

BAROMÈTRE ANNUEL LA PRODUCT CONF

Les métiers du Produit en 2024

THIGA

LPC × Ipsos × MOKA.CARE

L'état du Product Management en France en 2024

INTRO



Conséquence d'une période prolongée d'incertitude économique et sociétale post-COVID, 2023 et 2024 ont été deux années de profonde transformation pour le paysage du Product Management en France. Cette sixième édition de notre enquête, rassemblant les points de vue de près de 1 000 professionnels du Produit, met en lumière des évolutions significatives en matière d'adoption technologique et de culture du lieu de travail.

L'adoption accélérée de l'Intelligence Artificielle (IA) est sans aucun doute l'une des tendances **les plus marquantes**. En 2024, **77% des Product Managers français déclarent utiliser des outils d'IA, tels que ChatGPT**. Ce bond en avant reflète une évolution européenne plus large vers l'IA, soutenue par la stratégie nationale de la France en la matière. D'ailleurs, le marché français de l'IA devrait croître de 28,44 % par an pour atteindre 23,88 milliards d'euros d'ici 2030, soulignant son importance stratégique dans la compétitivité future.

Mais cette transformation rapide soulève aussi des questions : utilisation éthique de l'IA, besoins en formation ou encore creusement des écarts entre les pros de l'IA et les autres.

En parallèle, le monde du travail continue d'évoluer, les modèles hybrides et à distance devenant la norme. La plupart des personnes interrogées travaillent à distance deux à trois jours par semaine, recherchant un équilibre entre flexibilité et collaboration au bureau. Cette année encore, nous nous sommes associés à moka.care pour inclure des questions sur le bien-être, la santé mentale et le stress au travail.

En même temps, notre partenariat avec Ipsos nous a permis d'approfondir l'analyse de ces données pour mieux comprendre les défis que rencontrent les Product People aujourd'hui.

Malgré les progrès, les préoccupations relatives à la santé mentale sont de plus en plus répandues. En 2024, 48% des personnes interrogées ont déclaré que les problèmes de santé mentale affectaient leur productivité, soit une légère baisse par rapport à 2023.

Le recrutement et la fidélisation des talents restent également des points de tension. Trois entreprises sur quatre peinent à recruter des profils seniors, reflétant une pénurie persistante de talents en France. Pour séduire et retenir les meilleurs, les entreprises doivent offrir des salaires compétitifs, des trajectoires de carrière claires et des processus d'intégration bien structurés.

Par ailleurs, le Product Management lui-même traverse une forme de crise d'adolescence. Des articles et publications sur LinkedIn largement partagés remettent en question l'évolution du métier, accusé de sombrer dans le « PM Theatre » : donner la priorité aux processus internes, frameworks et artefacts, au détriment de résultats concrets et de valeur pour les clients. Ces critiques mettent en garde contre les risques liés aux stratégies de croissance rapide, qui favorisent la vitesse au dépens de la durabilité et le suivi du process au détriment de la qualité l'exécution.

Cette remise en question s'accompagne d'un sentiment croissant de surcharge parmi les PM, comme le souligne la communauté du Product Management. Beaucoup décrivent un épuisement dû à des allers-retours constants entre stratégie et exécution, à des priorités floues et à des réunions interminables.

Ce sentiment de "trop plein" est exacerbé par un manque de clarté sur leur rôle, laissant les PM dans l'incertitude quant aux attentes et aux responsabilités.

Ces constats font écho aux grandes préoccupations de l'enquête de cette année, soulignant l'urgence pour les entreprises de simplifier les processus et d'améliorer le soutien à la santé mentale.

En conclusion, l'écosystème du Product Management en France se trouve à un moment charnière. L'intégration de l'IA, combinée à la normalisation du travail hybride, ouvre des perspectives inédites en termes d'efficacité et de croissance. Mais ces avancées sont contrebalancées par des défis persistants : **santé mentale, pénurie de talents, critiques sur l'impact du rôle et sentiment généralisé de surcharge**.

En 2025, relever ces défis sera essentiel pour garantir la pérennité et l'innovation de la profession.

Nous vous souhaitons une excellente lecture et une année pleine de succès !

Hugo Geissmann,
CEO de THIGA.

THIGA

Baromètre 2024

LPC

Ipsos

MOKA CARE

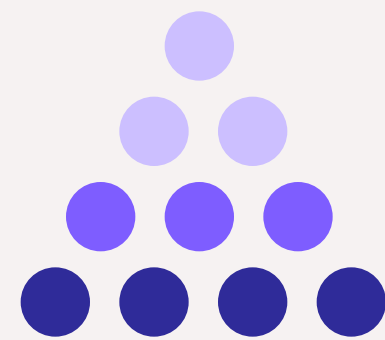
Méthodologie d'Enquête

CAWI (SUR LA LISTE FOURNIE PAR THIGA À IPSOS)



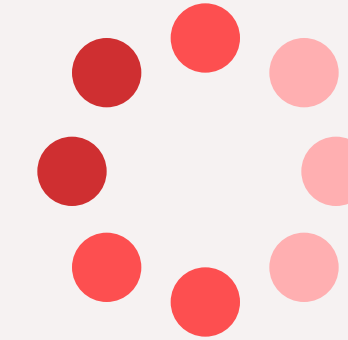
Échantillon

- Cible : Product Managers (PM), Product Designers (PrD), Product Leaders (PL), Product Marketing Managers (PMM) à partir du fichier de contacts fourni par Thiga
- Le cas échéant, tirage au sort raisonné pour surreprésenter les cibles dont les taux de participation sont systématiquement inférieurs à la moyenne
- Sélection du répondant : sélection des participants par quota ou méthode aléatoire
- Critères de représentativité et sources : pas de quotas



Collecte de données

- Dates du travail sur le terrain : 9 septembre au 31 octobre 2024
- Échantillon réalisé : 992 interviews pour la France et 237 pour l'Espagne
- Collecte des données : en ligne (CAWI)
- Règles de gestion des interviews :
 - Règles de programmation : réponse obligatoire, contrôle du nombre de réponses demandées (multiples ou exclusives), tests de cohérence numérique
 - Information et messages interactifs à l'interviewé : prévention et correction des comportements de réponse non conformes
 - Contrôle du taux de participation
- Les données seront conservées sur un réseau protégé pendant 2 ans.



Traitement des données

Échantillon non pondéré

Fiabilité des résultats :

ENQUÊTES EN LIGNE À REMPLIR SOI-MÊME

Pour garantir la fiabilité globale d'une enquête, il faut tenir compte de toutes les composantes d'erreur possibles. C'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à chaque étape du processus d'enquête.

Amont de la collecte des données

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un processus d'édition avec 12 normes obligatoires. Il est relu et approuvé à un niveau senior puis envoyé à Thiga pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes et validée.
- **Collecte des données** : les enquêteurs sont formés aux techniques d'enquête via un module de formation dédié avant toute participation à une enquête. De plus, ils reçoivent ou assistent à un briefing détaillé au début de chaque enquête.

Lors de la collecte des données

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles de fonctionnement très strictes pour sa base de sondage afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon : tirage aléatoire à partir de listes téléphoniques, méthode des quotas, etc.
- **Suivi du terrain** : la collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif, validation IP, suivi du comportement des panélistes, pénétration, durée des entretiens, cohérence des réponses, taux de participation, nombre de relances, etc.)

En aval de la collecte des données

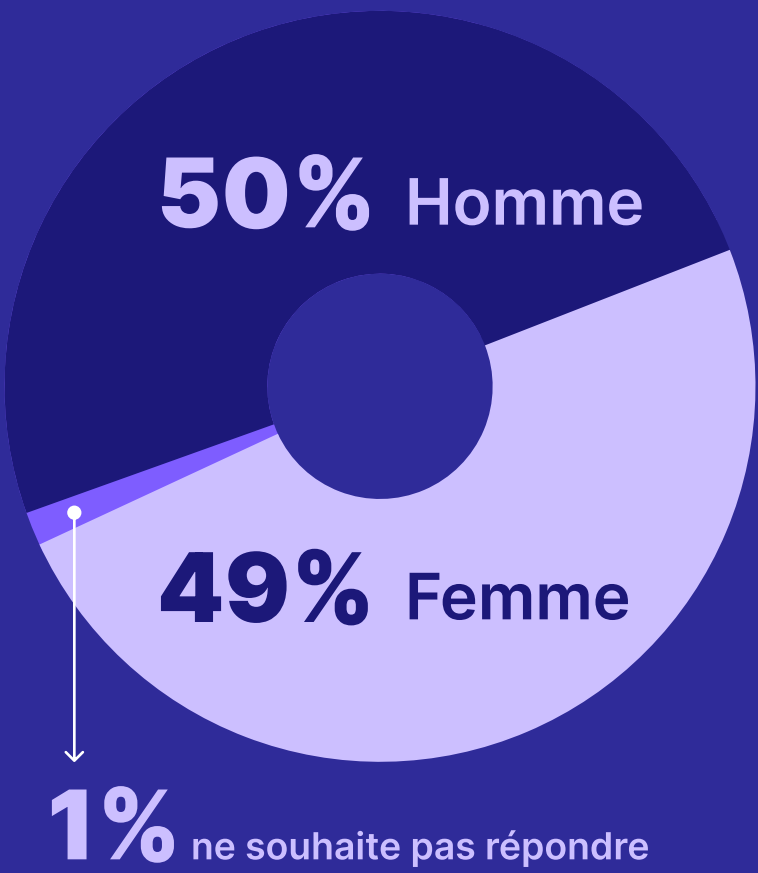
- Les résultats sont analysés selon les méthodes d'analyse statistique (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement comparés aux résultats bruts issus de la collecte des données. La cohérence des résultats est également vérifiée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans les cas où une pondération de l'échantillon est utilisée (méthode de calibrage des marges), celle-ci est vérifiée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes d'enquête.

Profil

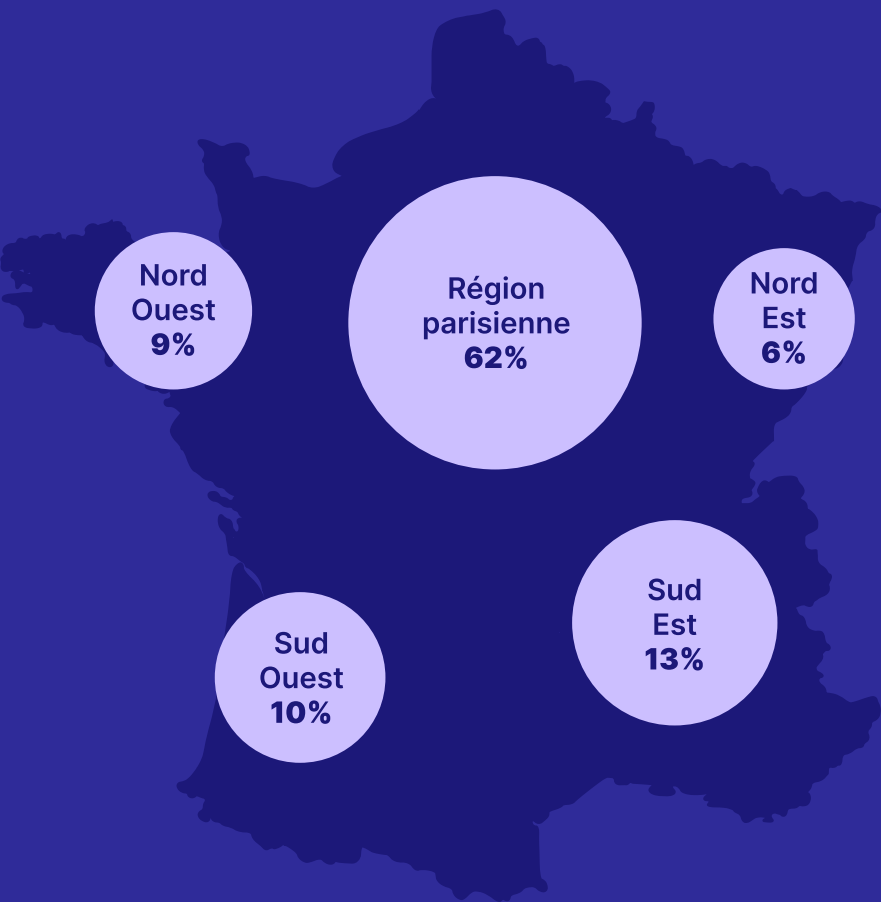
Profil

« Quel est votre genre ? Où travaillez-vous ? Où vivez-vous ? »

