

rapport

corona

cappinno

Numéro 22 – 17.11.2021

 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](#)

[Rapport 22 – 17.11.2021](#)

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

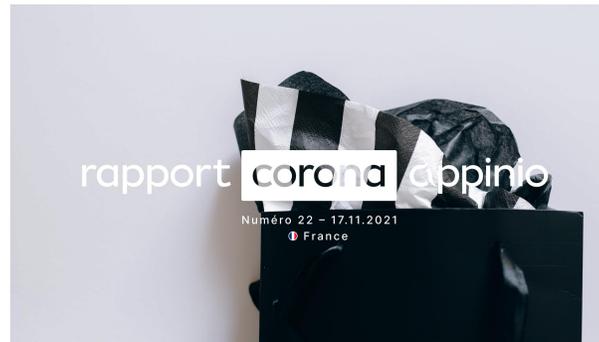
1. Inscription gratuite

- 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 12/11/2021 au 15/11/2021
- 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

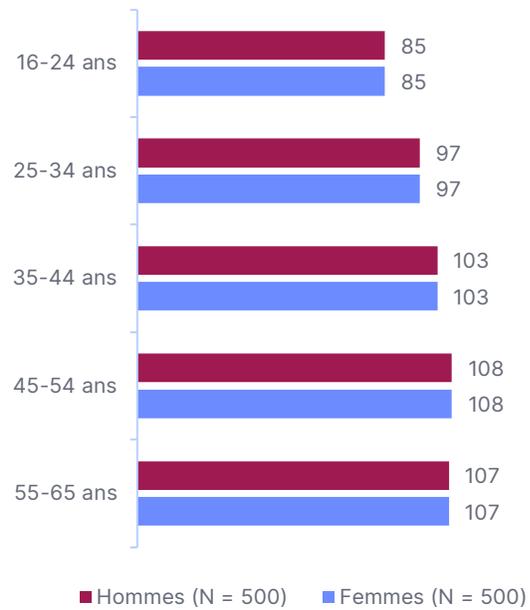
- Questions additionnelles : **Black Friday et Cyber Monday : les promotions de Novembre**
 - ❖ Le commerce en ligne en France et les promotions associées
 - ❖ Positive ou négative, quelle image les Français ont-ils de Black Friday et du Cyber Monday ?
 - ❖ Qui en profite pour acheter des cadeaux de Noël ?
- 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

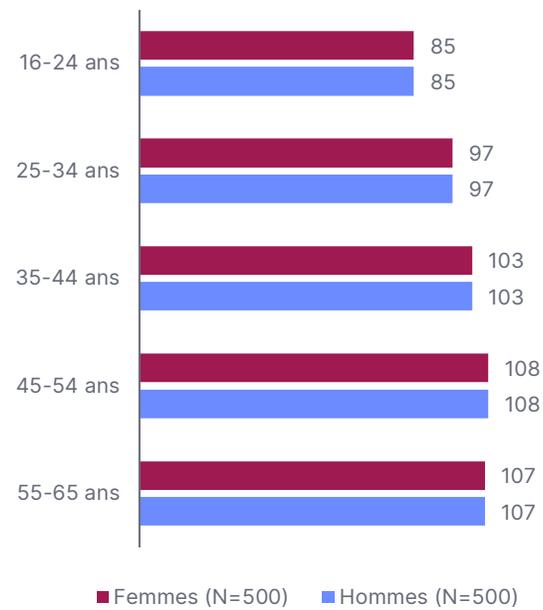
01 Conception et méthodologie de l'étude

Mesure du point zéro (N = 1000)



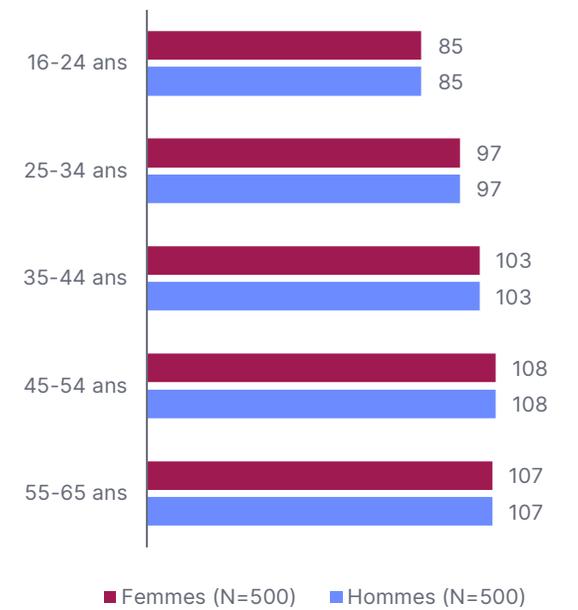
Ø Âge : 40,7 ans

Rapports 2-21 (N = 1000)



Ø Âge : 40,5 ans

Rapport 22 (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



Le Black Friday et le Cyber Monday : des événements très attendus en France

- **Achats en ligne** : Près de **la moitié des Français** (44 %) achète quelque chose en ligne **moins d'une fois par mois**. 31 % des répondants réalisent cependant des achats en ligne au moins une fois par mois.
- Les Français connaissent bien le Black Friday et le Cyber Monday : **60 % des répondants** affirment avoir déjà acheté des produits lors de ces journées.
- **Le Black Friday est plus populaire que le Cyber Monday** : 34 % disent avoir entendu parler du Black Friday et savoir exactement ce que représente ce jour.
- **71 % des répondants prévoient d'acheter quelque chose lors du "Black Friday" ou du "Cyber Monday" cette année.**



Une image positive dans l'esprit des consommateurs

- 82 % des répondants jugent le **Black Friday et le Cyber Monday comme des événements (plutôt) positifs.**
- Cette image positive se reflète également dans le comportement d'achat : **même parmi ceux n'ayant pas profité de ces offres dans le passé, 42 % prévoient d'acheter quelque chose** lors du Black Friday ou du Cyber Monday cette année.
- 64 % disent **attendre des promotions spécifiques sur une marque ou un produit** particulier.



Les offres du Black Friday poussent à la consommation

- Si l'on regarde de plus près, **les jeunes sont ceux qui sont les plus influencés par ces campagnes** : 41 % des 16 à 24 ans sont davantage tentés d'acheter un produit durant le Black Friday qu'en temps normal.
- La majorité (78 %) des répondants affirme **profiter de ces promotions pour acheter certains cadeaux de Noël**. Ceci est particulièrement vrai pour les personnes âgées de 35 à 44 ans (82 %).
- Nombreux sont ceux (37 %) qui ont déjà fait l'expérience **d'acheter quelque chose lors du Black Friday et du Cyber Monday qu'ils ont trouvé inutile rétrospectivement.**

03

Questions additionnelles

Black Friday et Cyber Monday

- Le commerce en ligne en France et les promotions associées
- Positive ou négative, quelle image les Français ont-ils du Black Friday et du Cyber Monday ?
- Quelle est la popularité du Black Friday et du Cyber Monday auprès des Français ? Qui a l'intention d'acheter quelque chose cette année ? Qui profite de ces journées pour acheter des cadeaux de Noël ?

