorie de produits	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre
7		Produits de beauté / maquillage	34 %	40 %	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	44 %	45 %
		En ligne	11 %	15 %	15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %	14 %
		En magasin	19 %	21 %	22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	25 %	25 %
8		Chaussures	26 %	33 %	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	43 %	44 %
		En ligne	10 %	17 %	20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %
		En magasin	13 %	12 %	10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %	22 %
9		Livres/magazines	35 %	38 %	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	42 %	41 %
		En ligne	12 %	14 %	14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	14 %	12 %
		En magasin	18 %	21 %	19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	24 %	22 %
10		Divertissement (enfants, jeux de société)	21 %	26 %	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	38 %	41 %
		En ligne	11 %	14 %	15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %	14 %
		En magasin	7 %	9 %	10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	17 %	18 %
11		Objets de décoration / bibelots	22 %	25 %	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	31 %	31 %
		En ligne	8 %	9 %	10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %	10 %
		En magasin	11 %	12 %	10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	16 %	16 %
12		Vaisselle/équipement de cuisine	17 %	22 %	20 %	24 %	25 %	21 %	25 %	27 %	28 %
		En ligne	6 %	7 %	6 %	7 %	8 %	5 %	6 %	7 %	6 %
		En magasin	10 %	13 %	12 %	14 %	14 %	13 %	16 %	16 %	18 %

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

Échantillon total*



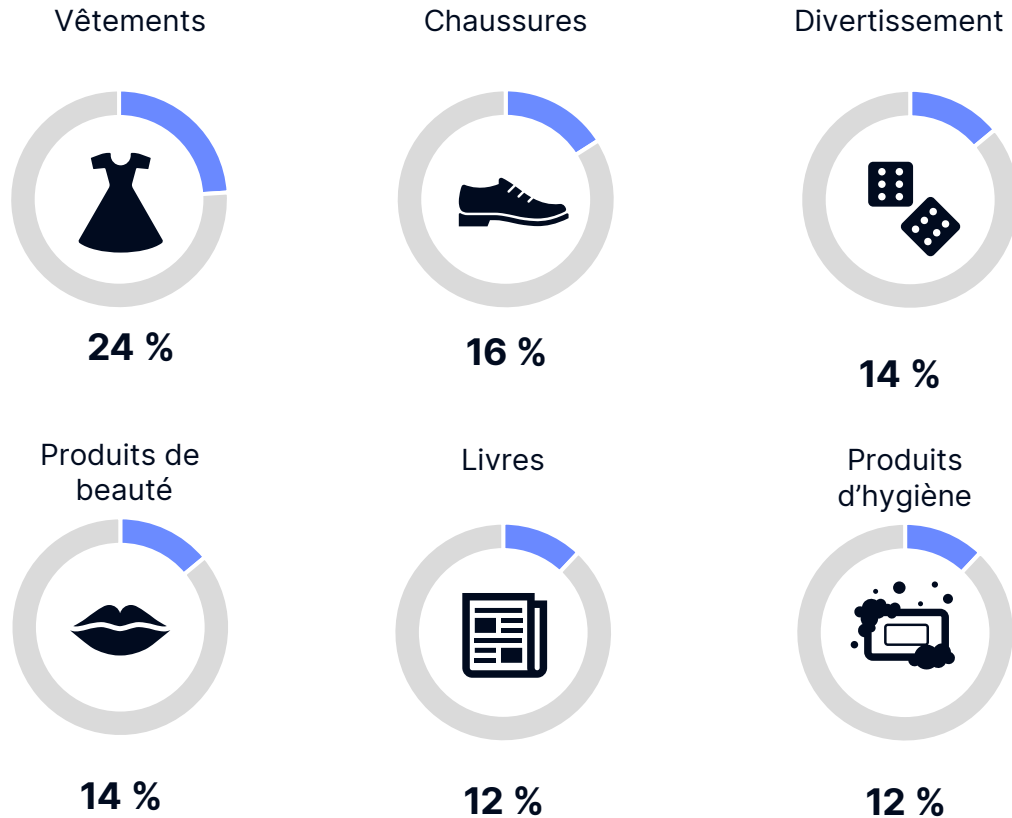
06 Comportement d'achat

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

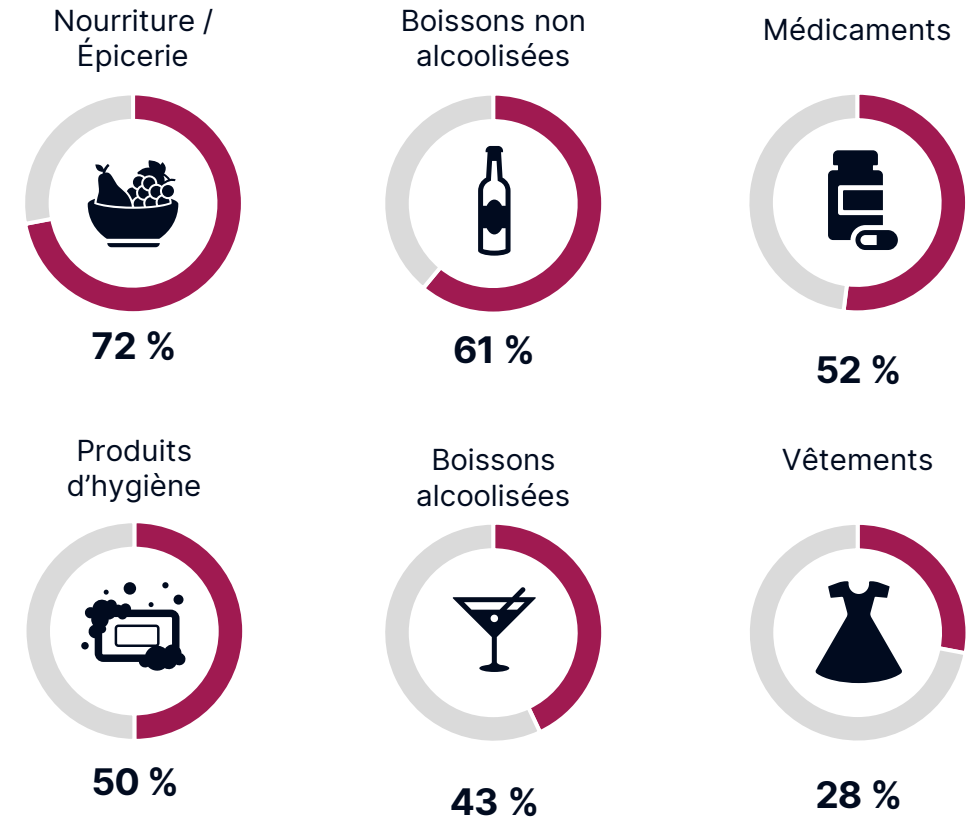
Gros plan sur les achats en ligne et hors ligne