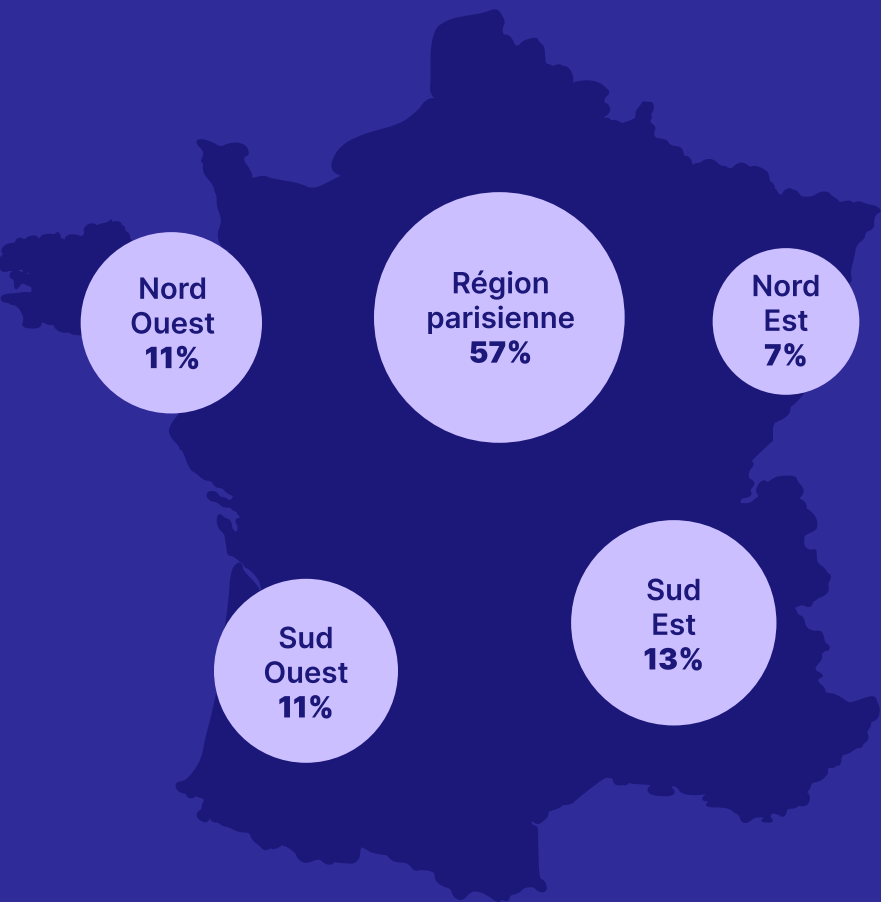
Genre



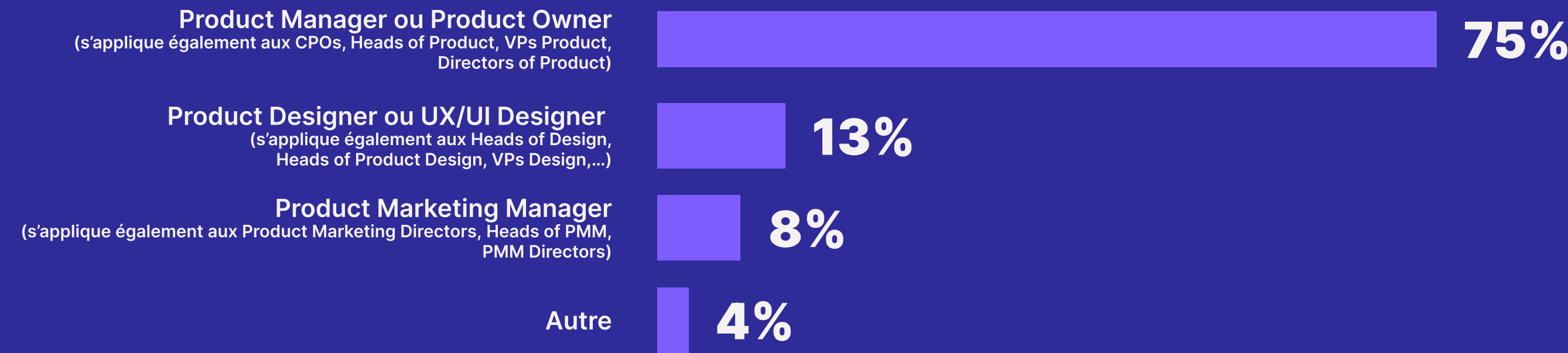
Région de travail



Lieu de résidence



Profession



L'analyse

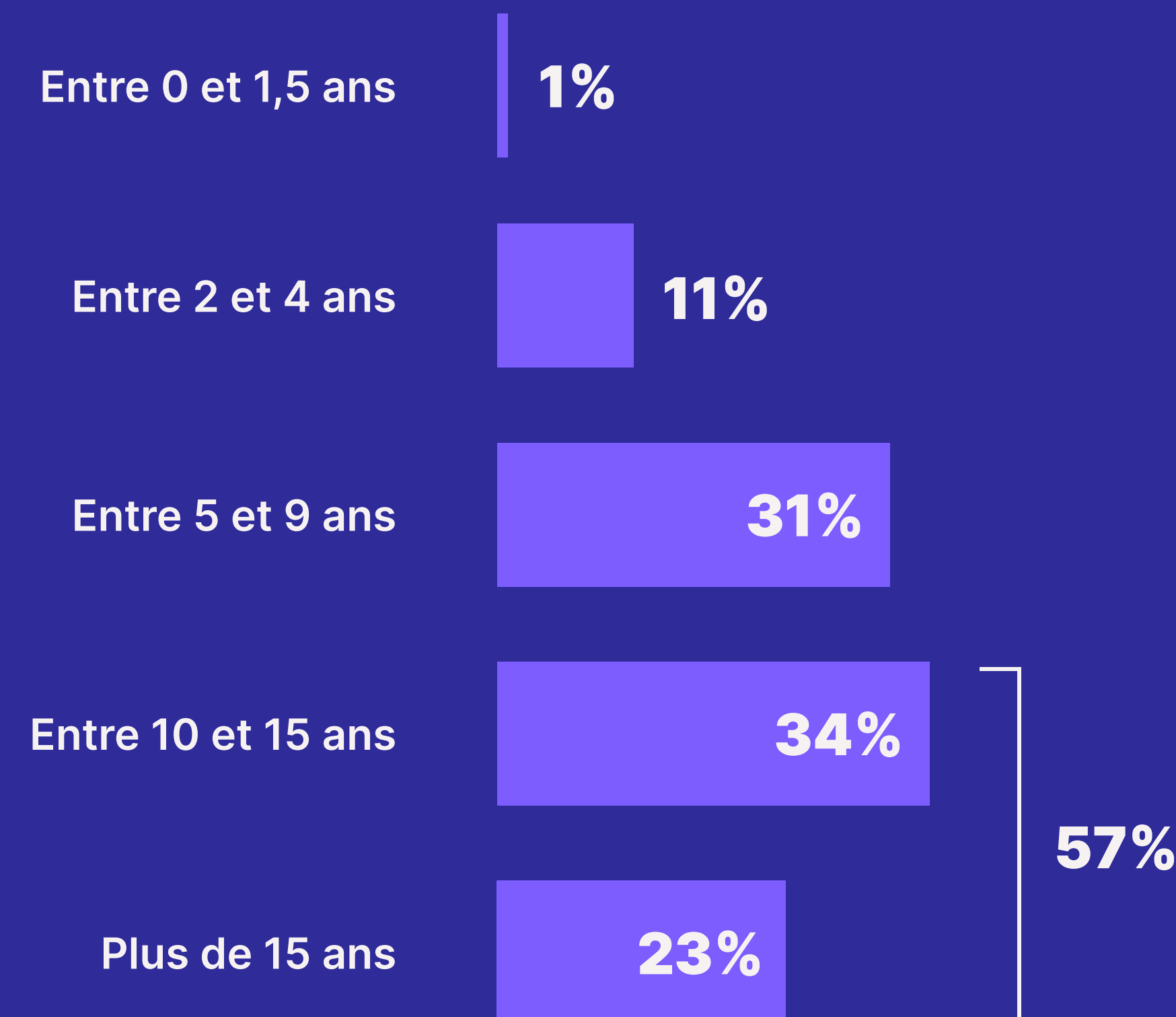
Comme lors des éditions précédentes, la majorité des répondants travaillent pour des entreprises situées en région parisienne.

01.

Votre travail

Expérience professionnelle

« Combien d'années d'expérience professionnelle avez-vous ? »



L'analyse

Plus de la moitié des répondants (57 %) ont plus de 10 ans d'expérience.

Il n'y a pas de réelle différence entre chaque fonction, à l'exception des Product Leaders.

Taille de l'entreprise

« Quelle est la taille de votre entreprise ? »

		PM	PrD	PMM
Je suis un freelance	6%	4%	9%	10%
Micro-entreprises (entre 2 et 9 employés)	2%	1%	2%	1%
Petite et moyennes entreprises (entre 10 et 249 employés)	41%	42%	42%	40%
Entreprises de taille moyenne (entre 250 et 4999 employés)	31%	32%	23%	32%
Grandes entreprises (plus de 5000 employés)	17%	17%	20%	12%
Je ne travaille pas actuellement mais je cherche du travail	4%	3%	4%	5%

L'analyse



Les petites et moyennes entreprises sont les plus représentées, devant les entreprises de taille moyenne.

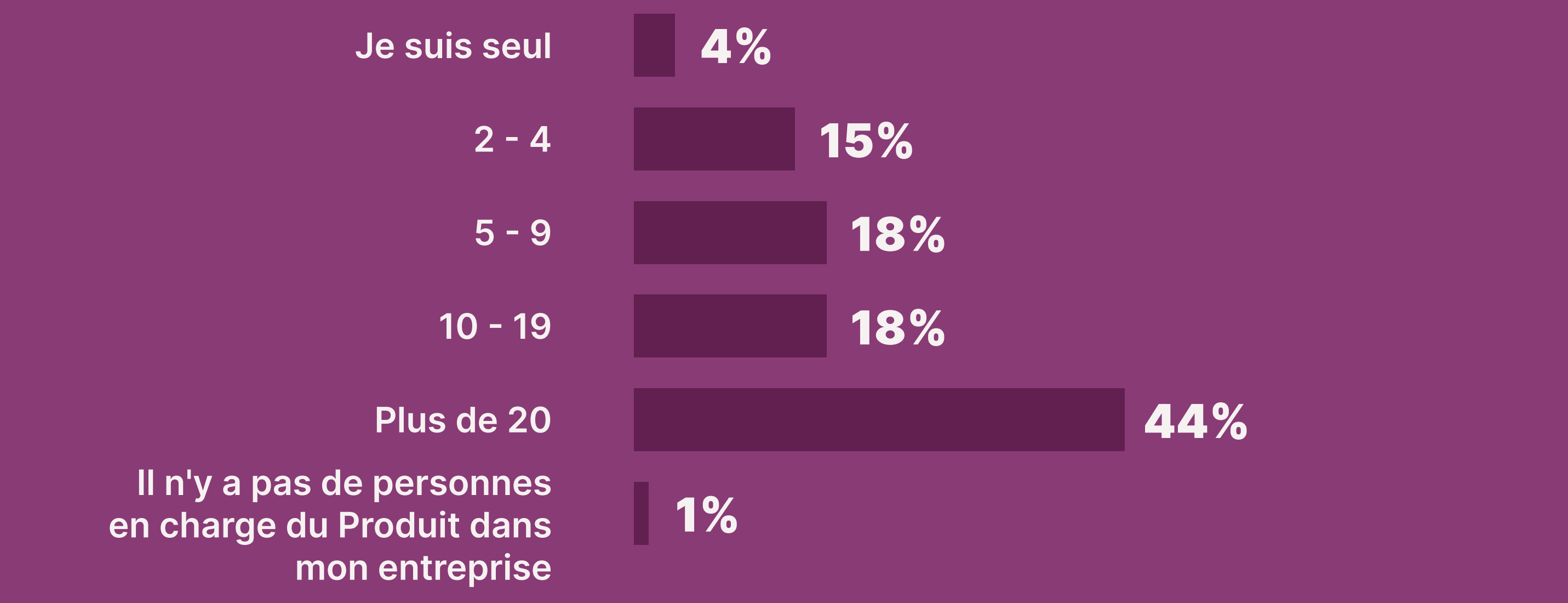
Entreprise exclusivement numérique

« Votre entreprise est-elle une entreprise exclusivement numérique (startup, scale-up, éditeur de logiciels...) ? »



Product People

En vous incluant, combien de « Product People » travaillent dans votre entreprise ?



L'analyse

Deux tiers des répondants déclarent travailler dans une entreprise exclusivement numérique*.

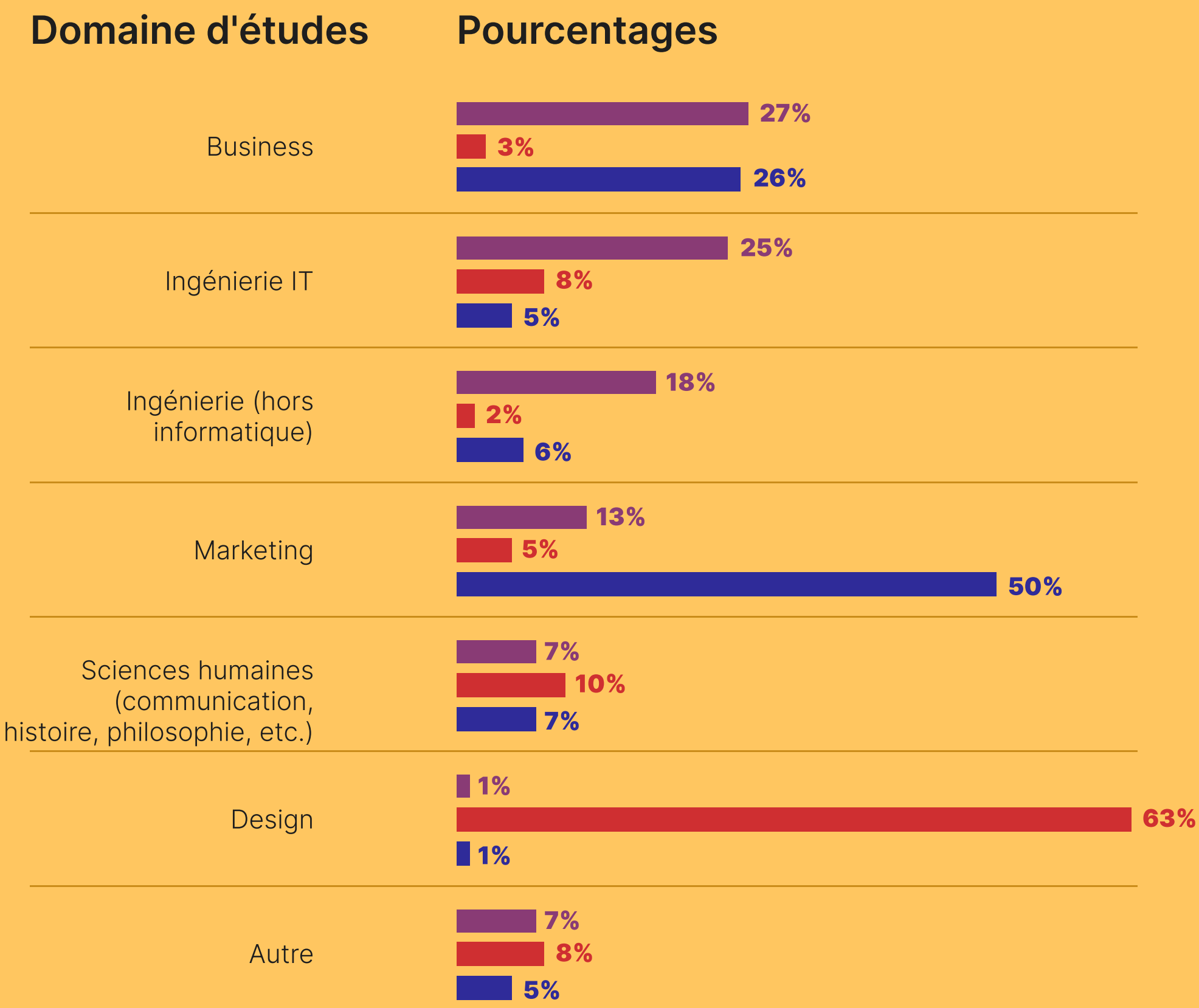
44 % des répondants français révèlent que leur entreprise compte au moins 20 employés en charge des produits numériques.

*Une entreprise exclusivement numérique est une entreprise qui centre l'intégralité de ses opérations sur les processus numériques.

Domaine d'études

« Quel était votre principal domaine d'études ? »

- Product Manager
- Product Designer
- Product Marketing Manager



L'analyse

La plupart des PrD sont titulaires d'un diplôme de design, tandis que les PMM ont généralement un diplôme de marketing.

Les PM ont un éventail plus large de parcours d'études.

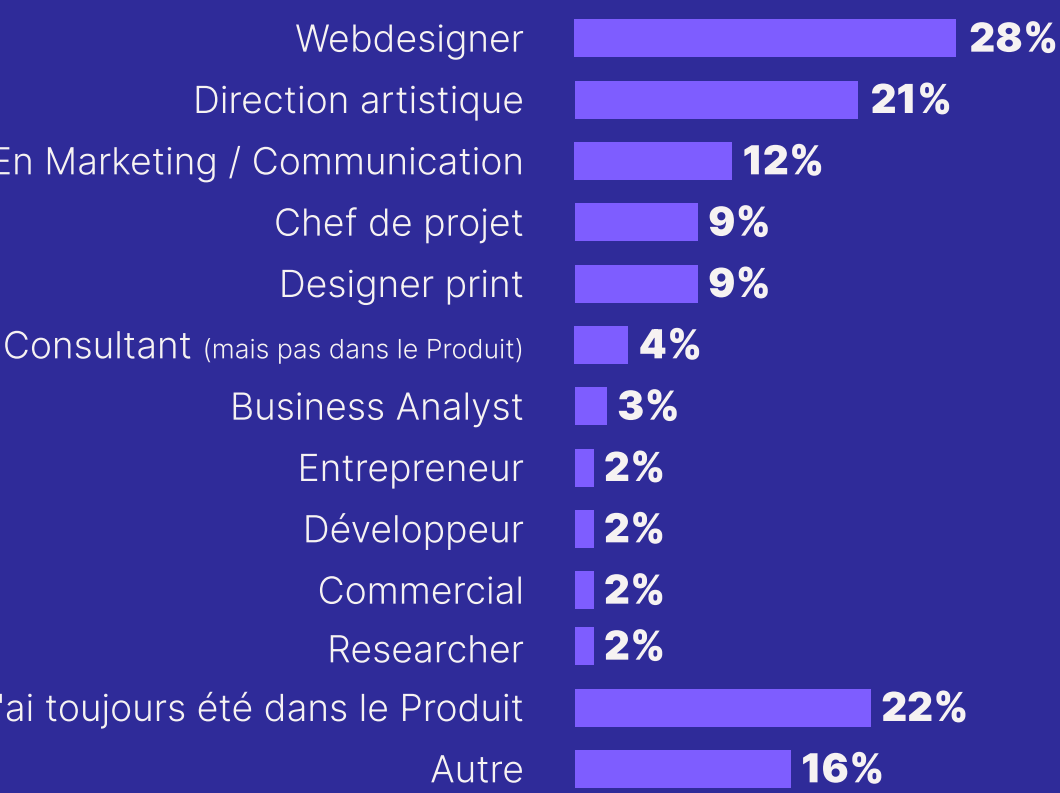
Expérience antérieure

« Avant de commencer à faire du Produit, vous étiez... »