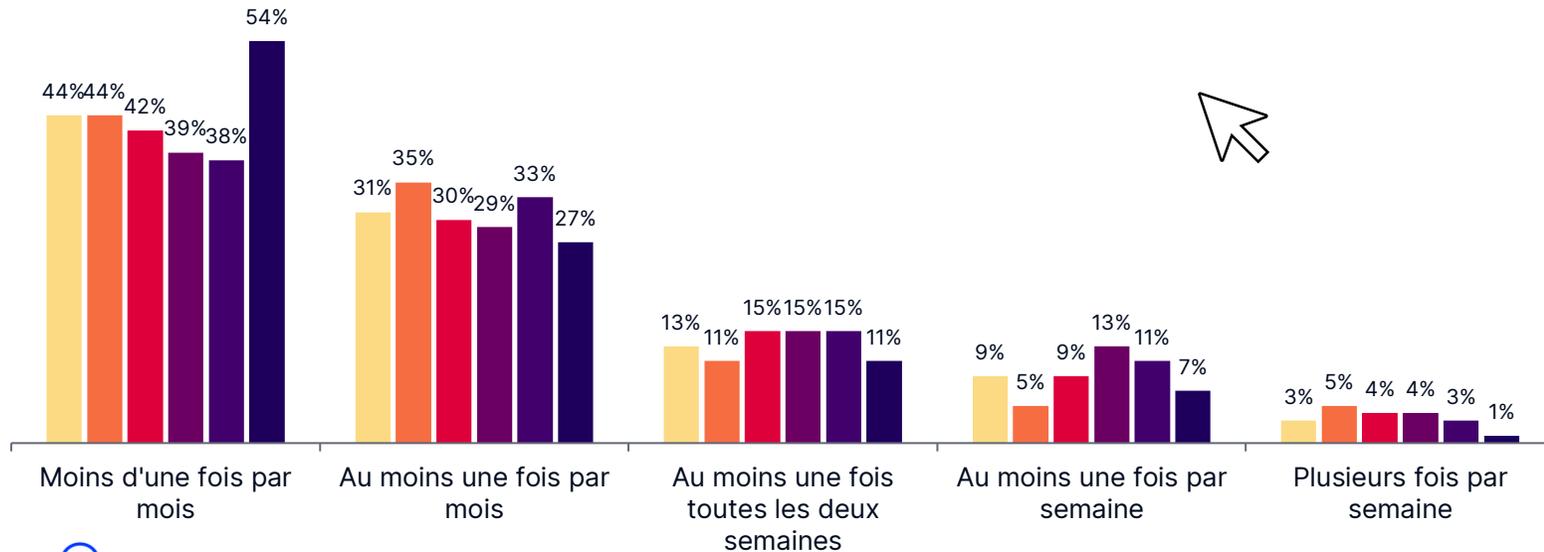


Le Black Friday se fait surtout en ligne

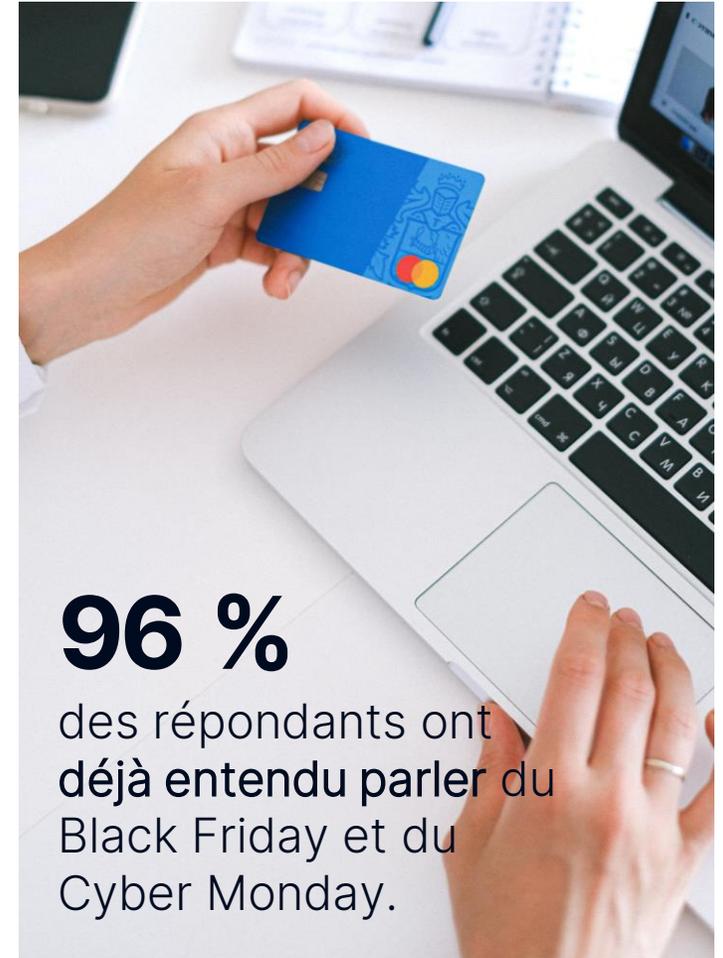
La place des achats en ligne

En moyenne, à quelle fréquence faites-vous des achats en ligne (quelle que soit la catégorie) ?

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



- Près de **la moitié des Français** (44 %) achète quelque chose en ligne **moins d'une fois par mois**. 31 % des répondants réalisent cependant des achats en ligne au moins une fois par mois.
- **Gros acheteurs en ligne** : Un répondant sur trois âgé de 35 à 44 ans (32 %) dit commander en ligne au moins une fois tous les quinze jours.



Black Friday & Cyber Monday

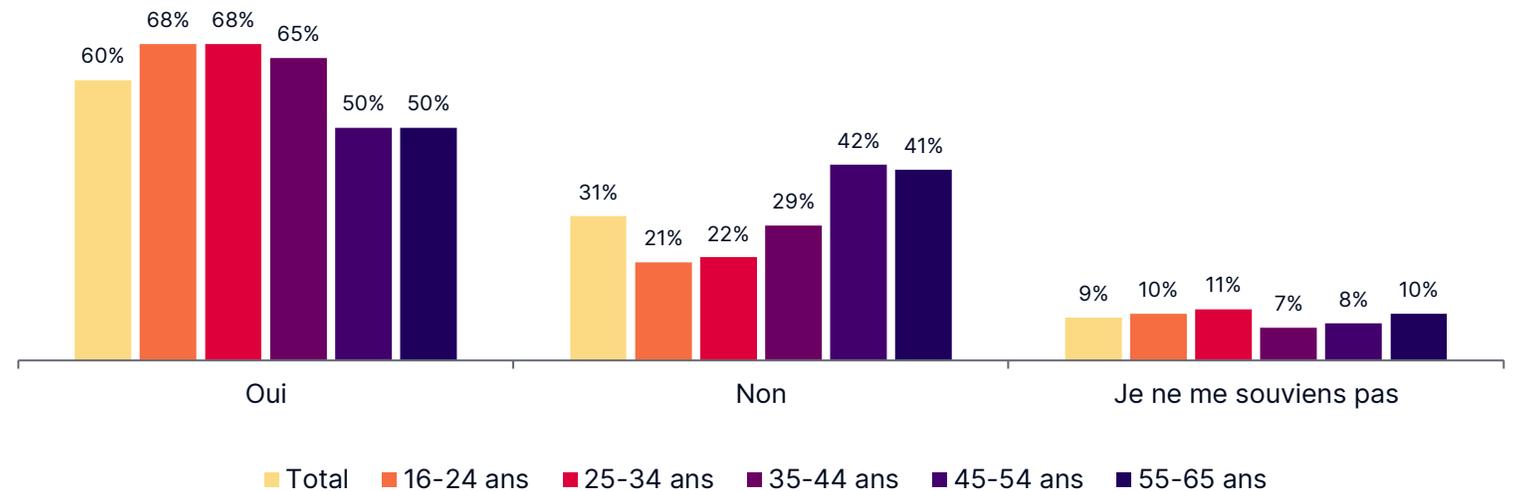
Une grande notoriété en France

82 % des répondants jugent le Black Friday et le Cyber Monday comme des événements (plutôt) positifs.



03 Questions additionnelles

Avez-vous déjà acheté des produits lors du Black Friday et/ou du Cyber Monday ?



- Les Français connaissent bien le Black Friday et le Cyber Monday. Ces journées promotionnelles sont de plus en plus médiatisées. Résultat : **60 % des répondants** affirment avoir déjà acheté des produits lors de ces journées.
- Les répondants âgés de 16 à 34 ans sont ceux qui achètent le plus : 68 % d'entre eux ont déjà acheté quelque chose durant ces campagnes.

Black Friday 2021

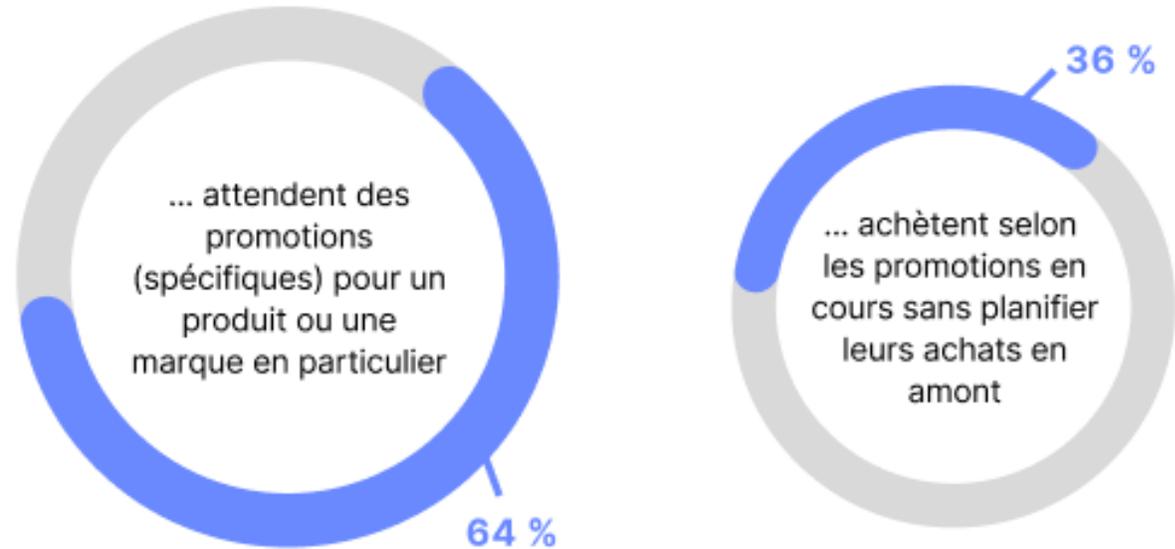
Qui prévoit de participer à la campagne cette année ?



71 %

des répondants prévoient d'acheter quelque chose lors du "Black Friday" ou du "Cyber Monday" cette année.

Attendez-vous une **offre spéciale** durant le Cyber Monday ou le Black Friday pour acheter quelque chose ?

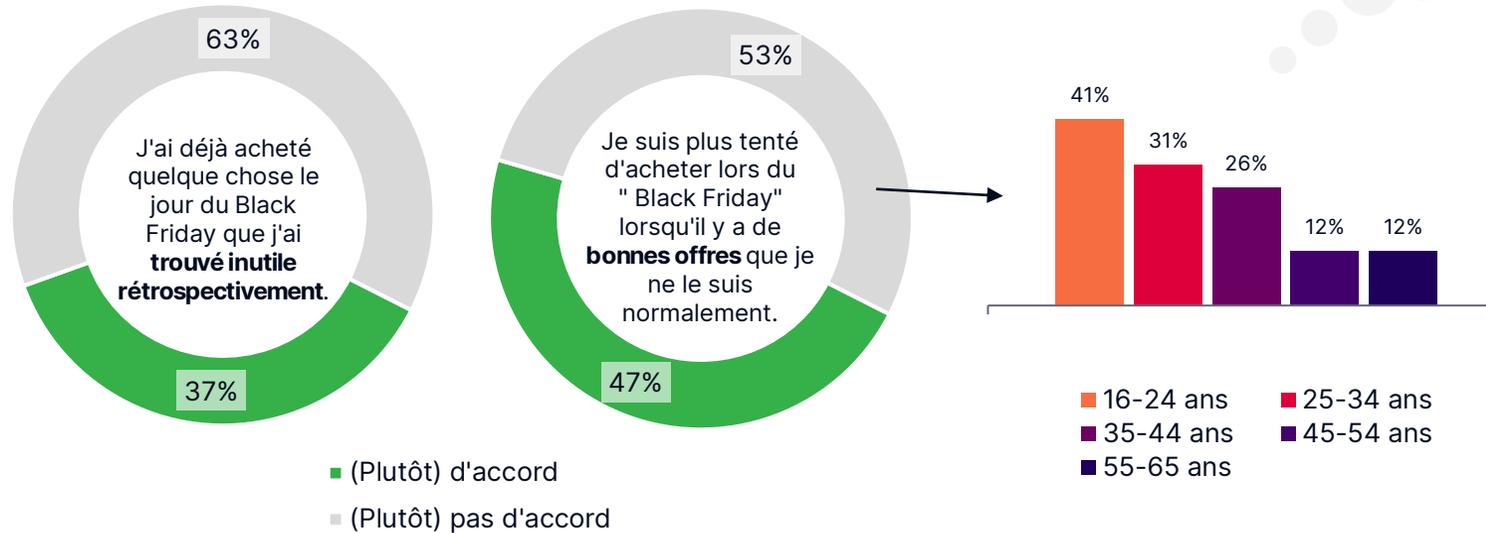


Les données montrent que toute personne ayant acheté quelque chose lors du Black Friday ou du Cyber Monday par le passé **est susceptible de le faire à nouveau** cette année.