Échantillon total

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



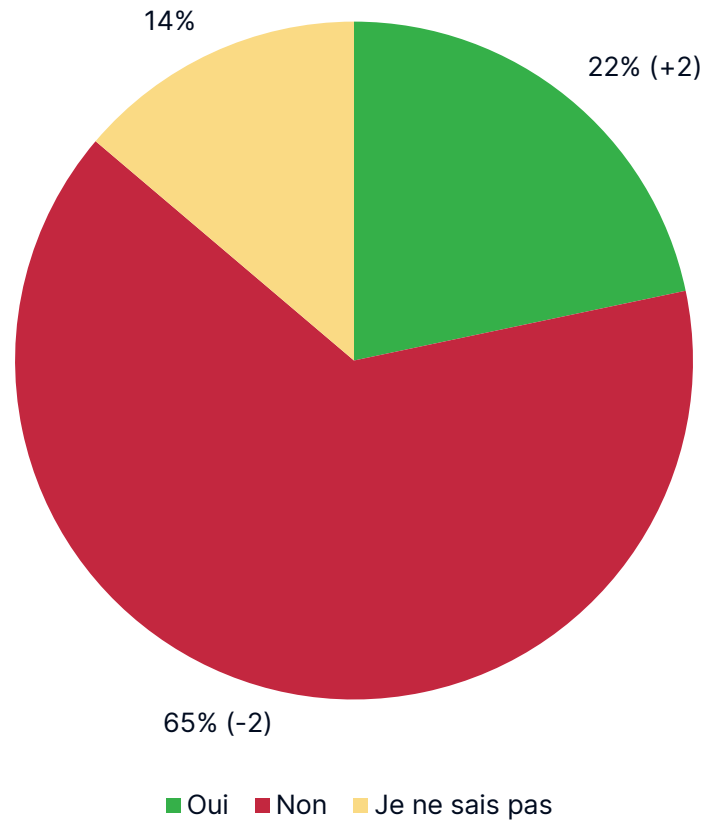
Top 6 : Produits achetés **hors ligne** la semaine dernière



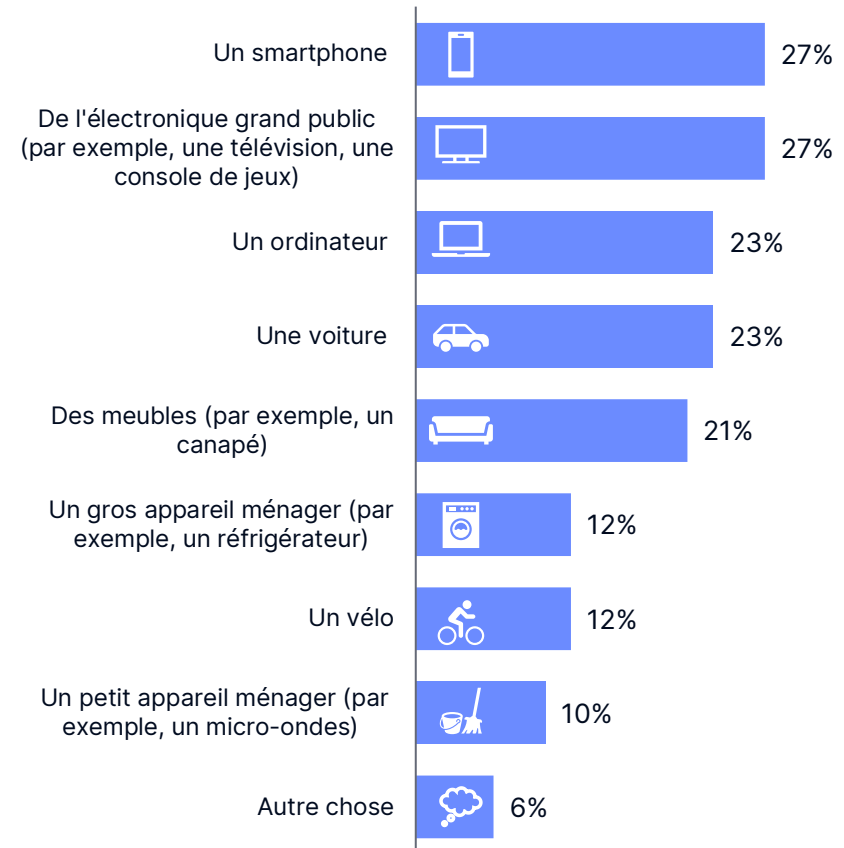
Baromètre de la consommation

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