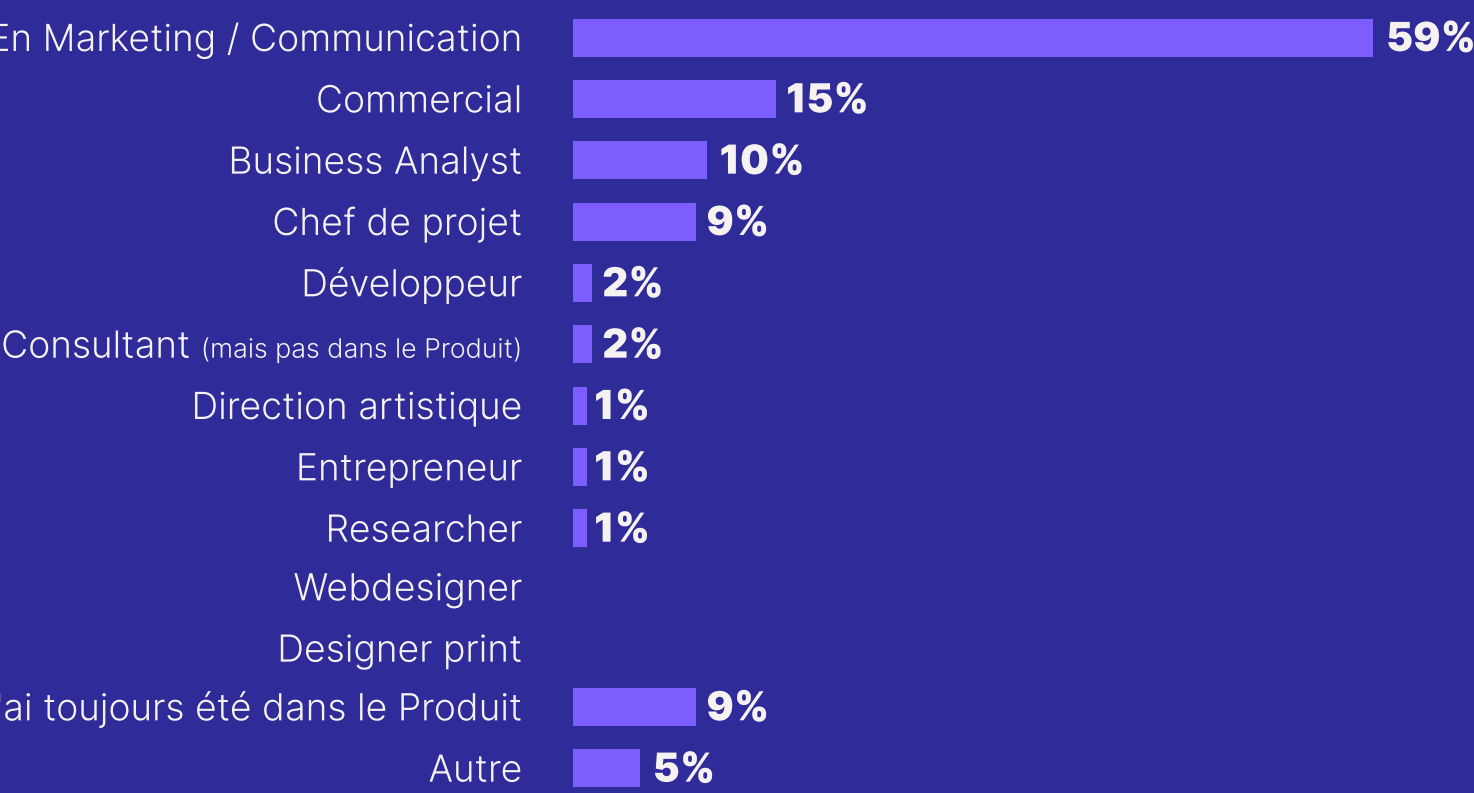
Product Manager



Product Designer



Product Marketing Manager



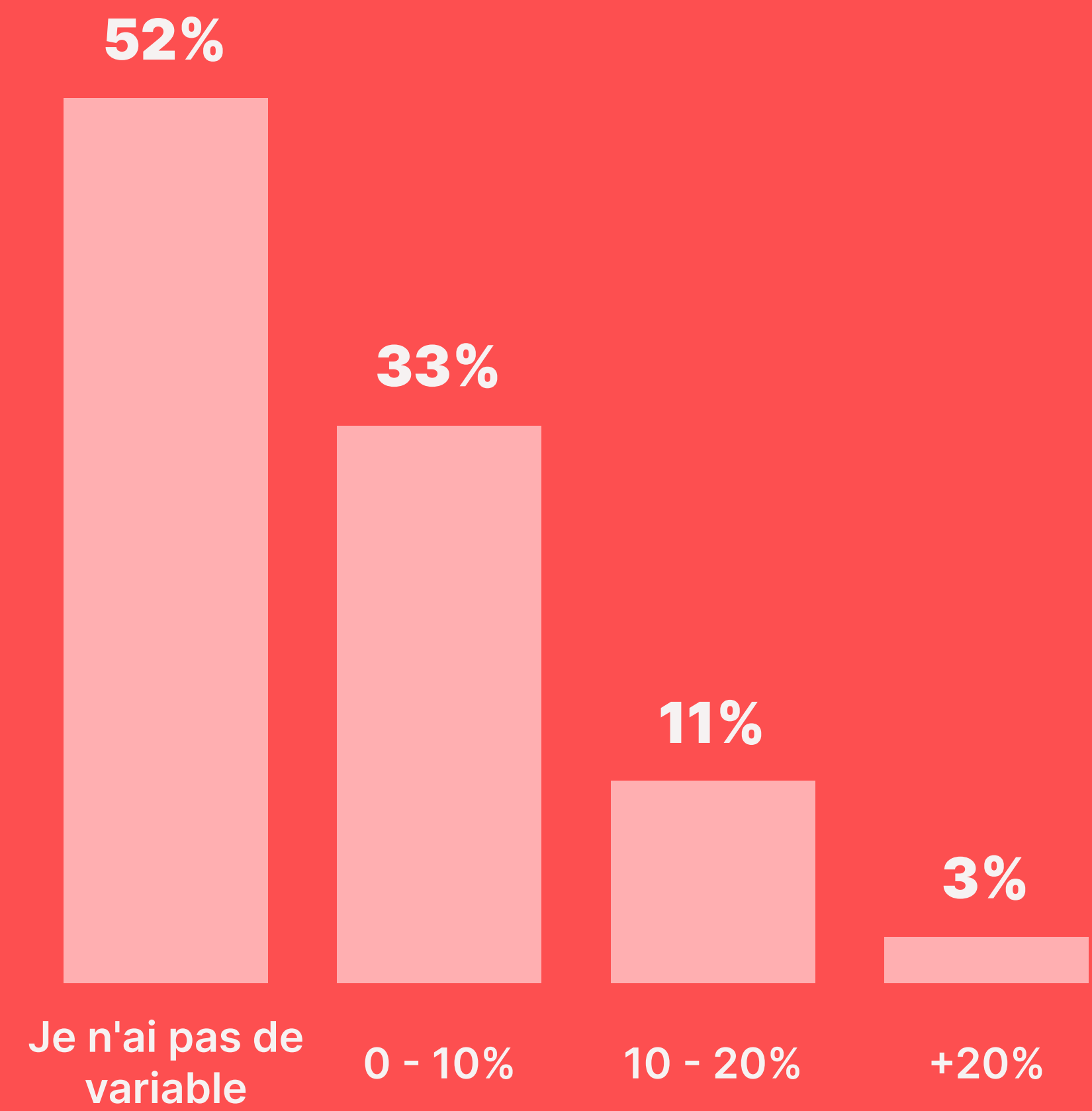
L'analyse

Une expérience dans un domaine connexe est généralement observée pour chacune des différentes carrières axées sur les produits numériques.

Une plus grande part de jeunes diplômés sont employés comme PrD et PM/PO.

Variable

« Avez-vous une part variable % ? (hors intéressement, BSPCE etc.) »



L'analyse



La part variable est loin d'être la norme : en France, la moitié des personnes interrogées ne l'ont pas.

Pour les répondants ayant une ancienneté plus importante, le pourcentage variable augmente.

Salaire selon expérience et profession

« Quel est votre package annuel brut total en K euros ? En comptant fixe + bonus + variable. »

Années d'expérience professionnelle	Salaire moyen en k€			
	PM	PrD	PMM	Product Leaders
0 - 1,5 ans	39,11			
2 - 4 ans	50,18	41,3	53,5	
5 - 9 ans	68,16	52,2	63,9	84,9
10 - 15 ans	76,95	66,2	74,7	100
Plus de 15 ans	97,59	77,1	88,2	123,6

Il n'y a pas suffisamment de répondants pour calculer un salaire moyen par expérience et profession.
Remarque : toutes les données sont basées sur un minimum de 30 répondants.

L'analyse

Moyen
73,1 k€

Le salaire annuel moyen de l'ensemble des répondants, quelle que soit leur expérience ou leur profession, est de 73,1 k€.

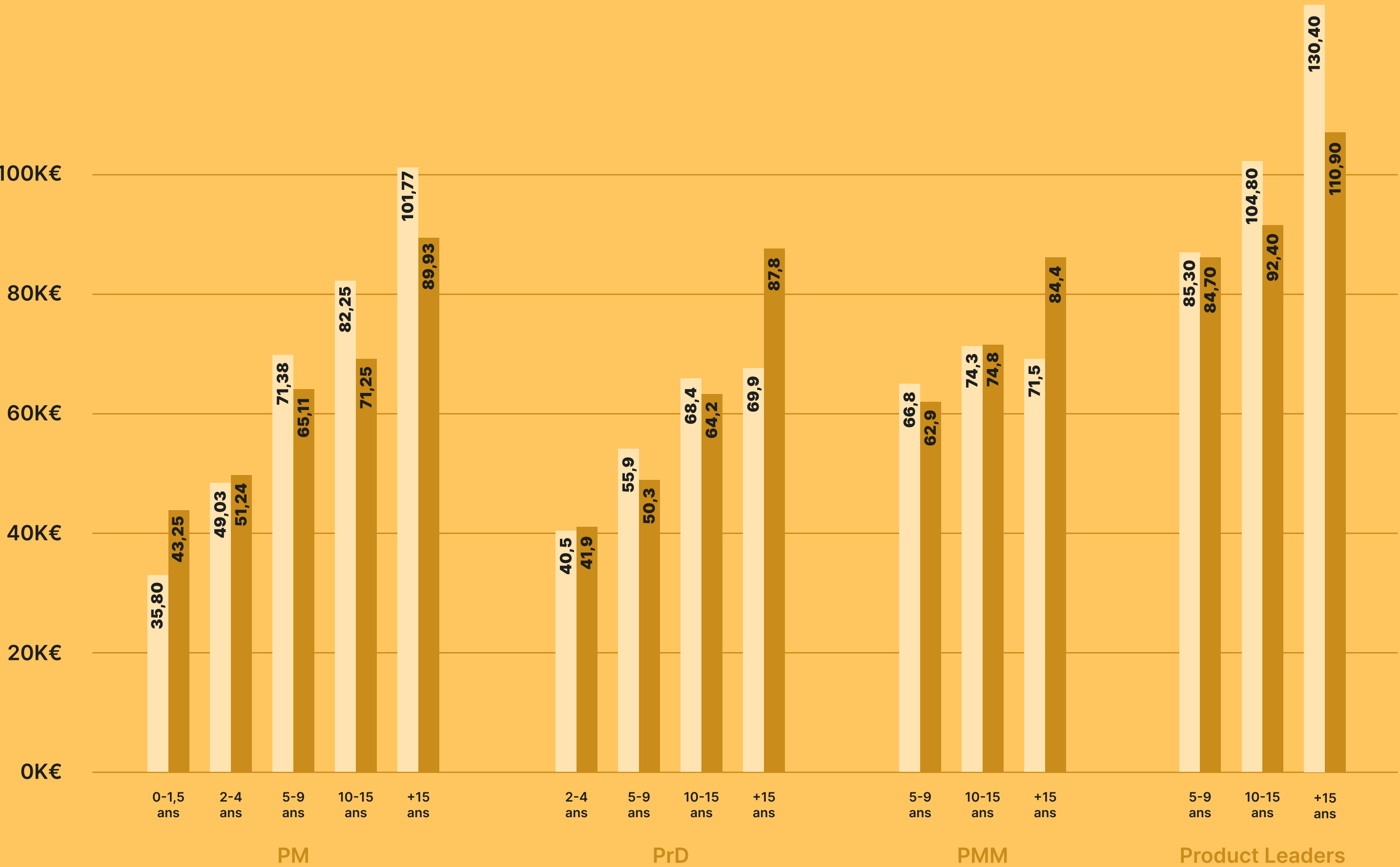
Médian
65 k€

Le salaire médian pour tous les répondants, quelle que soit leur expérience ou leur profession, est de 65 k€.

Salaire selon l'expérience, la profession et le genre

« Quel est le montant brut annuel total en k€ de votre package ? »

Homme
Femme



L'analyse

Moyen
Femme : 67,8 k€
Homme : 78,4 k€

Médian
Femme : 62 k€
Homme : 70 k€

Nota Bene : Toutes les données sont basées sur un minimum de 30 répondants.

Management des Product People

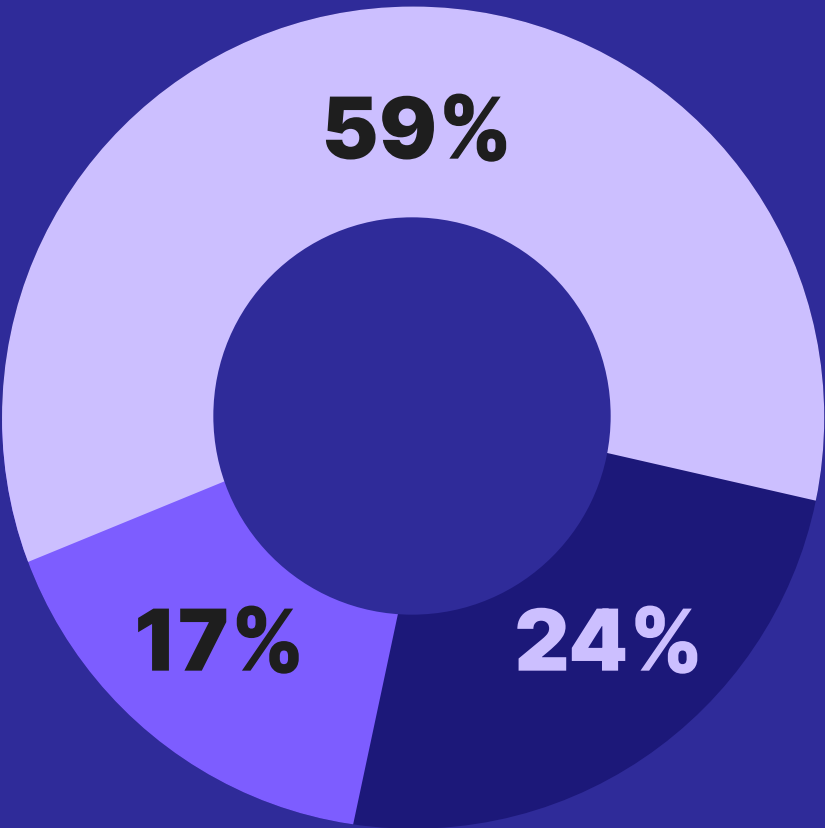
“Managez-vous des Product People ? Combien ?”

38%

Managent des Product People



- Moins de 5
- Entre 5 et 10
- Plus de 10



L'analyse

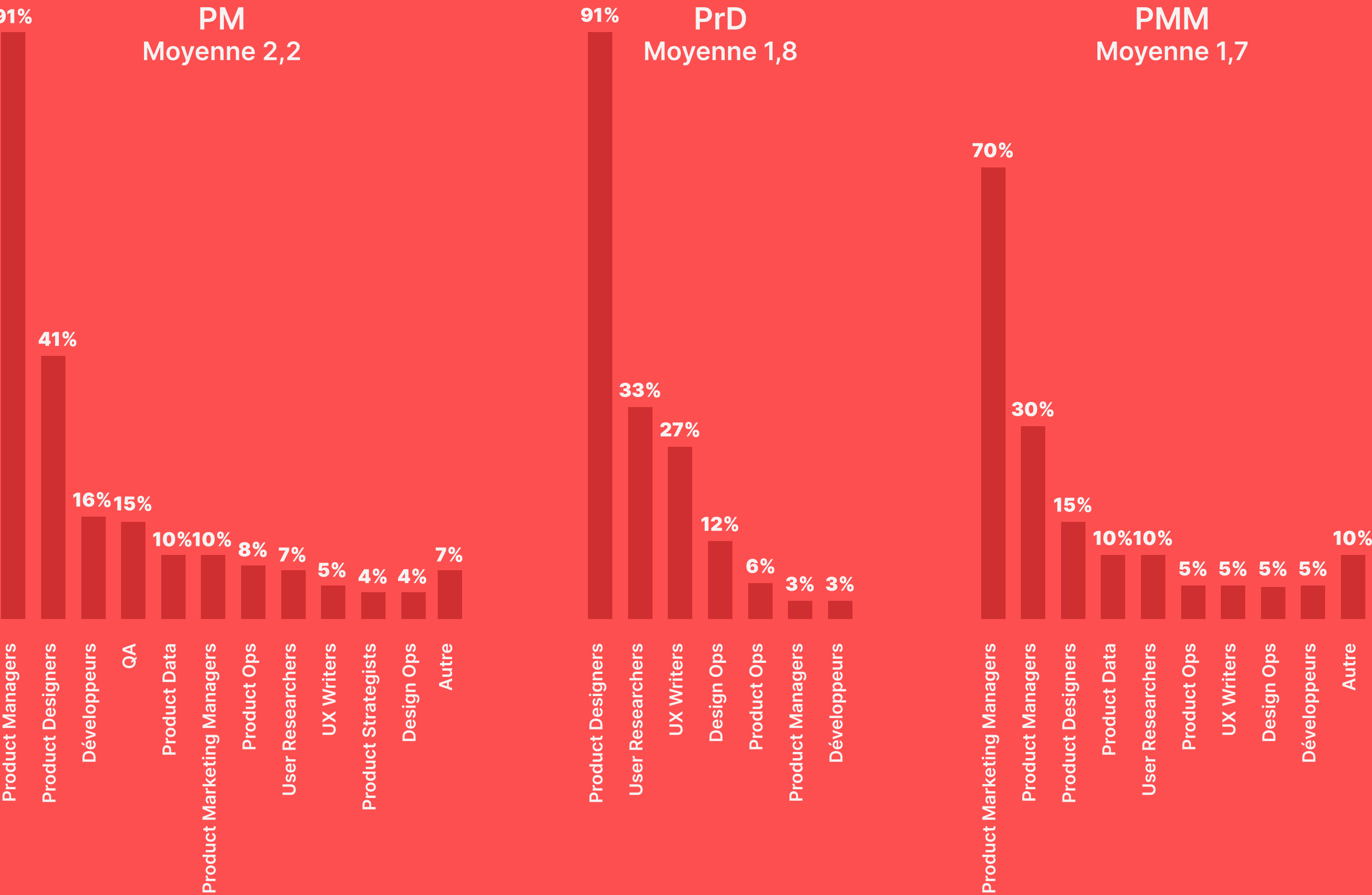


En France, **38%** déclarent manager au moins 1 Product People.