Le pouvoir de persuasion des promotions

Qui est tenté par les offres du Black Friday et du Cyber Monday pour faire un achat ?

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



03 Questions additionnelles



- **Les promotions, mais à quel prix ?** 37 % des répondants affirment avoir déjà acheté quelque chose d'inutile durant le Black Friday en raison du prix réduit.
- Si l'on regarde de plus près, **les jeunes sont ceux qui sont les plus influencés par ces campagnes** : alors que seulement un répondant sur huit âgé de 55 à 65 ans (12 %) se dit tenté d'acheter davantage un produit lorsqu'il est remis plutôt qu'à prix fort, ce chiffre monte à 41 % pour les 16 à 24 ans.
- La majorité (78 %) des répondants affirment **profiter de ces promotions pour acheter certains cadeaux de Noël**. Ceci est particulièrement vrai pour les 35-44 ans (82 %).

78 % des répondants indiquent profiter des promotions du Black Friday et du Cyber Monday pour acheter des cadeaux de Noël.



04

Inquiétudes au sujet de la Covid-19

Sentiments, problèmes et inquiétudes

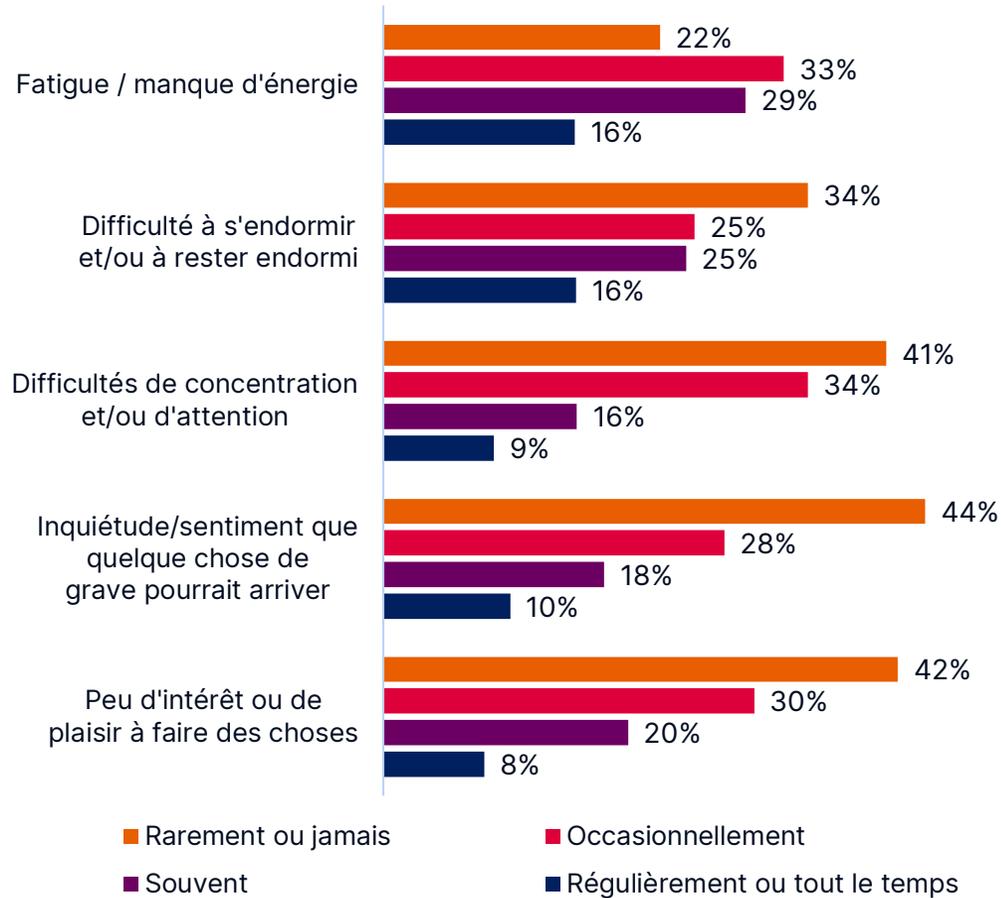


Comment se sentent les Français ?

Échantillon total

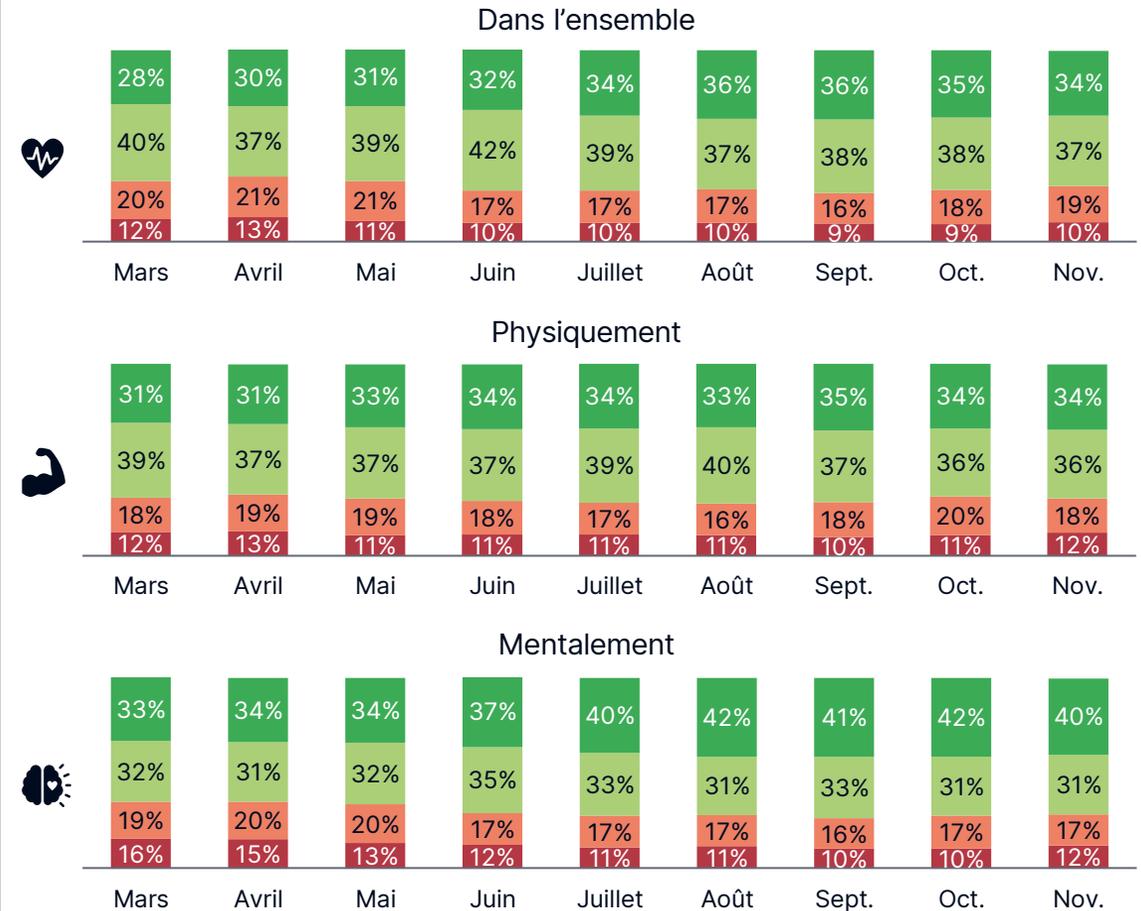
À quelle fréquence as-tu ressenti les émotions/symptômes suivants au cours de la semaine passée / des deux dernières semaines ?

04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



Comment te sens-tu ?*

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

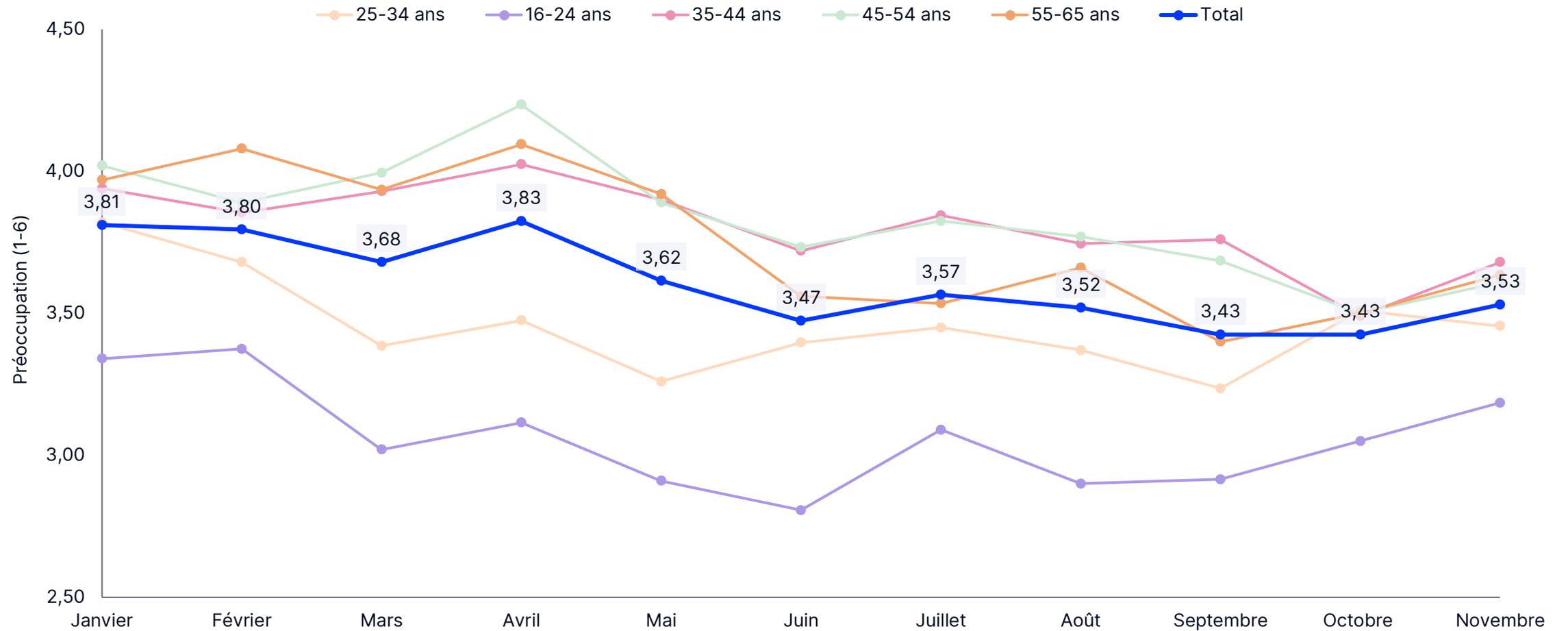


Les Français sont-ils préoccupés par leur santé ?