6 managers sur 10 sont responsables de moins de 5 Product People.

Type de personnes managées

« Quels types de profils managez-vous ? »



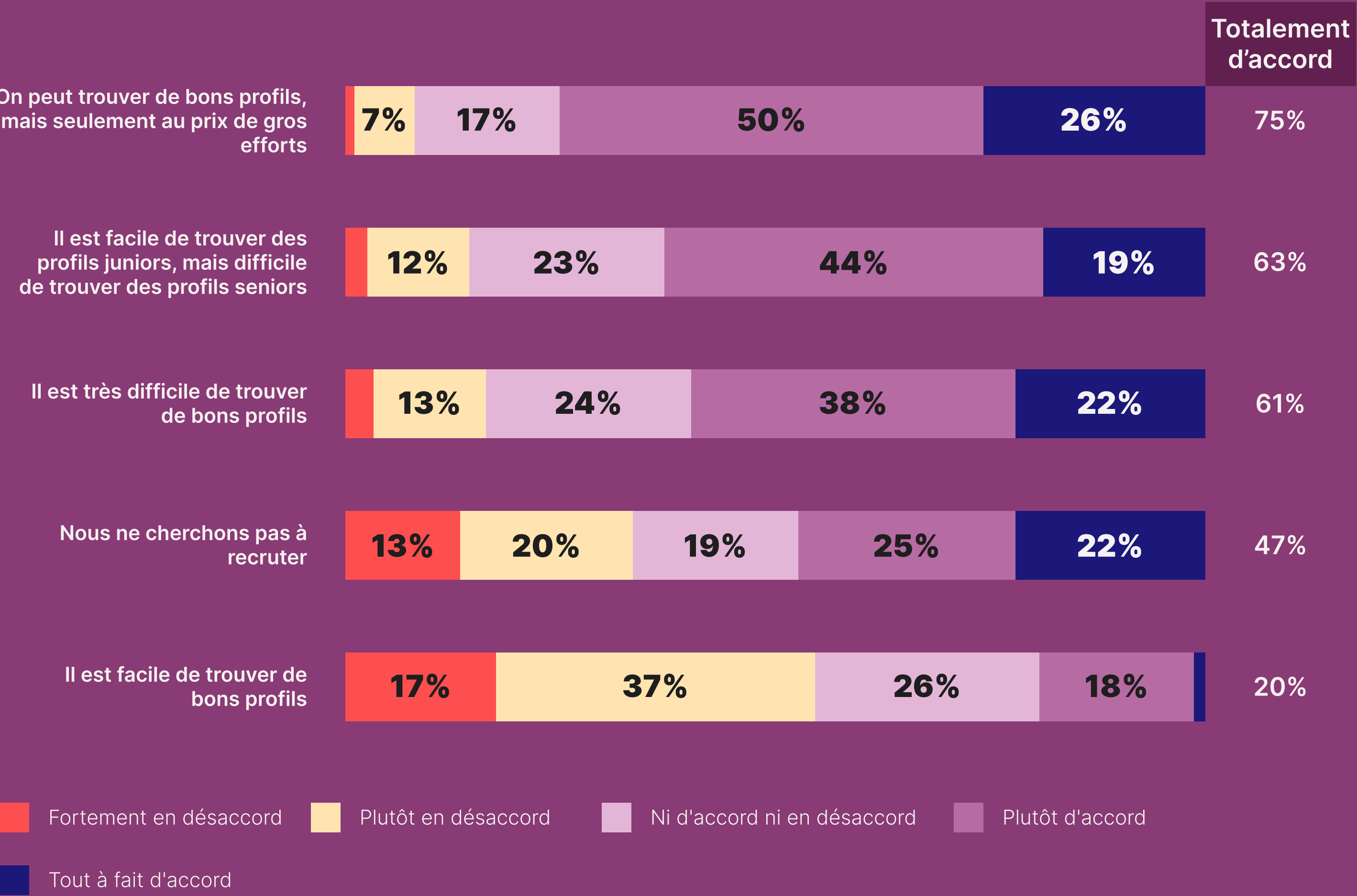
L'analyse

Les managers en France se concentrent sur l'encadrement des Product People de leur branche.

Ils supervisent en moyenne deux types de profils.

Difficulté de recrutement

« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le recrutement de profils Produit ? »

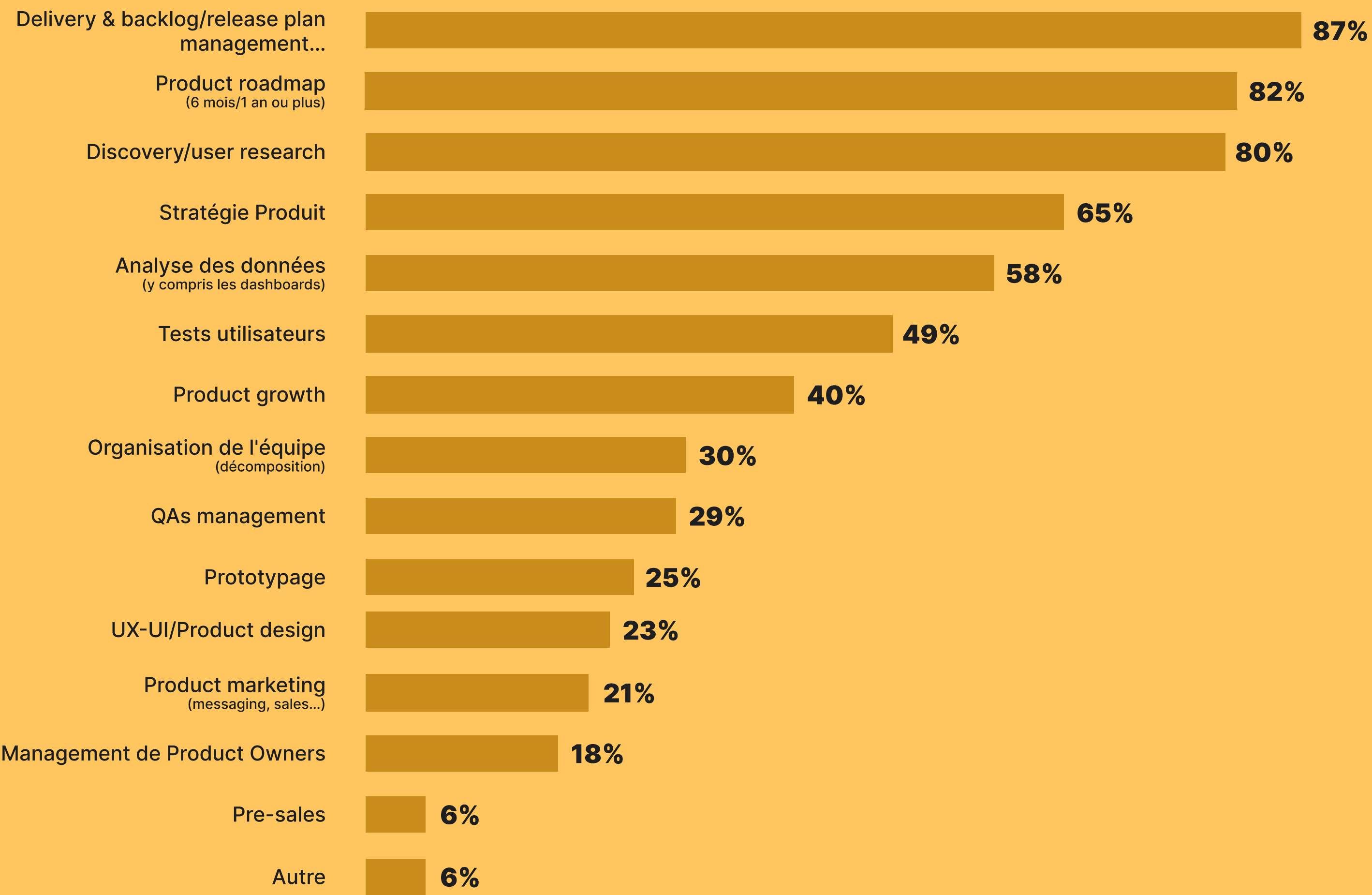


L'analyse

Globalement, les répondants soulignent les difficultés rencontrées dans le recrutement de candidats compétents et de profils seniors.

Responsabilités du PM

« Quelles sont les responsabilités directes d'un Product Manager dans votre entreprise ? »



L'analyse

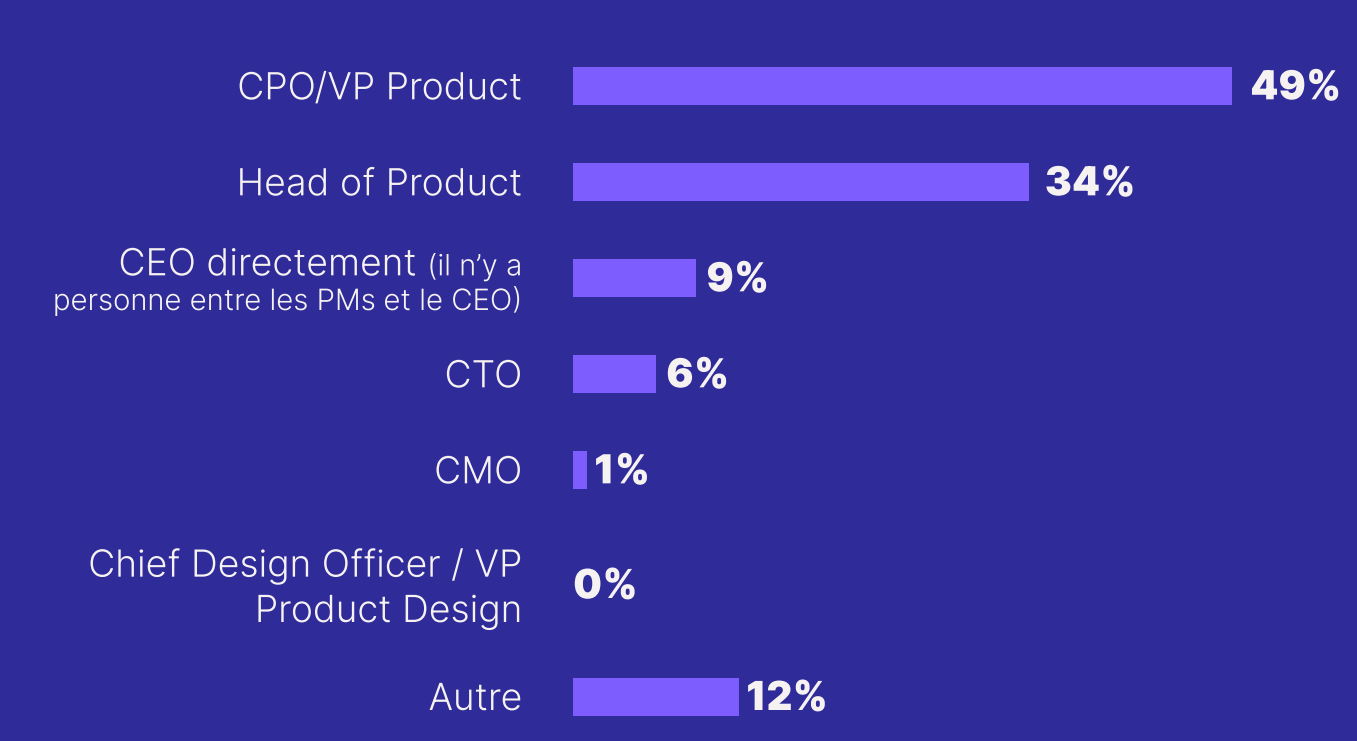


Les principales responsabilités comprennent la gestion du plan de livraison et du backlog/release plan ainsi que la roadmap Produit.

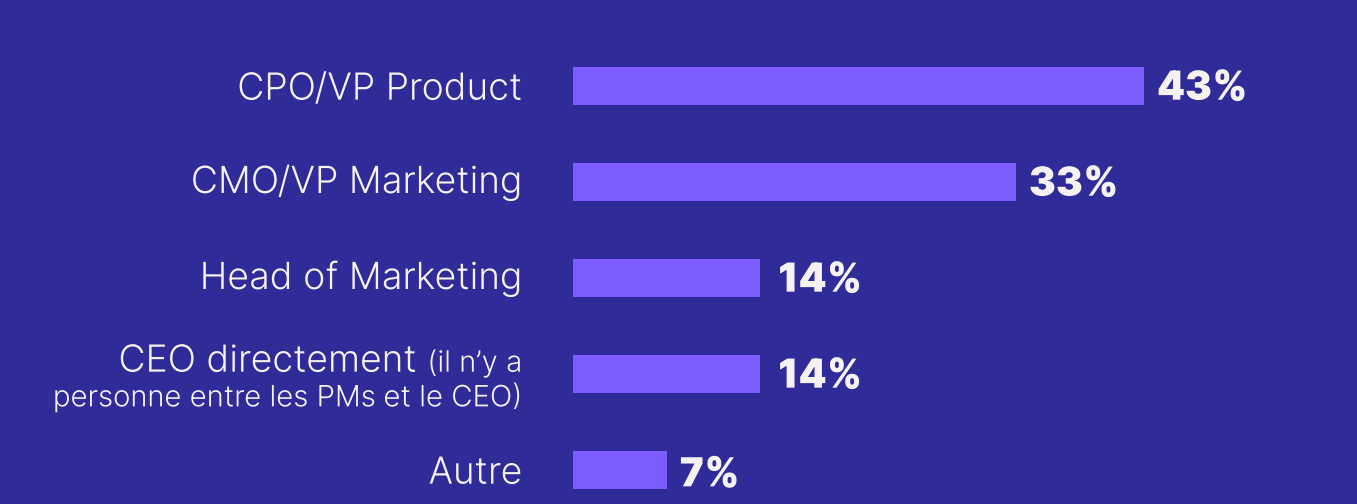
Reporting

« À qui le PM/PrD/PMM rend-il compte ? » NB : la personne la plus haut placée (à l'exclusion du CEO)

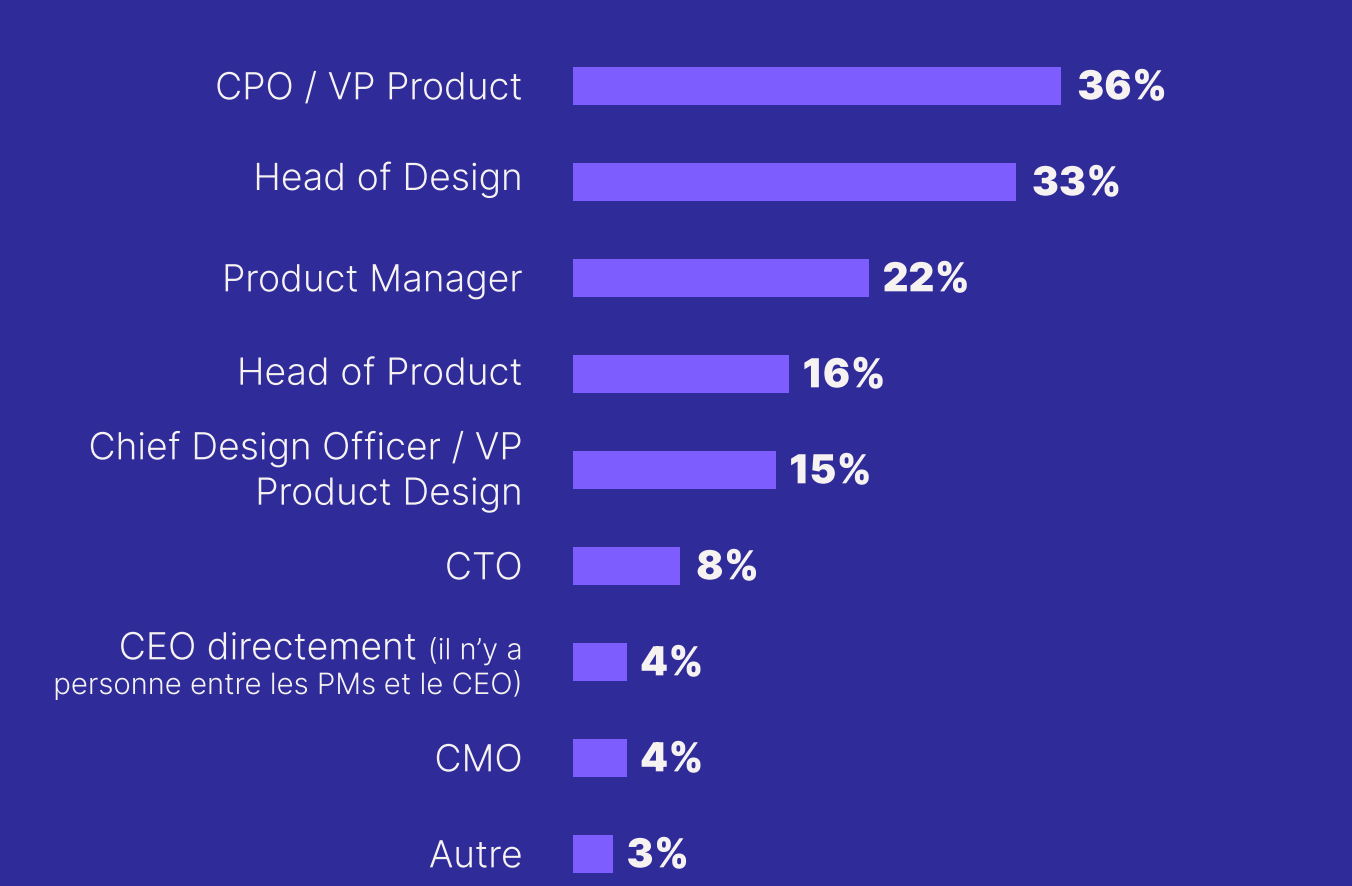
Product Manager



Product Marketing Manager



Product Designer



L'analyse

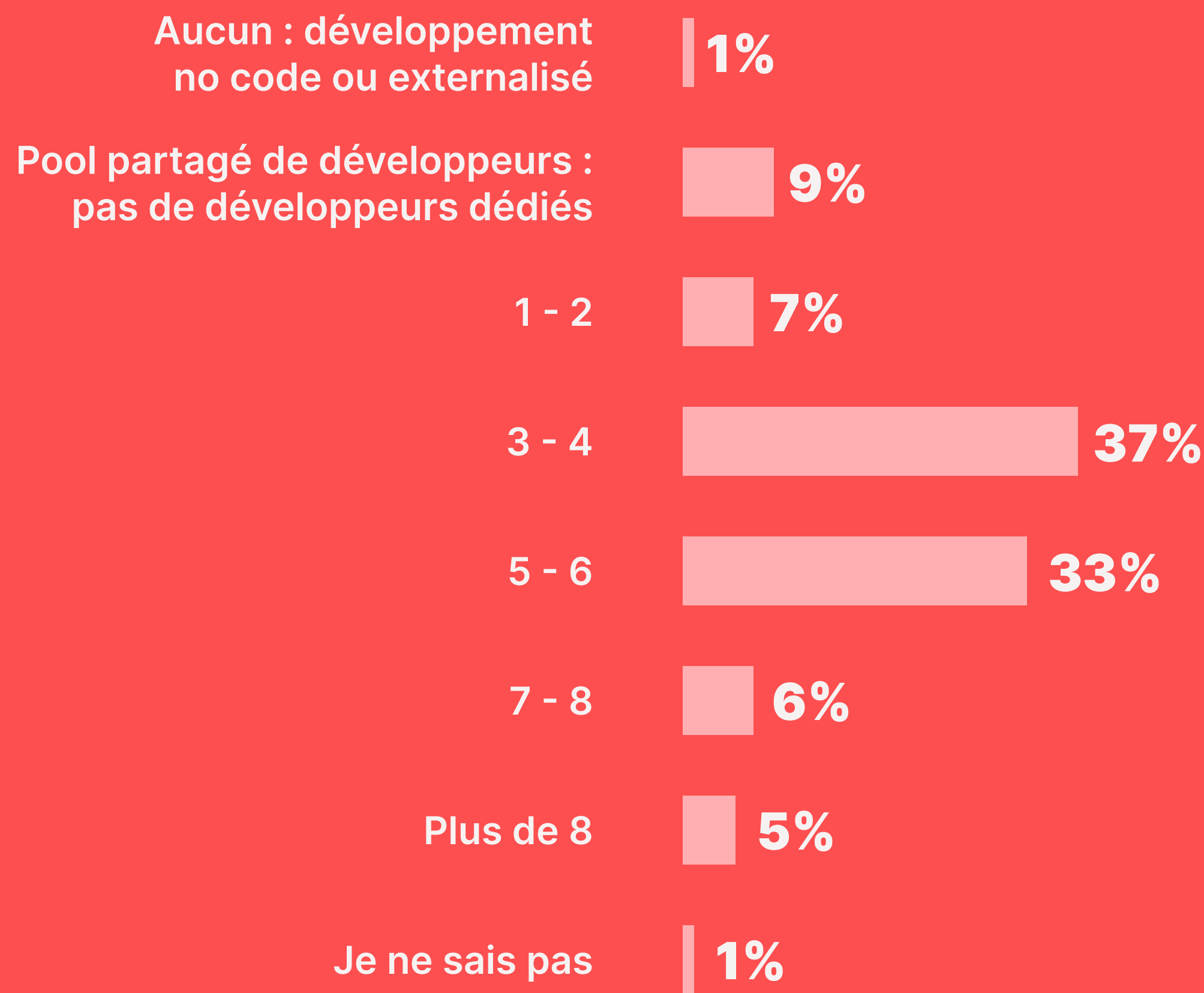
Les PM sont généralement sous la responsabilité d'une seule personne : CPO ou VP Product.

Les PrD consultent les CPO/VP Product et les Responsables Design.

Les PMM sont généralement sous la responsabilité du CPO/VP Product et du CMO/VP Marketing.

Développeurs dédiés au PO/PM ?

« Quel est le ratio de développeurs dédiés par PM ? »



L'analyse

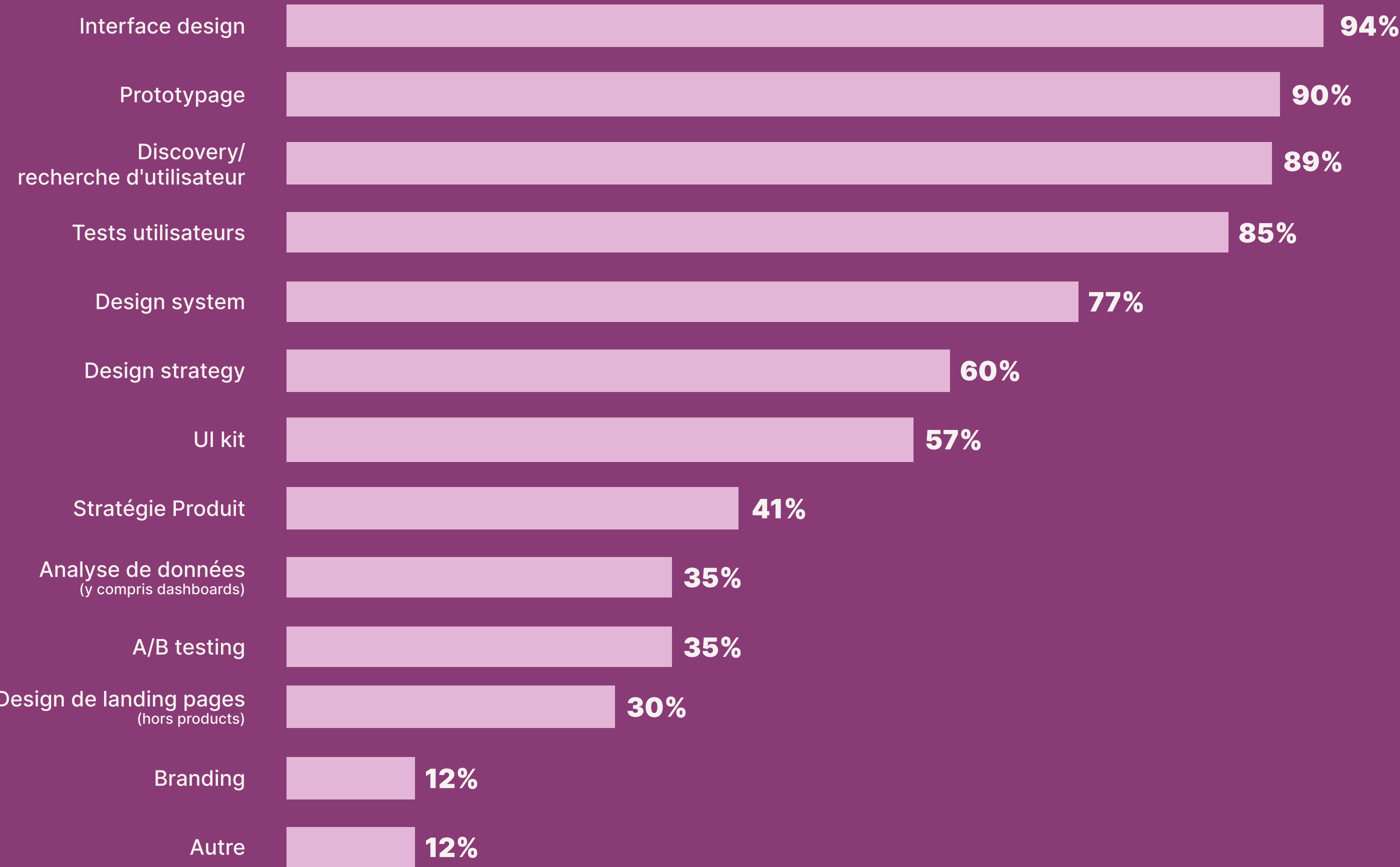


Deux situations se démarquent :

3-4 ou **5-6** développeurs dédiés pour chaque Product Manager.

Responsabilités du PrD

« Quelles sont les responsabilités directes d'un Product Designer dans votre entreprise ? »



L'analyse



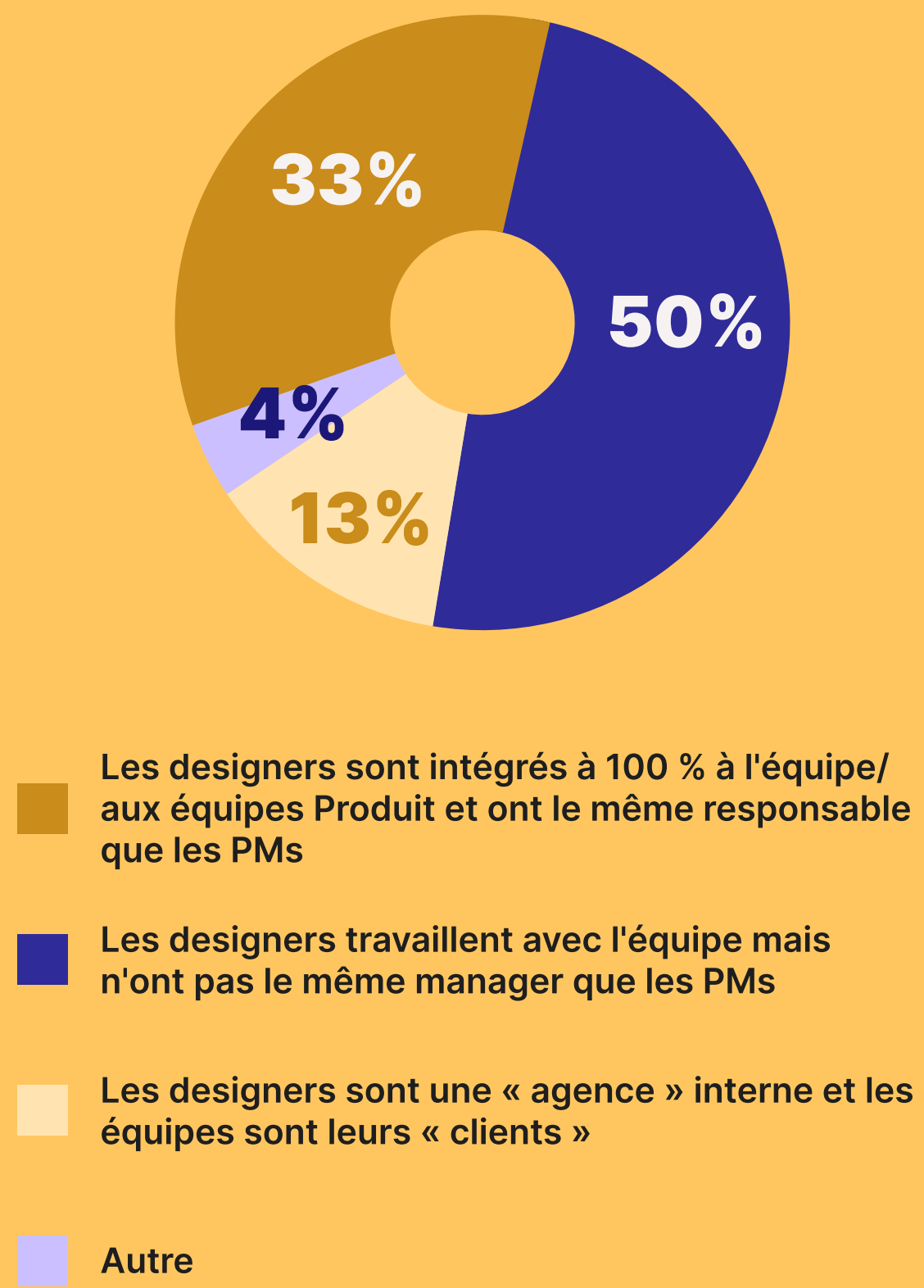
Les PrD sont ceux qui ont le plus de responsabilités, notamment en France (**7.2** en moyenne).

Les 4 premières responsabilités sont les plus représentées en France.

Organisation du design et ratio de designers

« Quelle est l'organisation du design ? Quel est le ratio de designers par rapport aux équipes Produit ? »

Ratio de designers



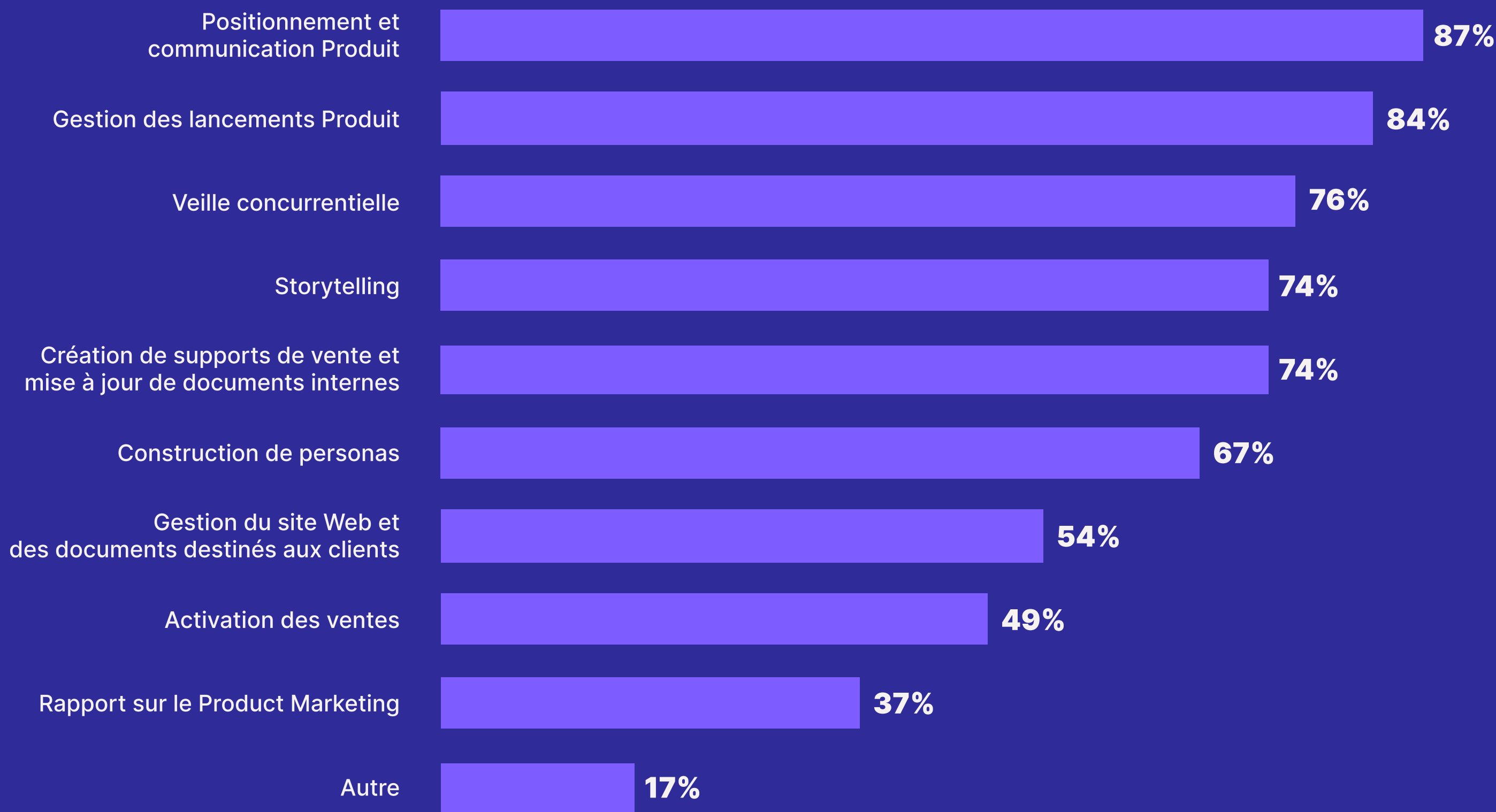
L'analyse

Environ la moitié des personnes occupant des postes de PrD ont un responsable différent de celui des personnes occupant des postes de PM.