Échantillon total*



04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19

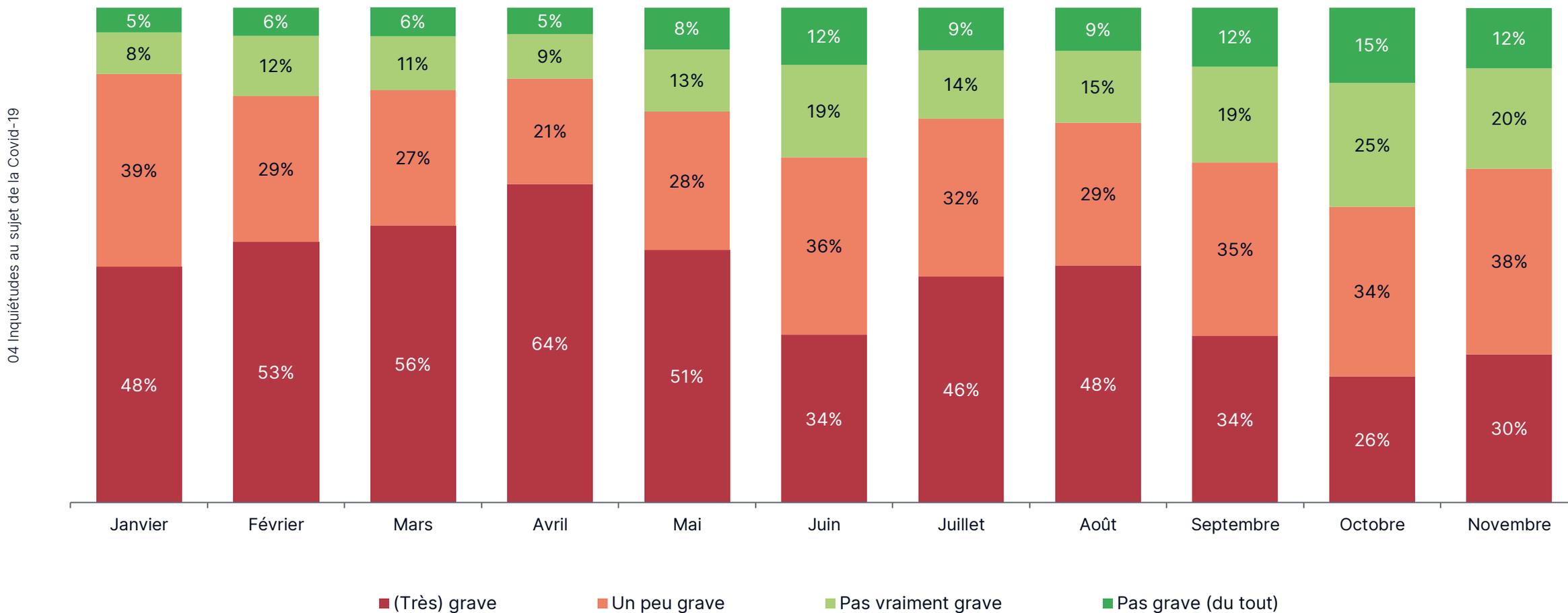


Évaluation de la situation actuelle et satisfaction des Français

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 ?

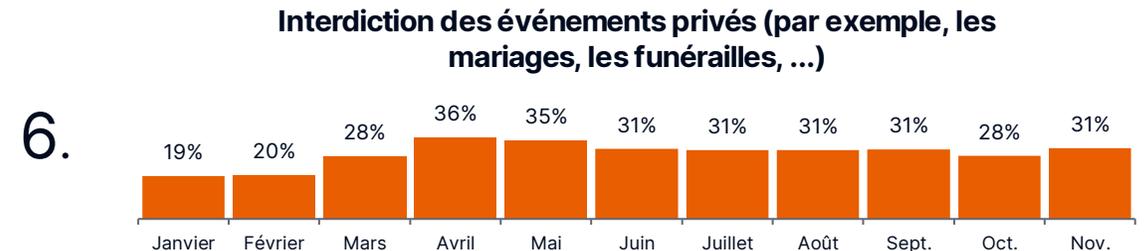
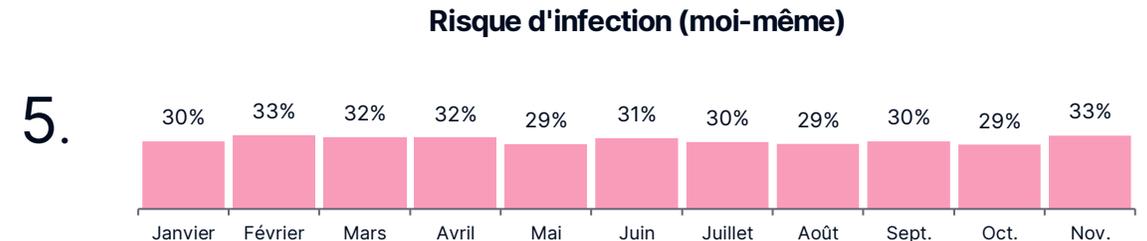
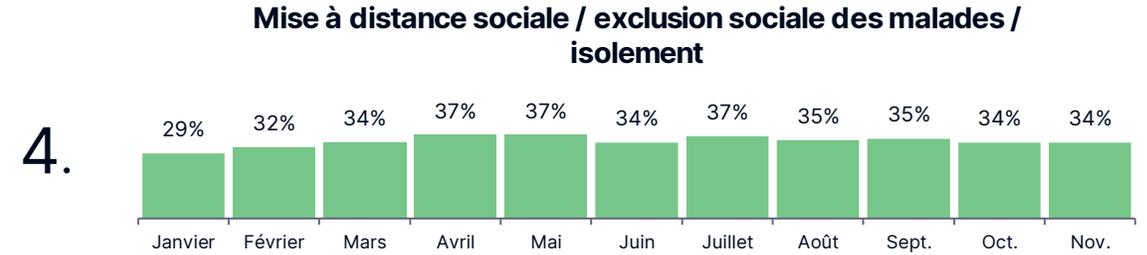
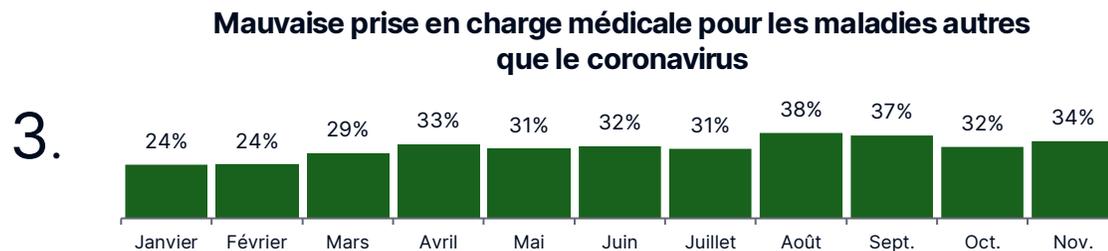
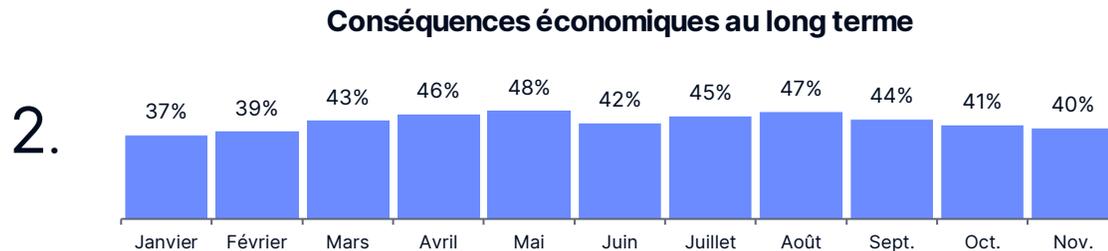
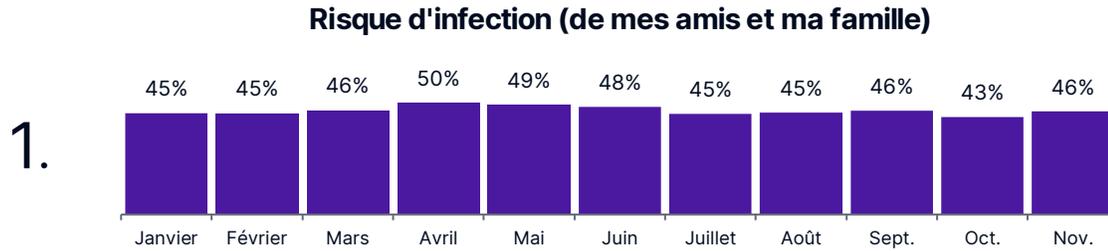
(1 = Pas du tout satisfait // 6 = Très satisfait)*