La répartition des PrD entre les équipes varie selon les entreprises et aucun modèle de répartition particulier ne prévaut.

Responsabilités du PMM

« Quelles sont les responsabilités directes d'un Product Marketing Manager dans votre entreprise ? »

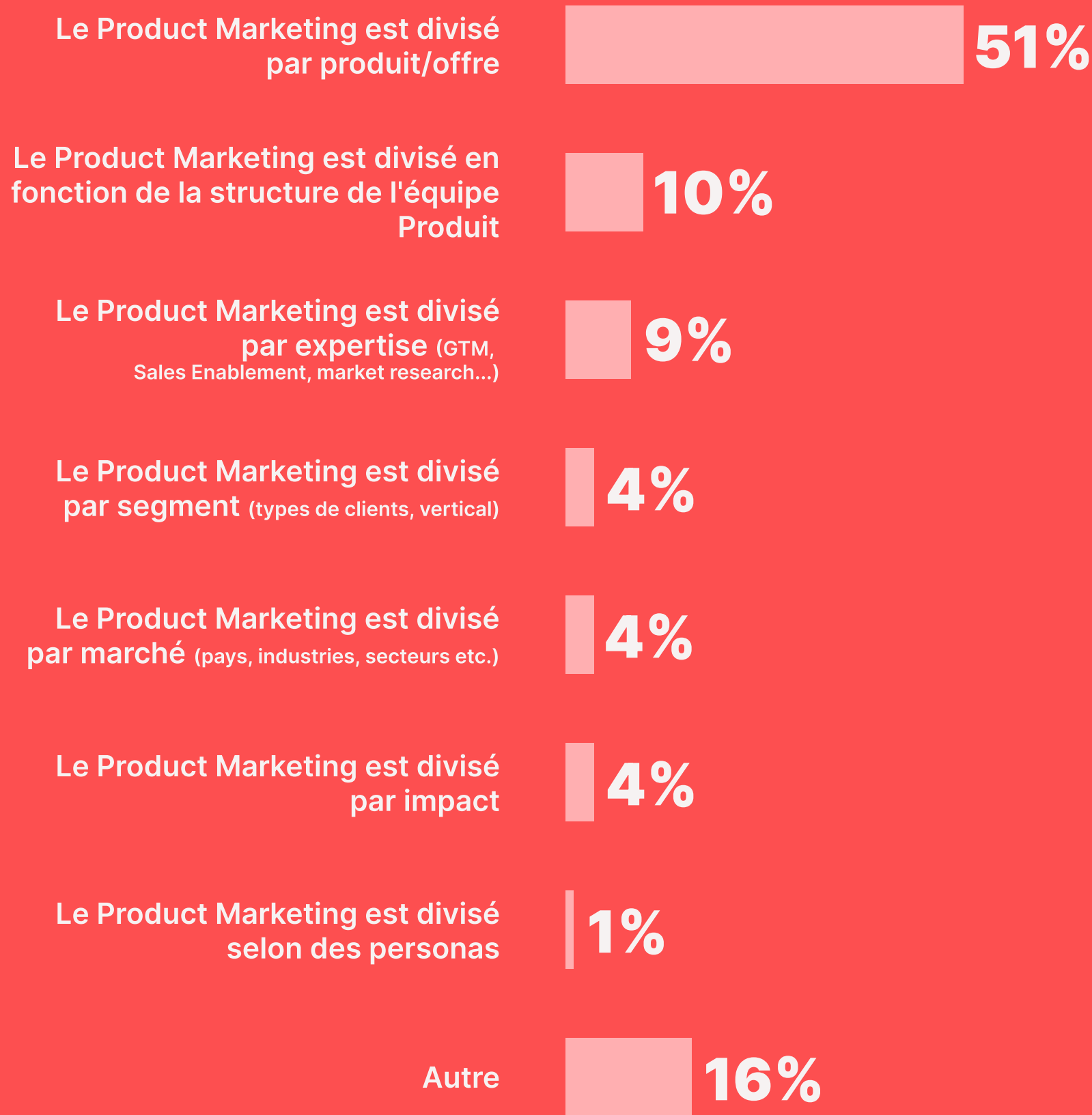


L'analyse

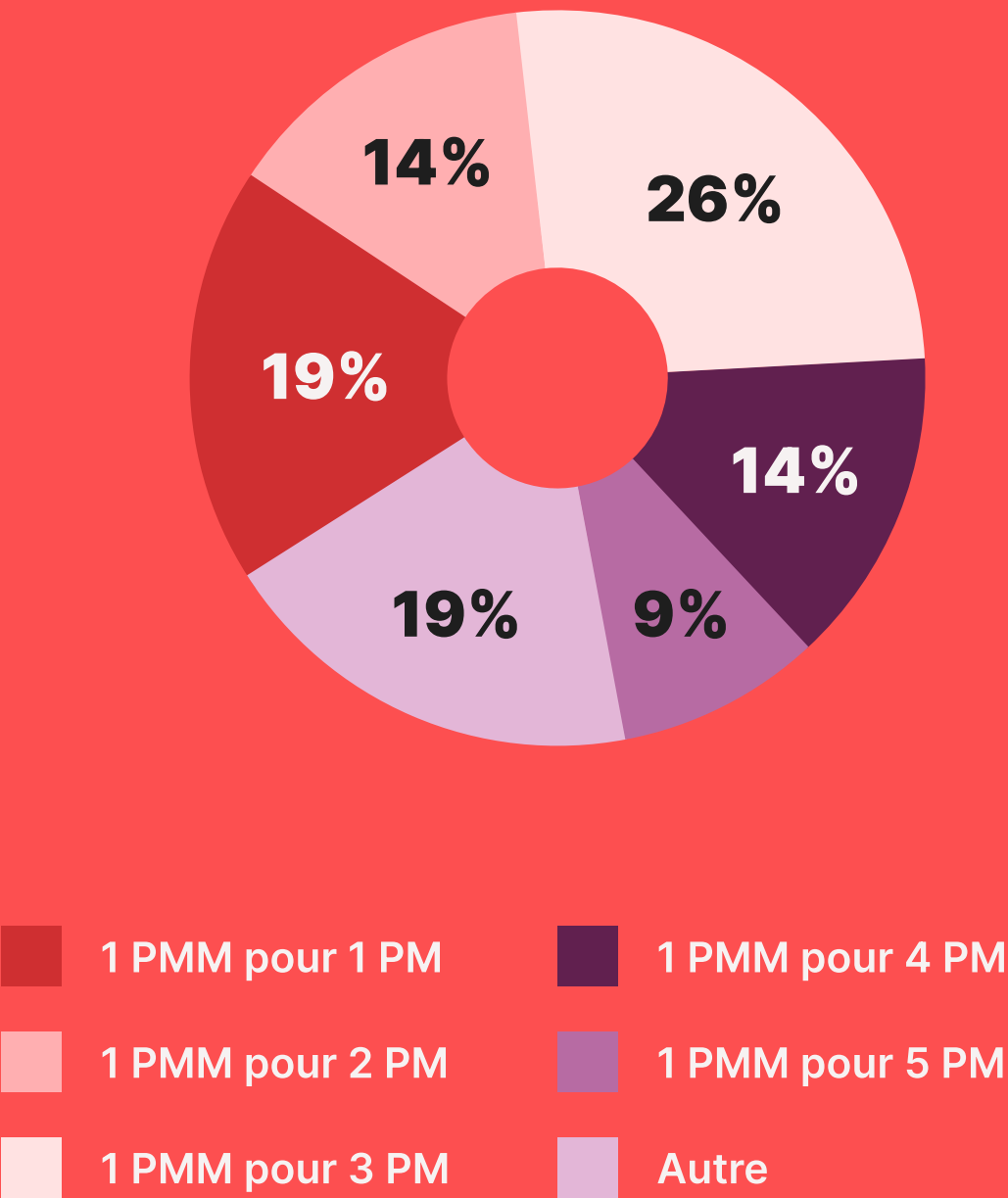
Les PMM, tout comme les PM, ont en moyenne **6.2** responsabilités, les principales étant le positionnement et la communication autour des produits, ainsi que la gestion des lancements Produit.

Organisation du Product Marketing

« Comment le Product Marketing est-il organisé ? À combien de PMs le PMM est-il rattaché ? »



Nombre de PM par PMM



L'analyse

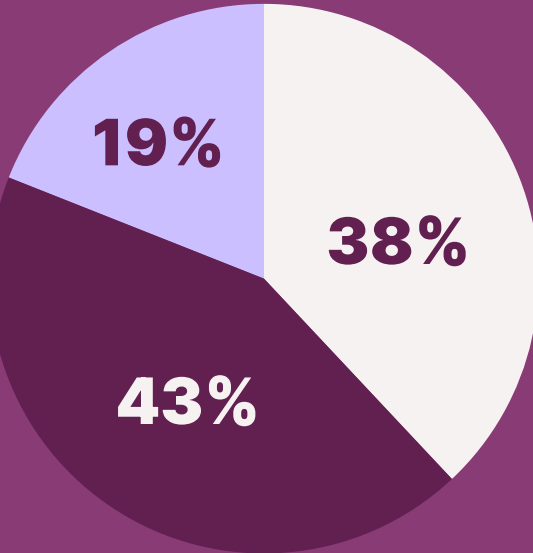
L'organisation de l'équipe Product Marketing est principalement segmentée par produit/offre.

1 Product Marketer sur 4 est rattaché à **3** Product Managers.

Compréhension des rôles

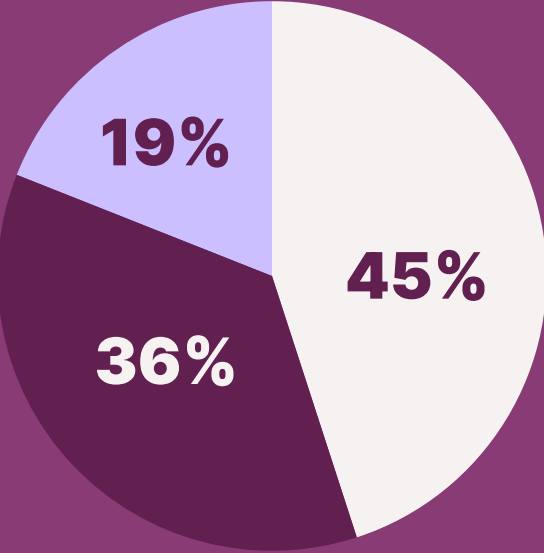
« Sur une échelle de 1 à 10, comment évaluez-vous la compréhension par le reste de l'entreprise des rôles suivants ? »

Product Manager



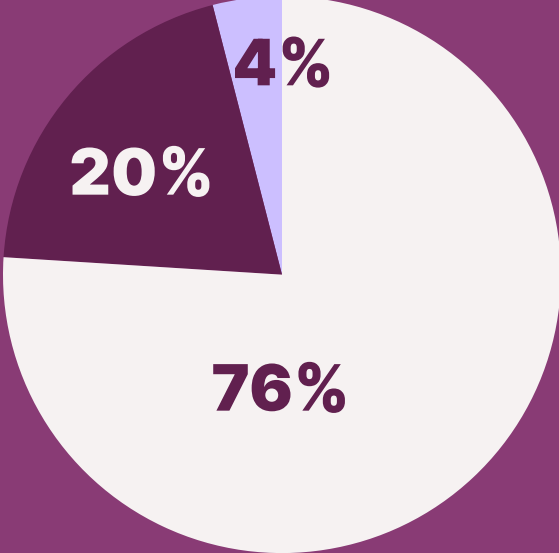
6,8/10

Product Designer



6,5/10

Product Marketing Manager



4,7/10

1-5 Pas bien compris 7-8 Compris 9-10 Parfaitement compris

A noter :

Les PMM ont donné une note de **7,4/10**

Les personnes travaillant dans des entreprises de plus de 5 000 salariés ont donné une note de **6,3/10**

Les personnes ayant plus de 15 ans d'expérience ont donné une note de **6,4/10**

A noter :

Les PMM ont donné une note de **7,1/10**

Les personnes travaillant dans des entreprises de plus de 5 000 salariés ont donné une note de **5,9/10**

Les personnes ayant plus de 15 ans d'expérience ont donné une note de **5,9/10**

A noter :

Les PMM ont donné une note de **6,1/10**

Les personnes travaillant dans des entreprises de 250 à 5 000 salariés ont donné une note de **5,1/10**

Les PM ont donné une note de **4,4/10**

L'analyse

Les personnes interrogées trouvent le poste de Product Manager légèrement plus compréhensible que le rôle de PrD.

Les personnes interrogées trouvent le rôle de PMM plus difficile à comprendre.

Politique de travail à distance

« Quelle politique de travail à distance votre entreprise a-t-elle adoptée (par semaine) ? »

Toute la semaine au bureau **0%**



1 jour à distance **3%**



2 jours à distance **43%**



3 jours à distance **31%**



4 jours à distance **9%**



Télétravail complet **14%**

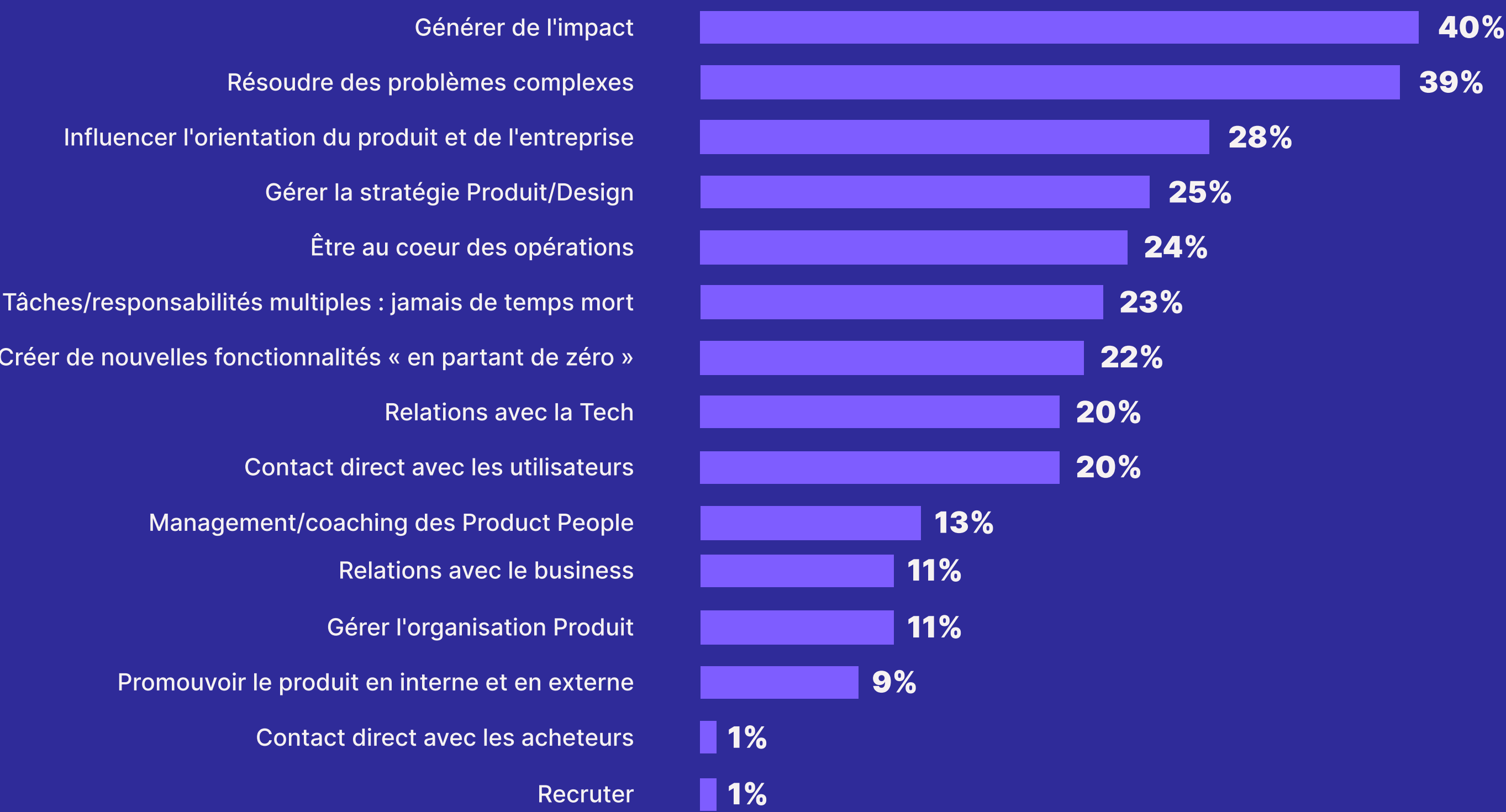


L'analyse

En France, le modèle prédominant pour les entreprises faisant du Produit est de **2** à **3** jours de télétravail par semaine.