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
2	Liberté de mouvement / mobilité	3,2	3,3	3,3	3,7	3,9	3,8	4	4	4
3	Vie sociale	3,2	3,2	3,3	3,7	3,8	3,8	3,9	3,9	3,9
4	Sécurité	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	4	3,9	3,9
5	Divertissement	3	3	3	3,7	3,8	3,7	3,9	3,9	3,9
6	Relations / rendez-vous amoureux	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,9	4	4	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

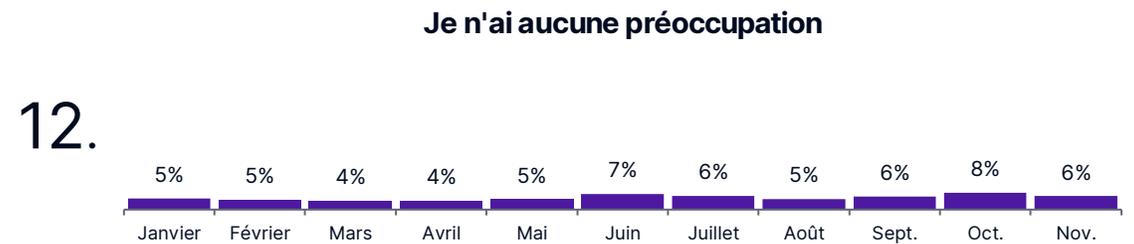
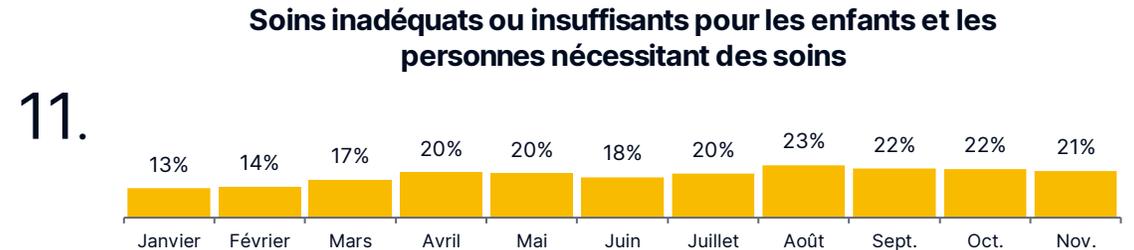
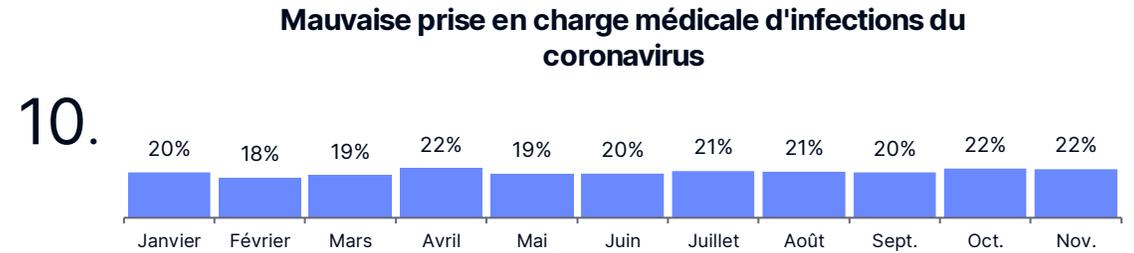
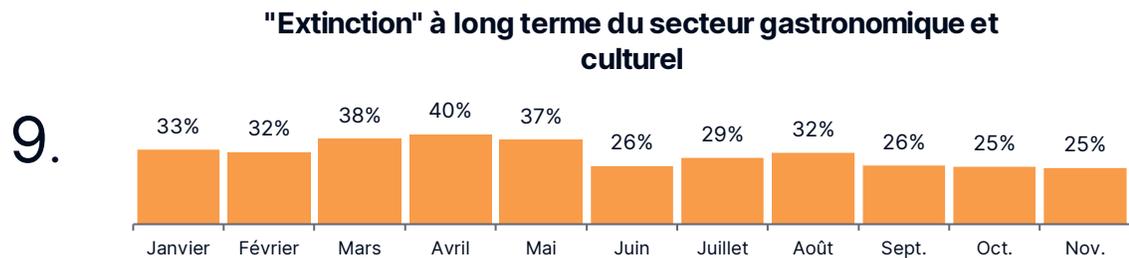
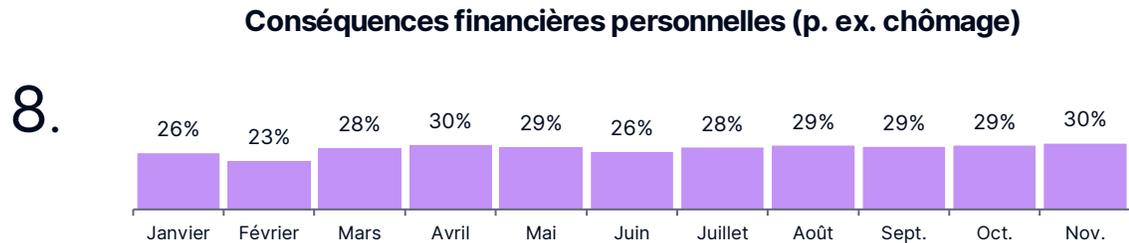
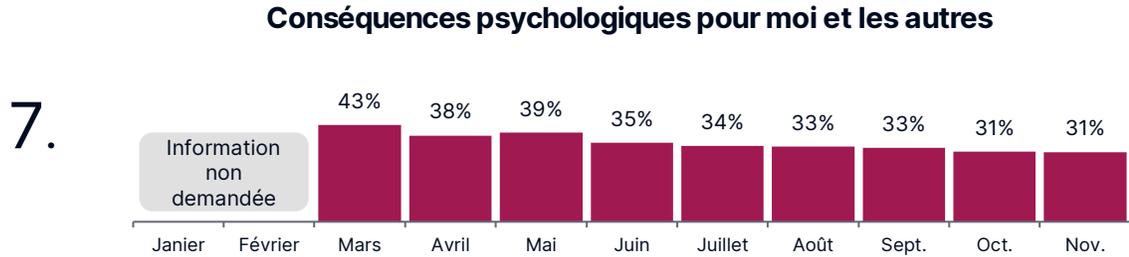
04 Inquiétudes au sujet de la Covid-19



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



05

Retour à la vie normale

Progrès de la vaccination et vie quotidienne (professionnelle)



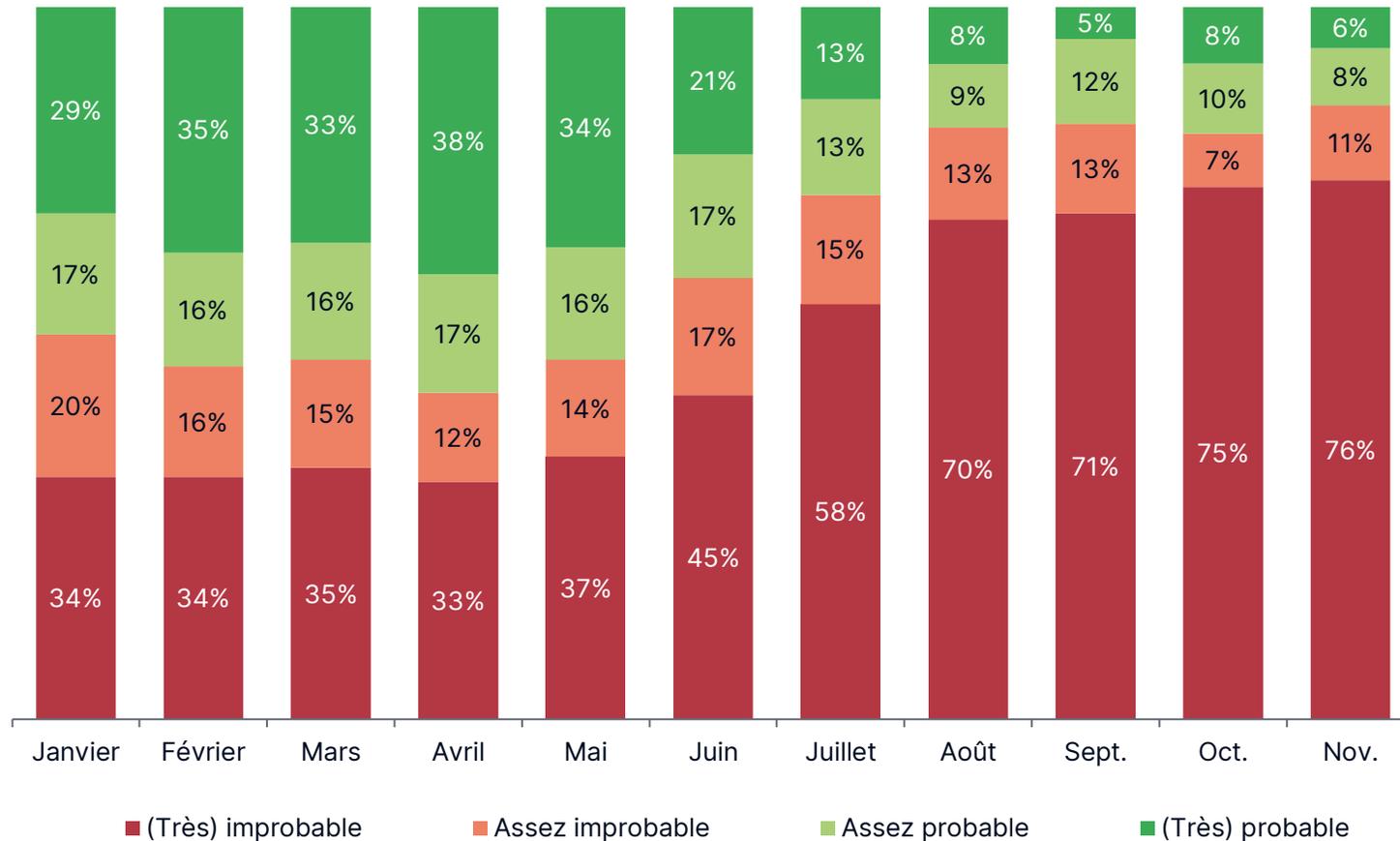
Volonté de se faire vacciner et progrès en matière de vaccination

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 ?*

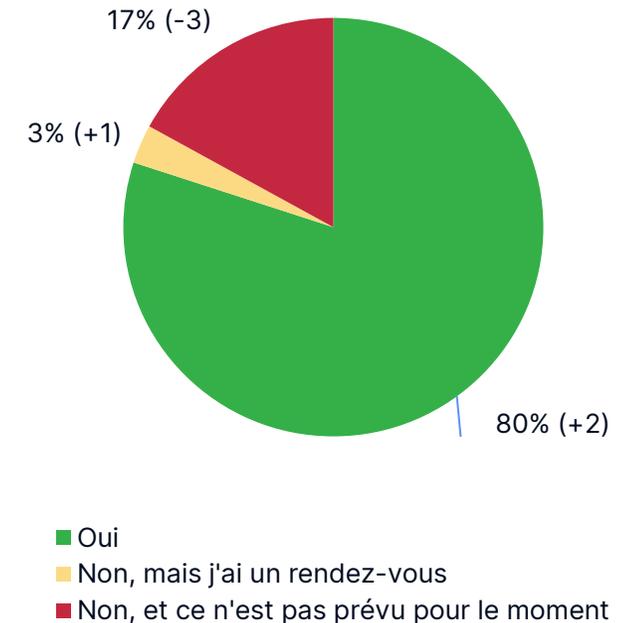


05 Retour à la vie normale



As-tu déjà été vacciné contre le coronavirus ?

(Entre parenthèses = comparaison avec le rapport précédent)



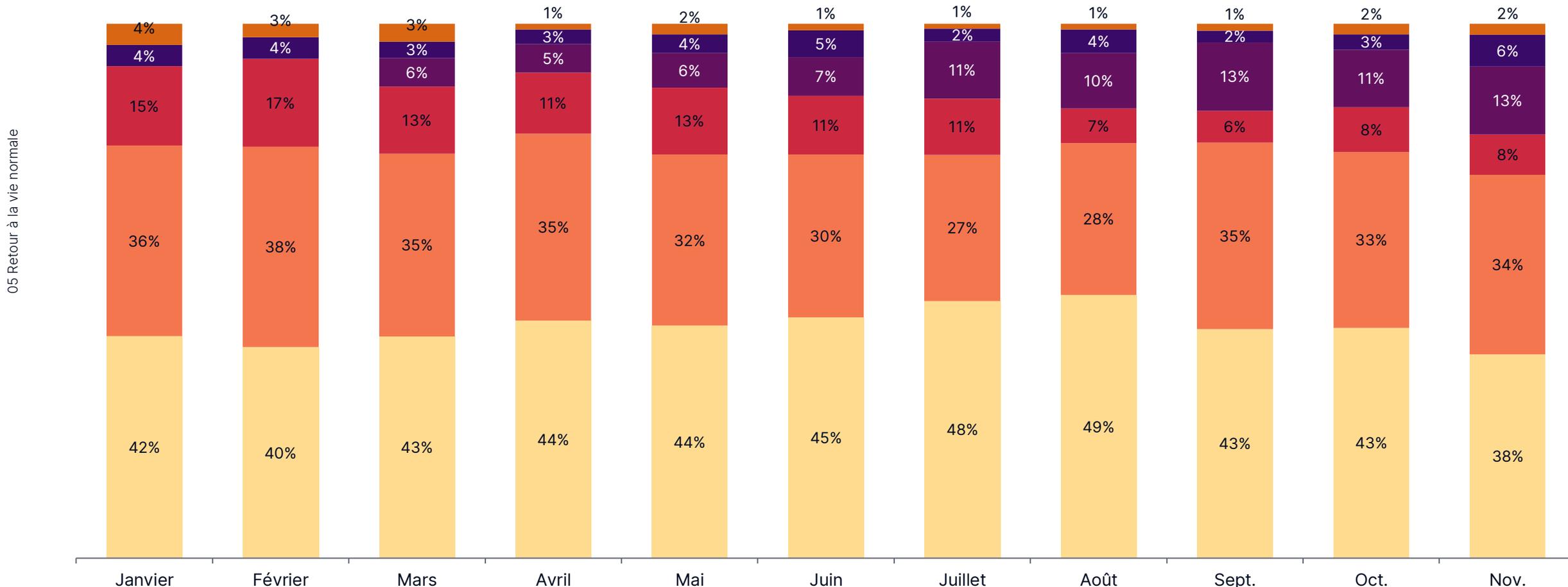
Raisons contre la vaccination

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



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

Échantillon total

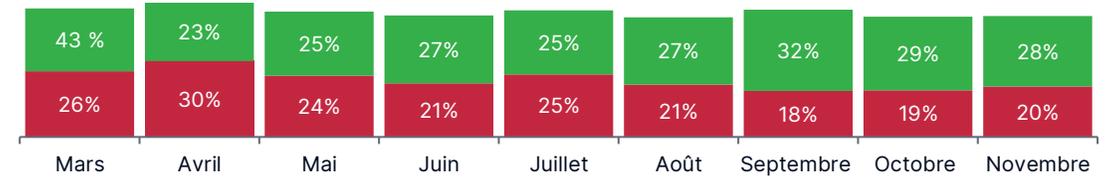
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

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)



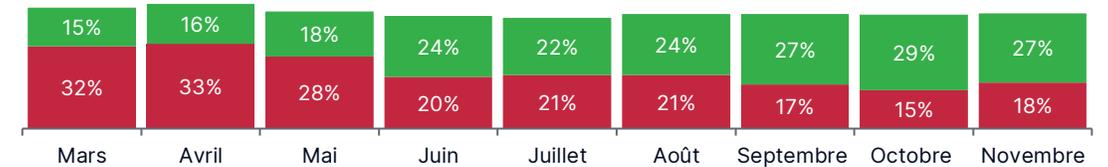
Aller au musée



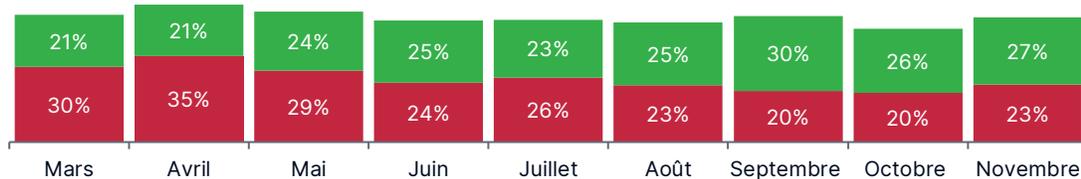
Aller à la salle de sport



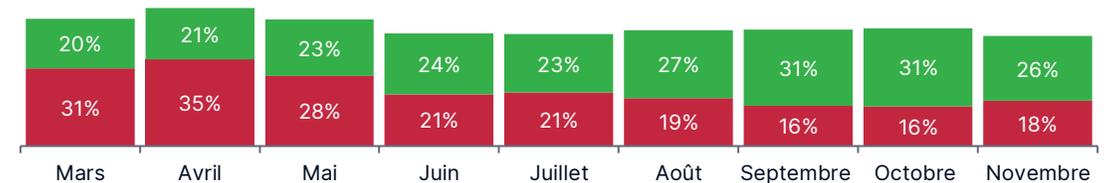
Aller dans un centre commercial



Aller au cinéma



Aller au restaurant/bar



« 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)

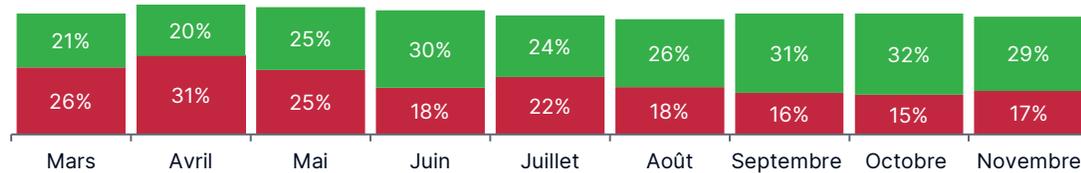
Comment la sécurité des activités (quotidiennes) est-elle évaluée ?

Échantillon total

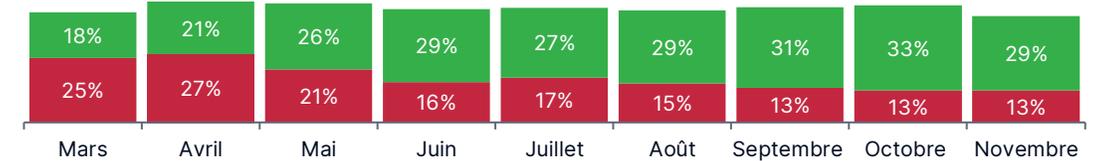
Imagine qu'il n'y ait pas de réglementation en France, dans quelle mesure considères-tu que les activités suivantes soient sûres ?