Aspects préférés du travail

« Quels sont vos aspects préférés de votre travail ? »



L'analyse

Générer de l'impact et résoudre des problèmes complexes sont des aspects clés des métiers du Produit.

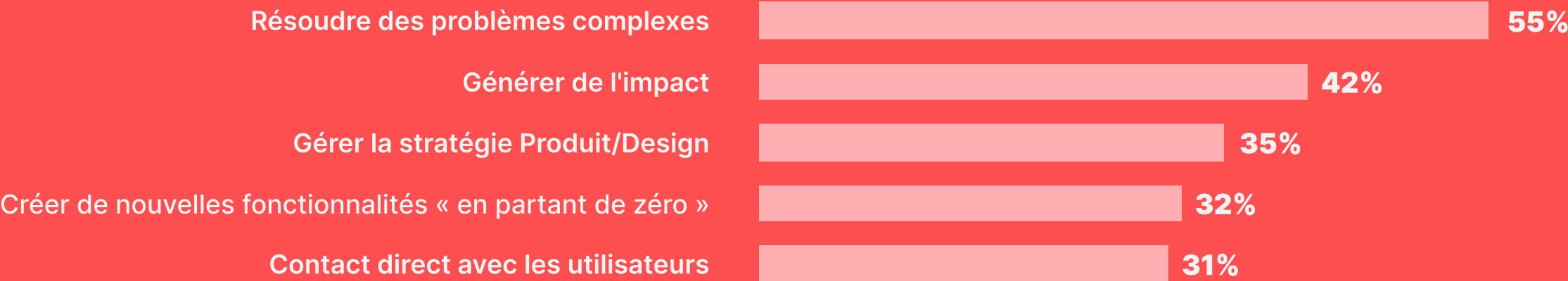
Aspects préférés du travail - Top 5

« Quels sont vos aspects préférés de votre travail ? »

TOP 5 PM



TOP 5 PrD



TOP 5 PMM



L'analyse

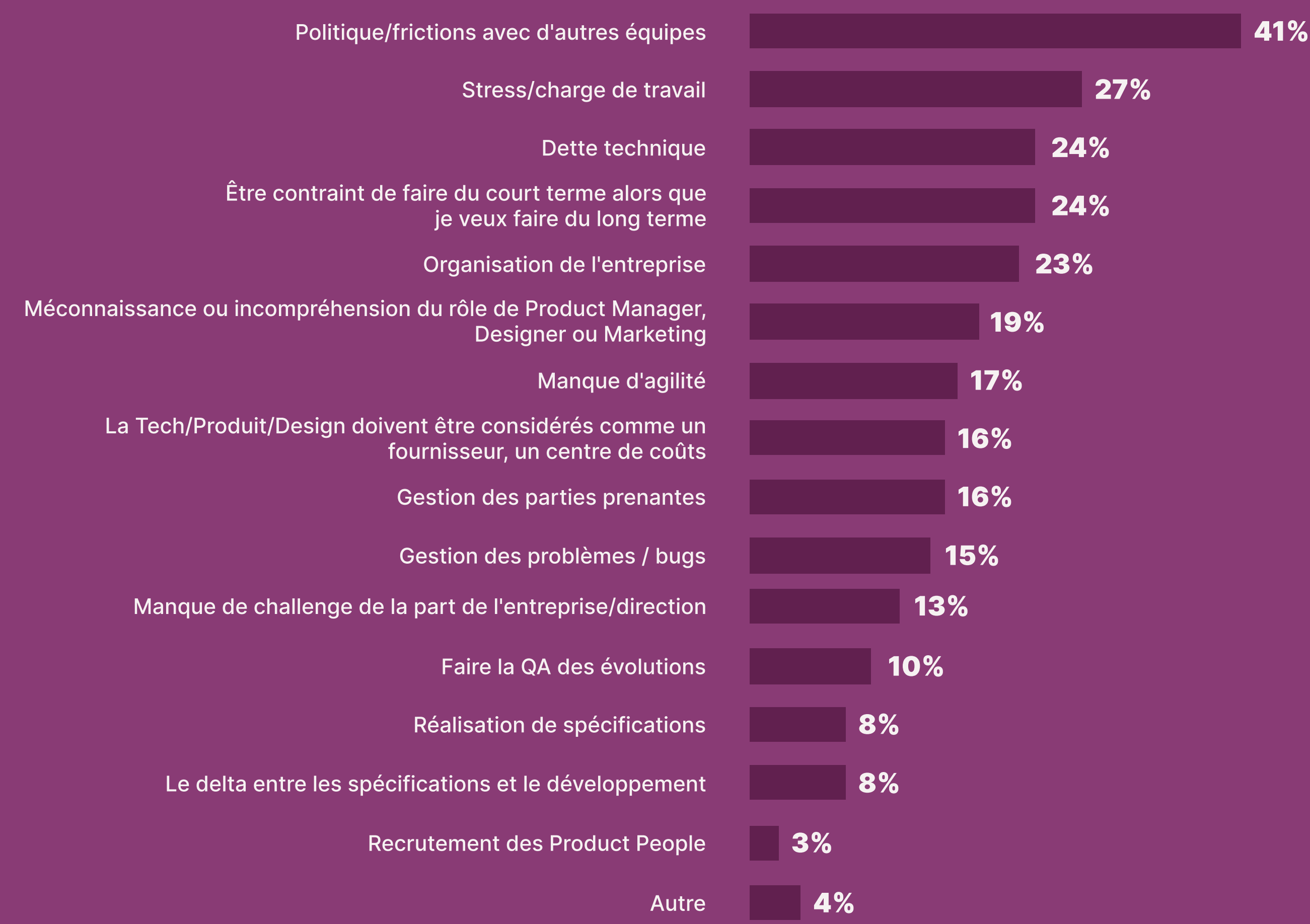


Étant donné que les tâches diffèrent, il est logique que le classement des aspects préférés varie selon les professions.

Générer un impact et résoudre des problèmes complexes sont essentiels pour les PM et les PrD, tandis que les PMM privilégient le multitâche, les relations et la promotion du produit.

Aspects du travail les moins aimés

« Quels aspects de votre travail détestez-vous le plus ? »



L'analyse

Les professionnels français du secteur soulignent que la politique interne et les frictions sont les principaux aspects détestés de leur travail.

Aspects du travail les moins aimés - Top 5

« Quels aspects de votre travail détestez-vous le plus ? »

TOP 5 PM



TOP 5 PrD



TOP 5 PMM



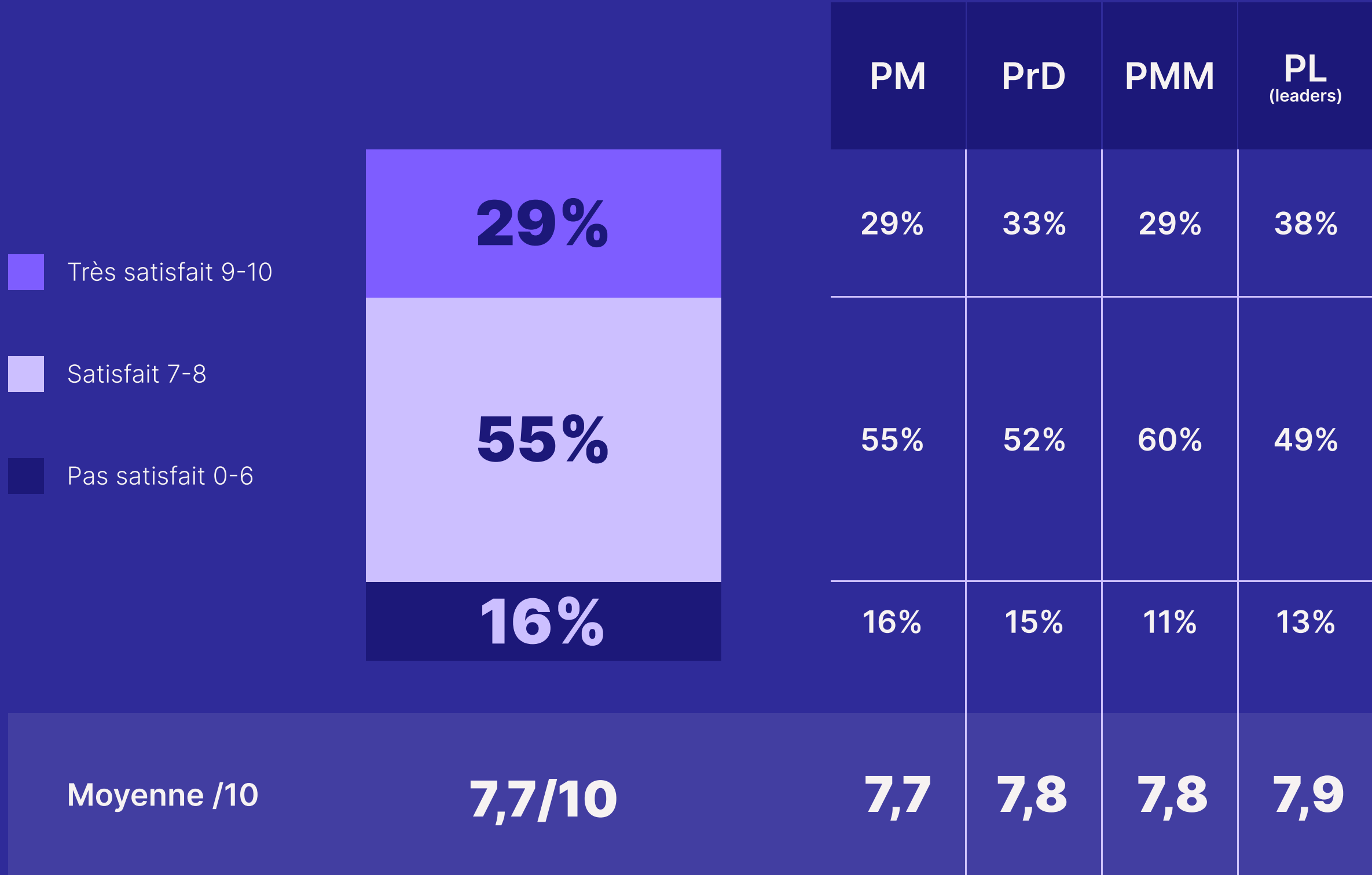
L'analyse

Les PM mettent l'accent sur les problèmes politiques et les frictions, qui figurent aussi parmi les deux principaux problèmes soulevés par les PrD et les PMM.

La dette technique est le principal inconvénient identifié par les Product Directors. Le stress n'est pas beaucoup évoqué par les Product People.

Appréciation générale

« Sur une échelle de 0 à 10, à quel point aimez-vous votre travail ? »

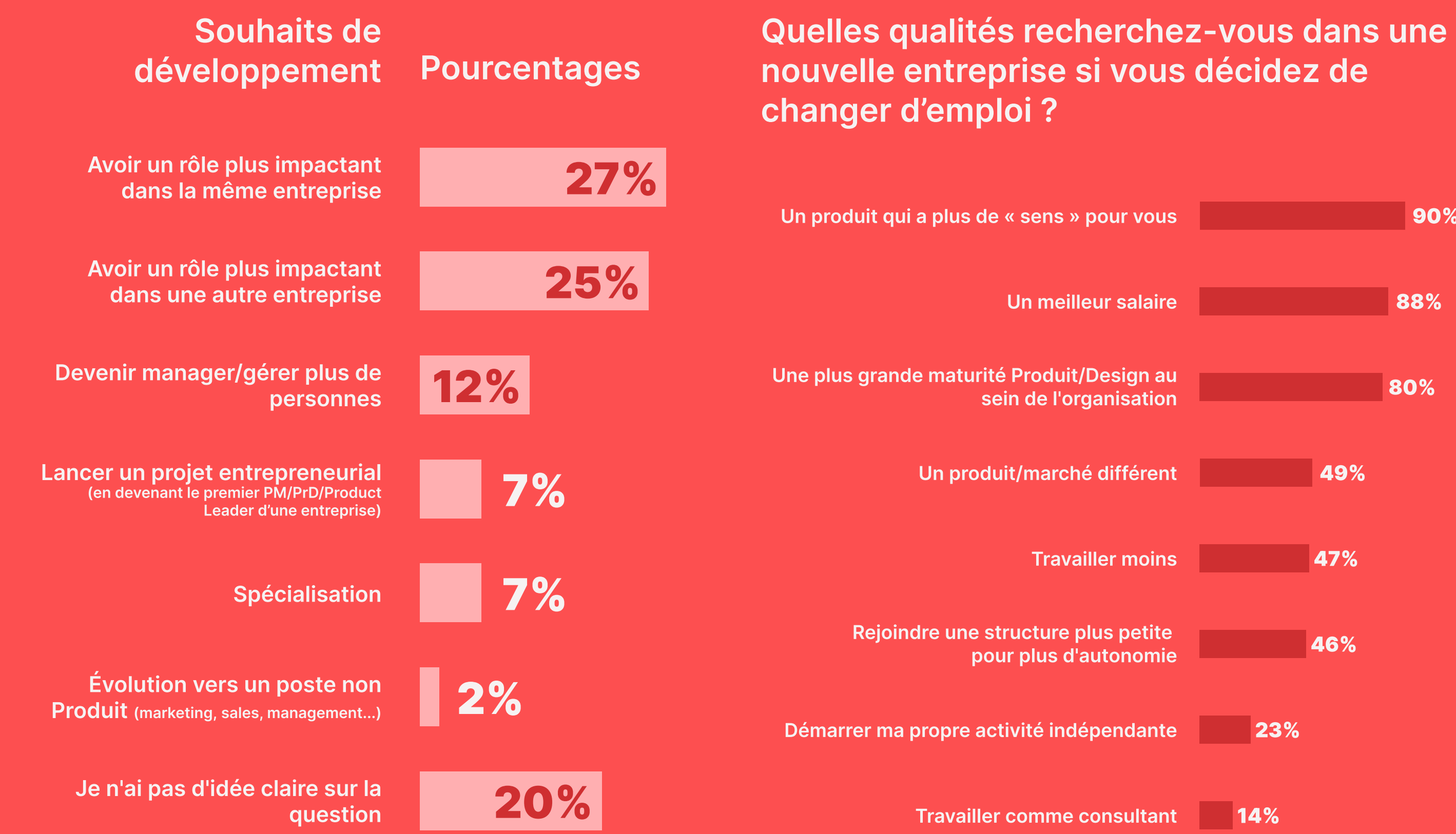


L'analyse

Plus de la moitié des Product People sont satisfaits et environ un tiers déclarent être très satisfaits.

Évolution de carrière

« Comment envisagez-vous votre prochaine évolution professionnelle ? »



L'analyse

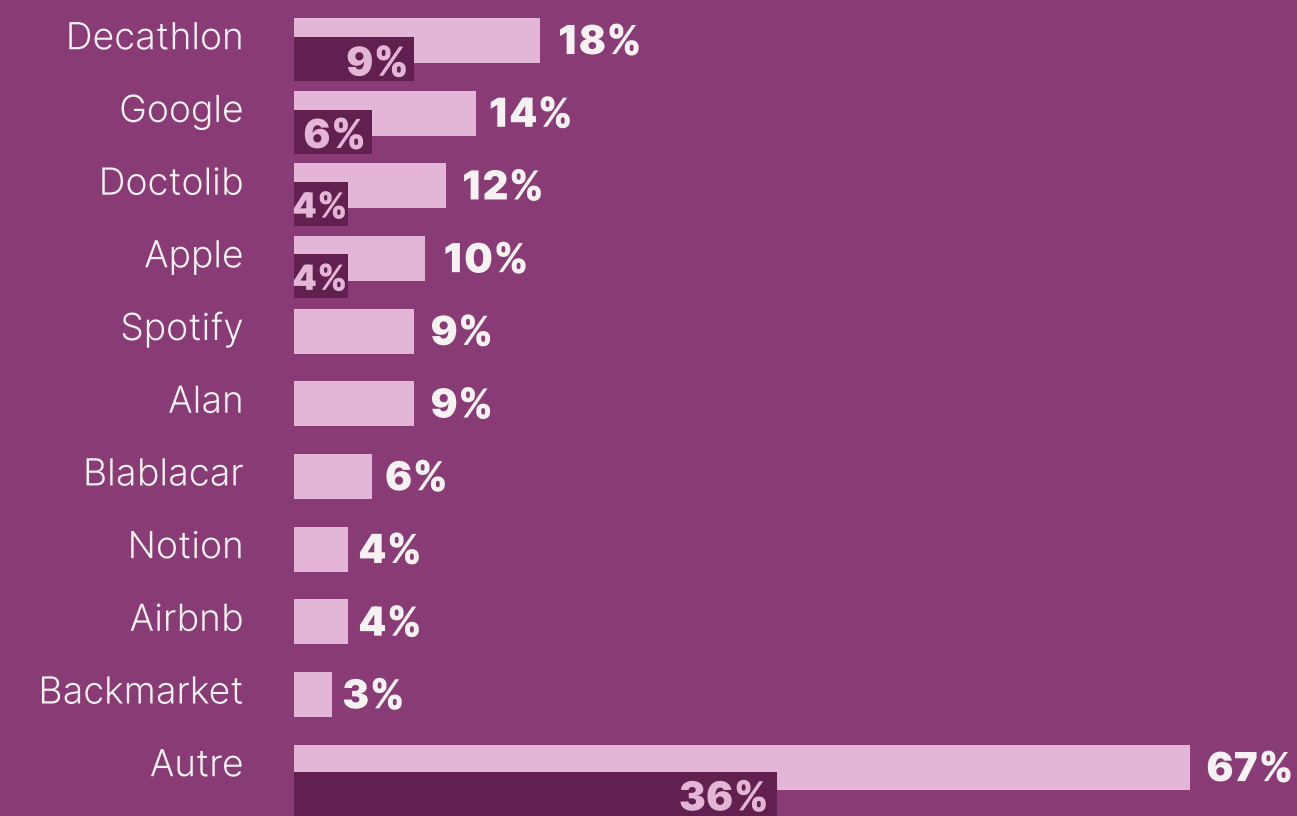
Les professionnels du Produit souhaitent rapidement décrocher un poste plus impactant, qu'ils restent dans leur entreprise actuelle ou qu'ils aillent ailleurs.