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)

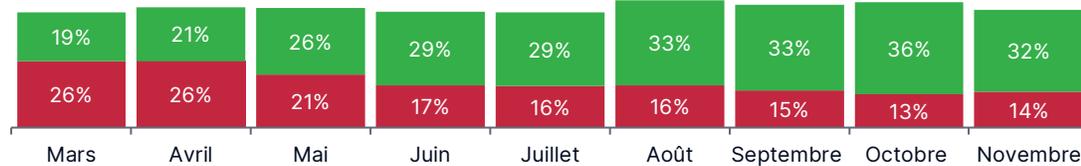
Faire des (courts) voyages le week-end



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



Aller au bureau



Aller au supermarché

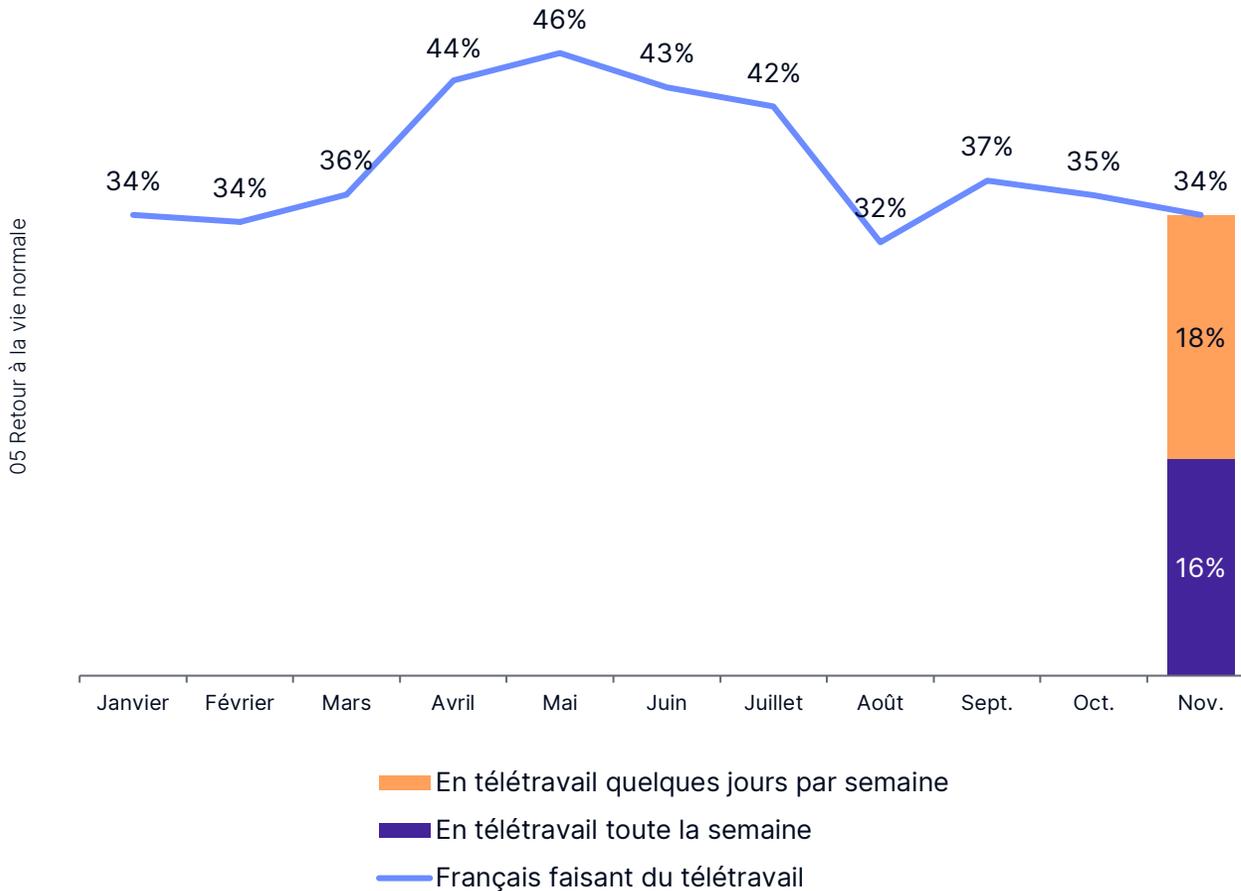


05 Retour à la vie normale

Combien de Français télétravaillent ?

Actuellement : **34 % des employés**

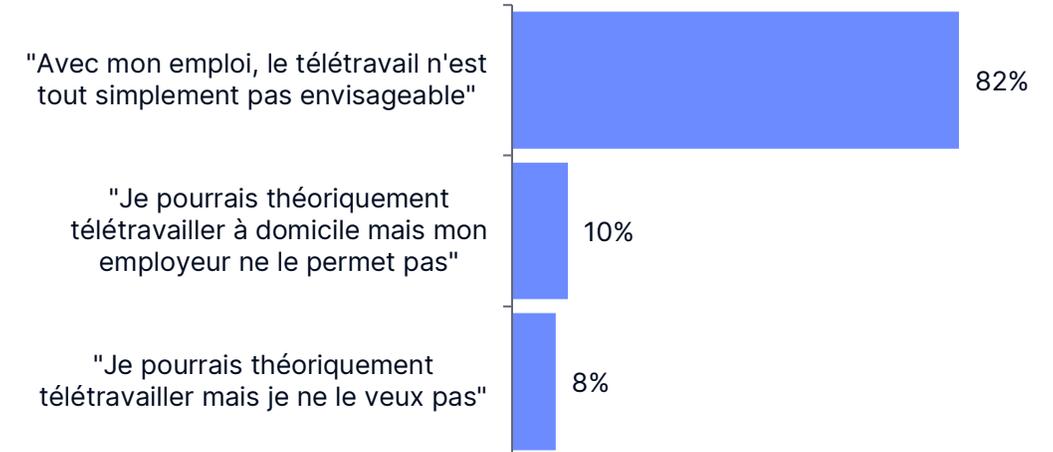
Courbe des employés faisant du télétravail, et fréquence*



Combien de Français ne télétravaillent pas ?

Actuellement : **66 % des employés**

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

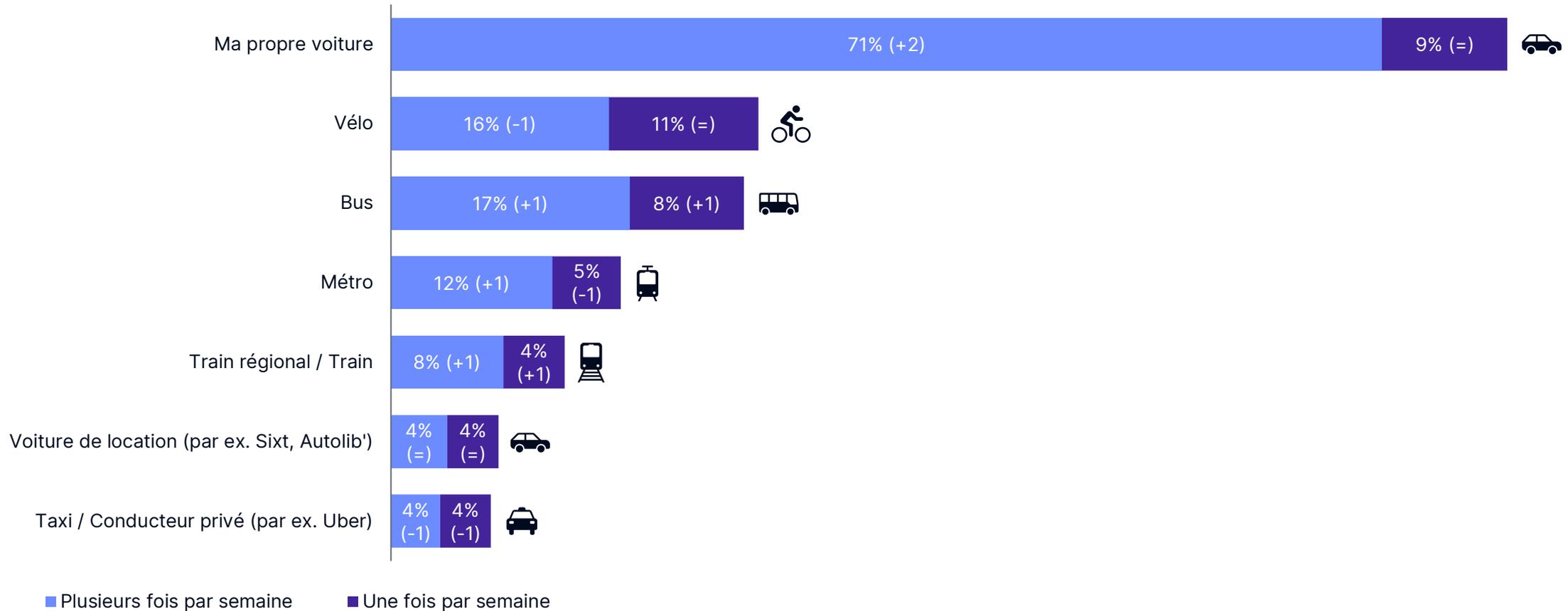


Moyens de transport et services de mobilité dans la vie quotidienne

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 %	39 %
2	 Bus	53 %	48 %	46 %	39 %	32 %	32 %	34 %	29 %	26 %	26 %
3	 Avion	46 %	41 %	38 %	33 %	29 %	29 %	29 %	24 %	25 %	24 %
4	 Train régional / train	45 %	42 %	39 %	33 %	27 %	27 %	30 %	25 %	24 %	24 %
5	 Bateau/ferry	35 %	34 %	35 %	29 %	26 %	27 %	25 %	22 %	21 %	23 %
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 %	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*



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 %	10 %
		En magasin	71 %	70 %	69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	70 %	71 %
2		Boissons non alcoolisées	78 %	76 %	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	77 %	77 %
		En ligne	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %	8 %
		En magasin	63 %	62 %	61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	62 %	62 %
3		Produits de soins personnels / d'hygiène	68 %	72 %	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	70 %	72 %
		En ligne	11 %	14 %	15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %	13 %
		En magasin	51 %	52 %	51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	51 %	50 %
4		Vêtements	43 %	48 %	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	60 %	62 %
		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 %	60 %
		En ligne	3 %	5 %	5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	6 %	4 %
		En magasin	44 %	46 %	46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	49 %	51 %
6		Boissons alcoolisées	50 %	51 %	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	54 %	52 %
		En ligne	5 %	7 %	7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %	5 %
		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		Chaussures	26 %	33 %	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	43 %	45 %
		En ligne	10 %	17 %	20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %
		En magasin	13 %	12 %	10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %	23 %
8		Divertissement (enfants, jeux de société)	21 %	26 %	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	38 %	43 %
		En ligne	11 %	14 %	15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %	16 %
		En magasin	7 %	9 %	10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	17 %	19 %
9		Produits de beauté / maquillage	34 %	40 %	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	44 %	43 %
		En ligne	11 %	15 %	15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %	14 %
		En magasin	19 %	21 %	22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	25 %	24 %
10		Livres/magazines	35 %	38 %	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	42 %	42 %
		En ligne	12 %	14 %	14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	14 %	13 %
		En magasin	18 %	21 %	19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	24 %	22 %
11		Objets de décoration / bibelots	22 %	25 %	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	31 %	31 %
		En ligne	8 %	9 %	10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %	9 %
		En magasin	11 %	12 %	10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	16 %	17 %
12		Équipement électrique / électronique	18 %	23 %	23 %	25 %	28 %	21 %	23 %	27 %	27 %
		En ligne	8 %	11 %	11 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	10 %
		En magasin	8 %	9 %	8 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	12 %

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

Échantillon total*



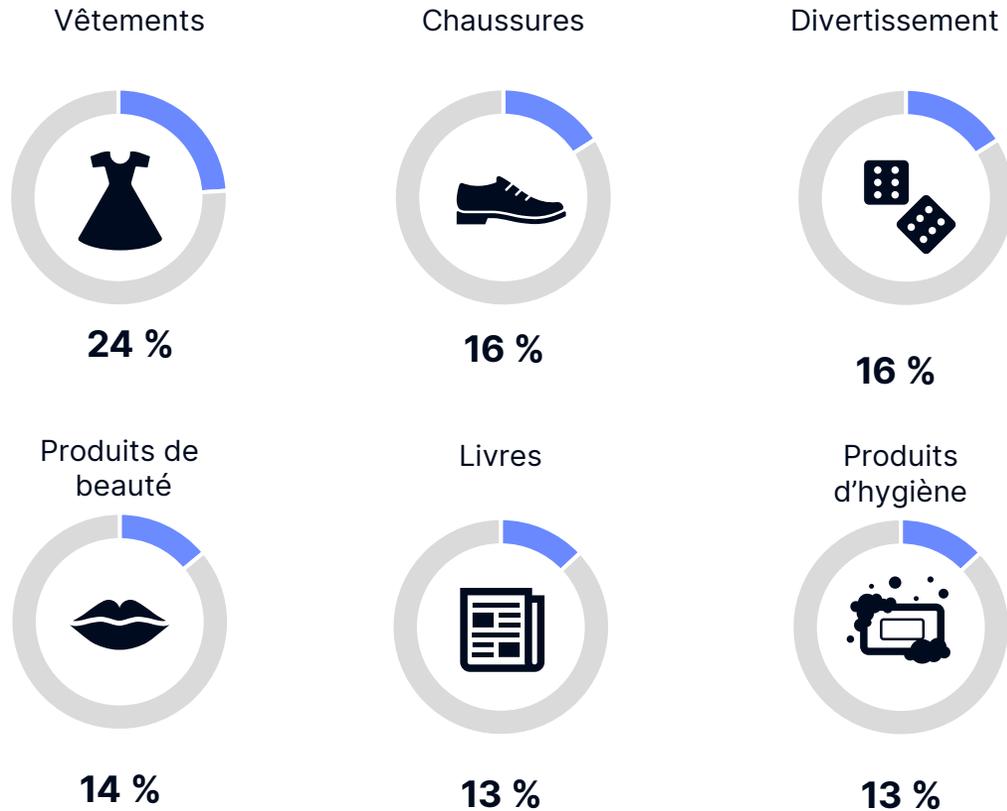
06 Comportement d'achat

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

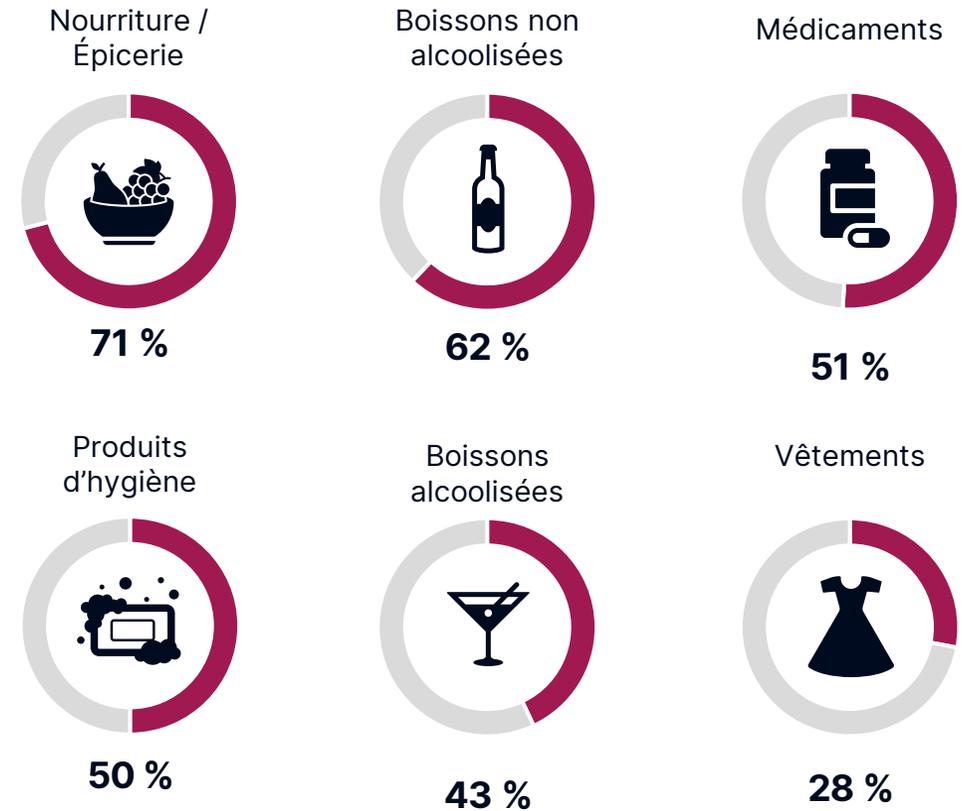
Gros plan sur les achats en ligne et hors ligne

Échantillon total

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



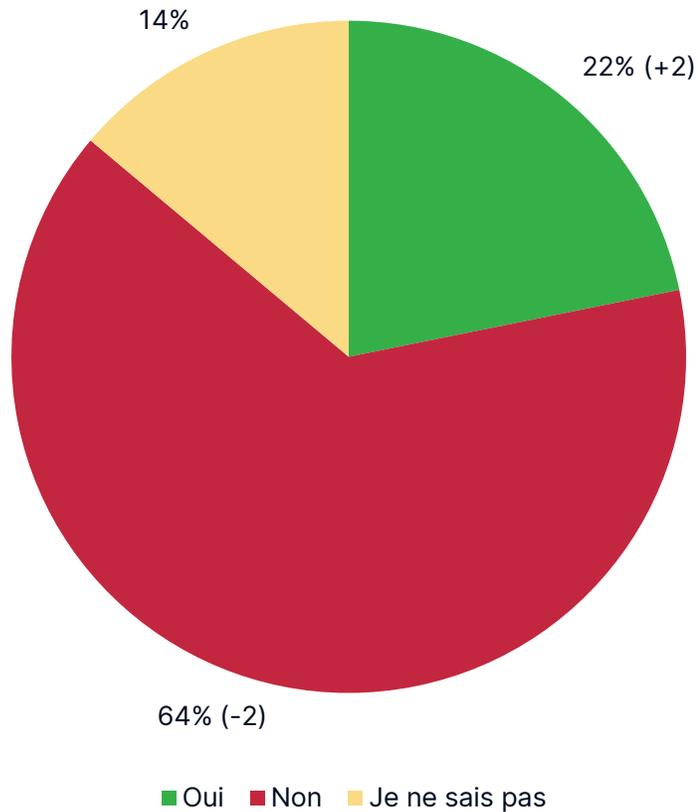
Top 6 : Produits achetés **hors ligne** la semaine dernière



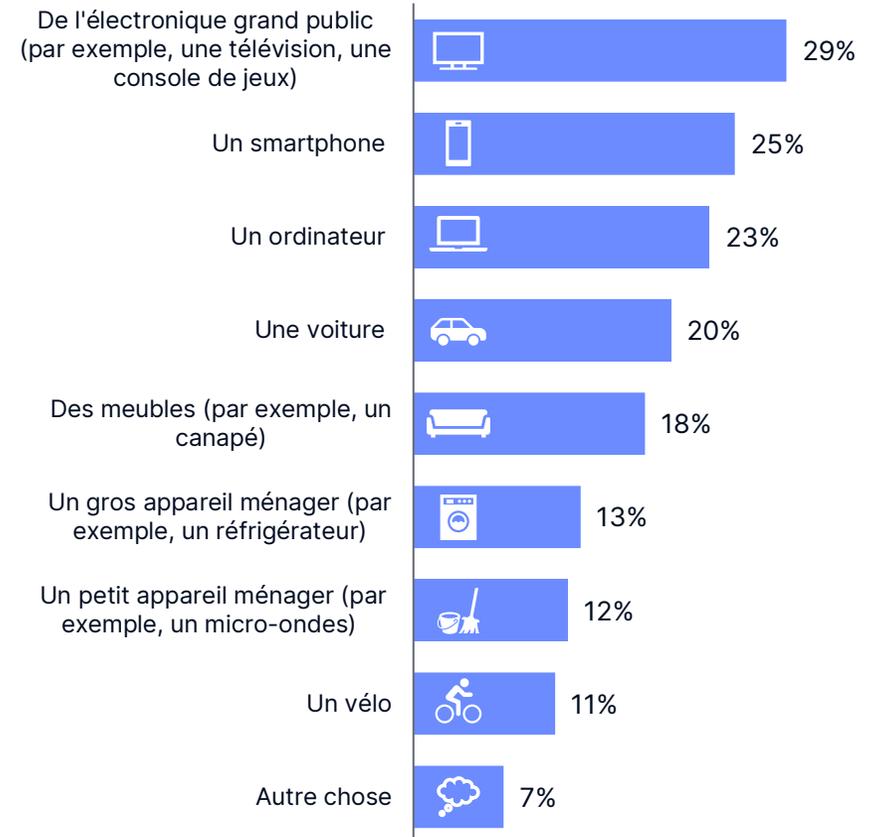
Baromètre de la consommation

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