53% des professionnels du Produit français accordent une grande importance à un produit qui a du sens, tandis que 44% considèrent qu'un meilleur salaire est le plus important.

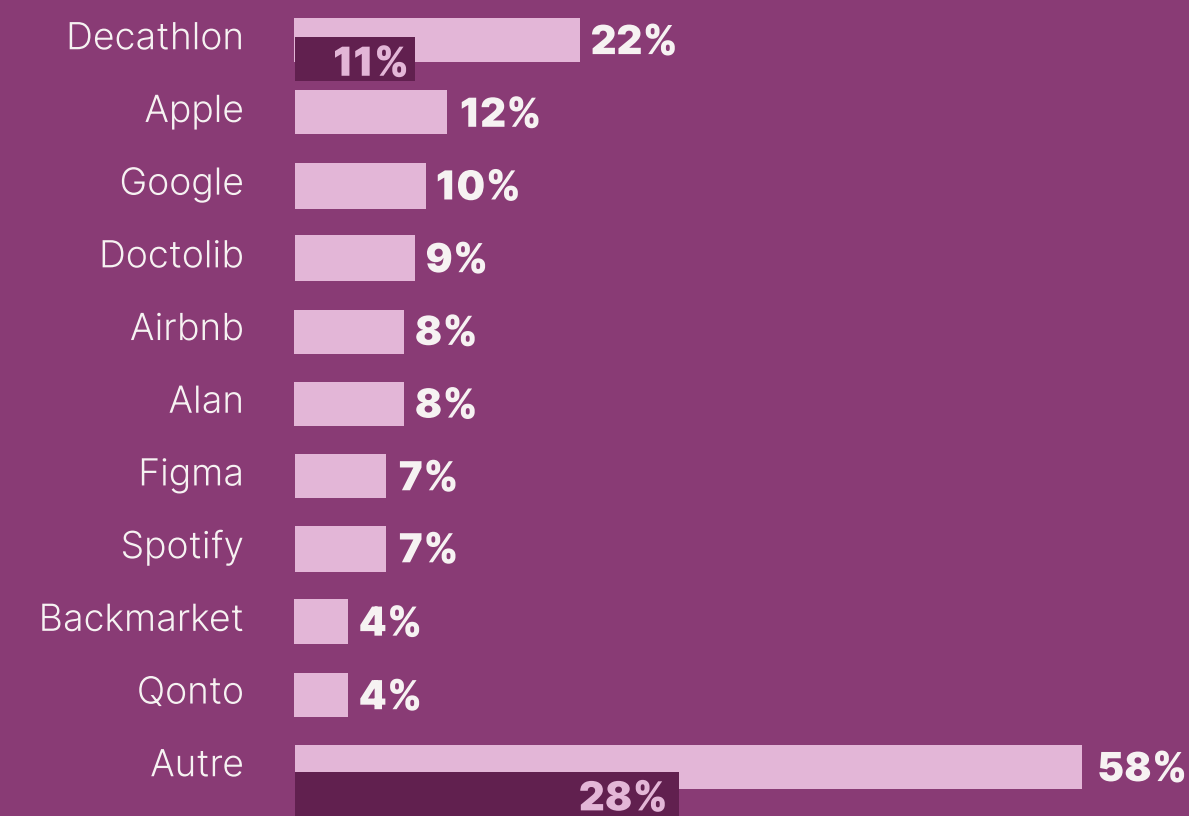
Top 10 des entreprises

« Quelles sont les trois entreprises pour lesquelles vous rêveriez de travailler ? »

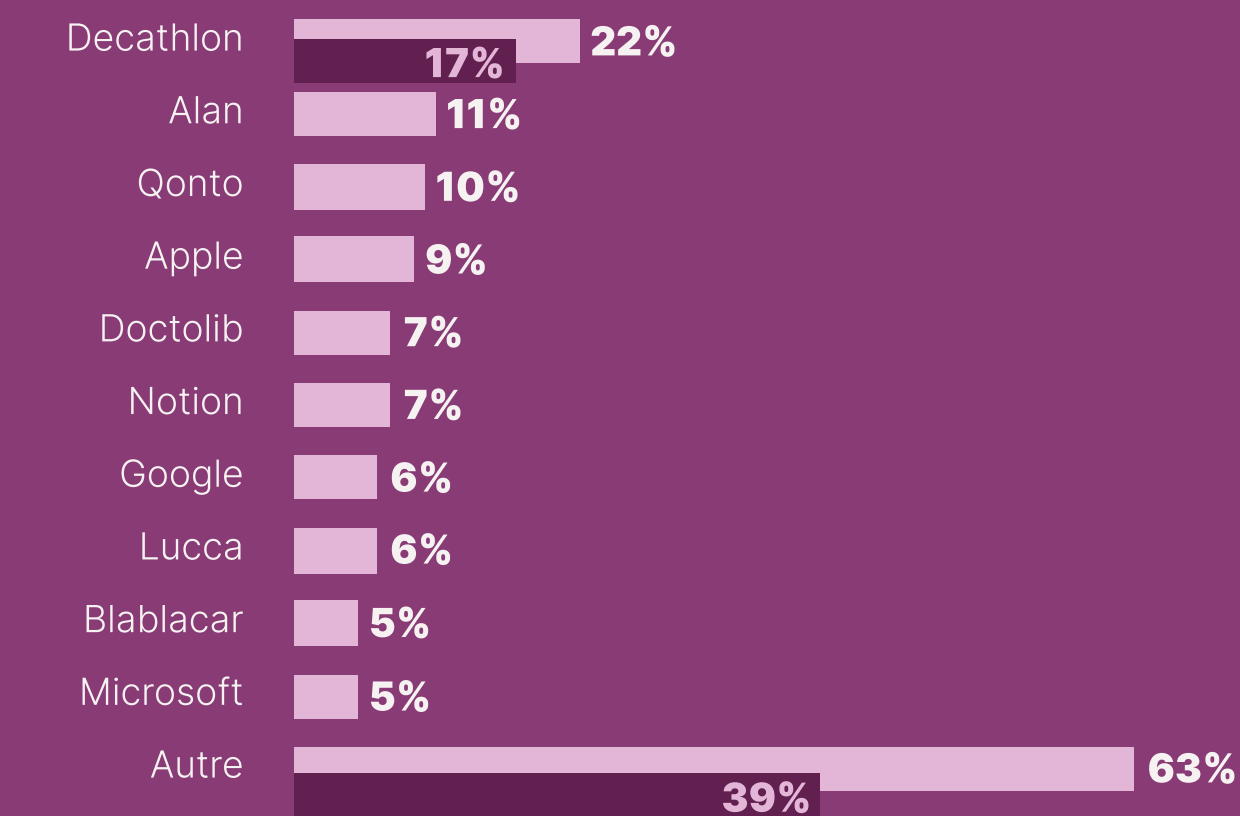
Product Manager



Product Designer



Product Marketing Manager



TOP 1

Le nombre de fois où les gens ont mentionné l'entreprise comme leur premier choix.



TOP 3

Le nombre de fois où les gens ont inclus l'entreprise dans leurs trois premiers choix, qu'elle que soit la position.

L'analyse

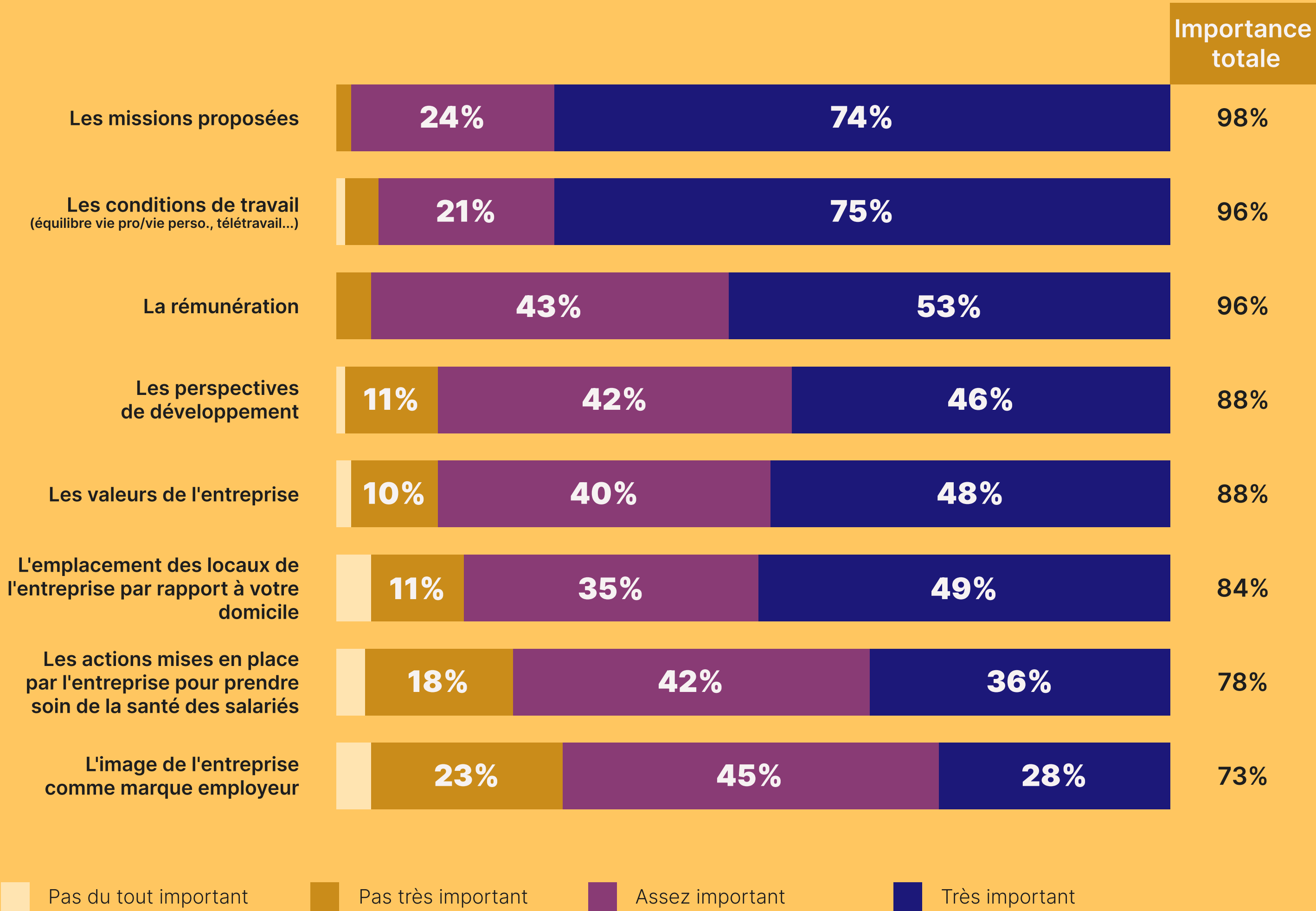


Decathlon se distingue comme la marque la plus citée en France parmi les trois parcours professionnels différents.

Un pourcentage important et significatif cite également d'autres marques.

Critères de choix de votre entreprise

« Dans quelle mesure chacun des critères suivants a-t-il été important lors de la sélection de votre entreprise actuelle ? »



L'analyse

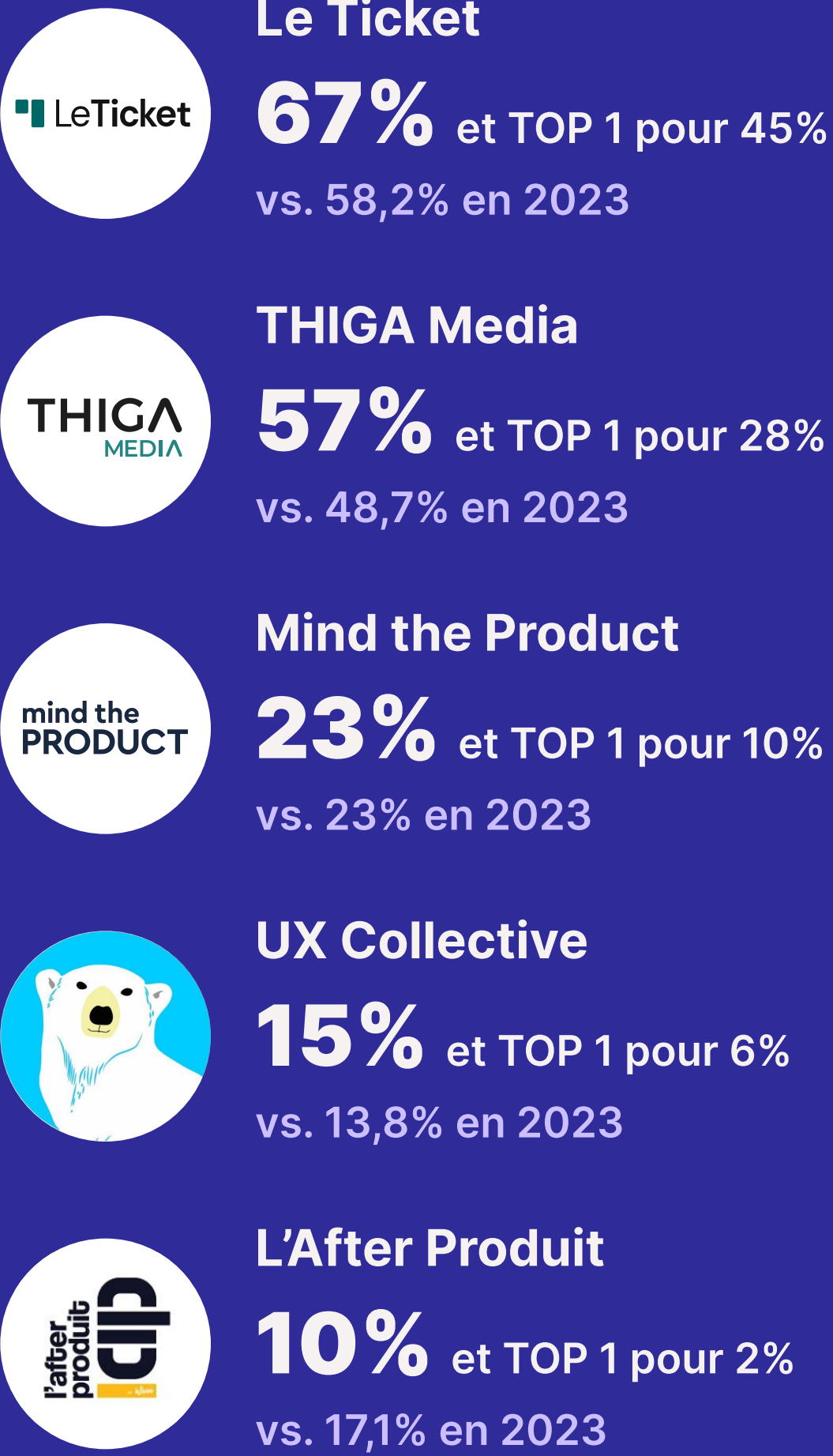
En France, les professionnels du Produit accordent de l'importance aux missions proposées, aux conditions de travail et à la rémunération.

Les opportunités d'évolution et la rémunération constituent le reste des trois facteurs principaux. L'image de l'entreprise est le facteur le moins important.

Votre montée en compétences

« Par quels moyens améliorez-vous vos compétences ? »

Quel média préférez-vous ? TOP 5



L'analyse

Les professionnels du Produit améliorent principalement leurs compétences grâce à l'expérience.

Thiga est le média de choix pour **28%** des professionnels du Produit.

02.

Santé mentale

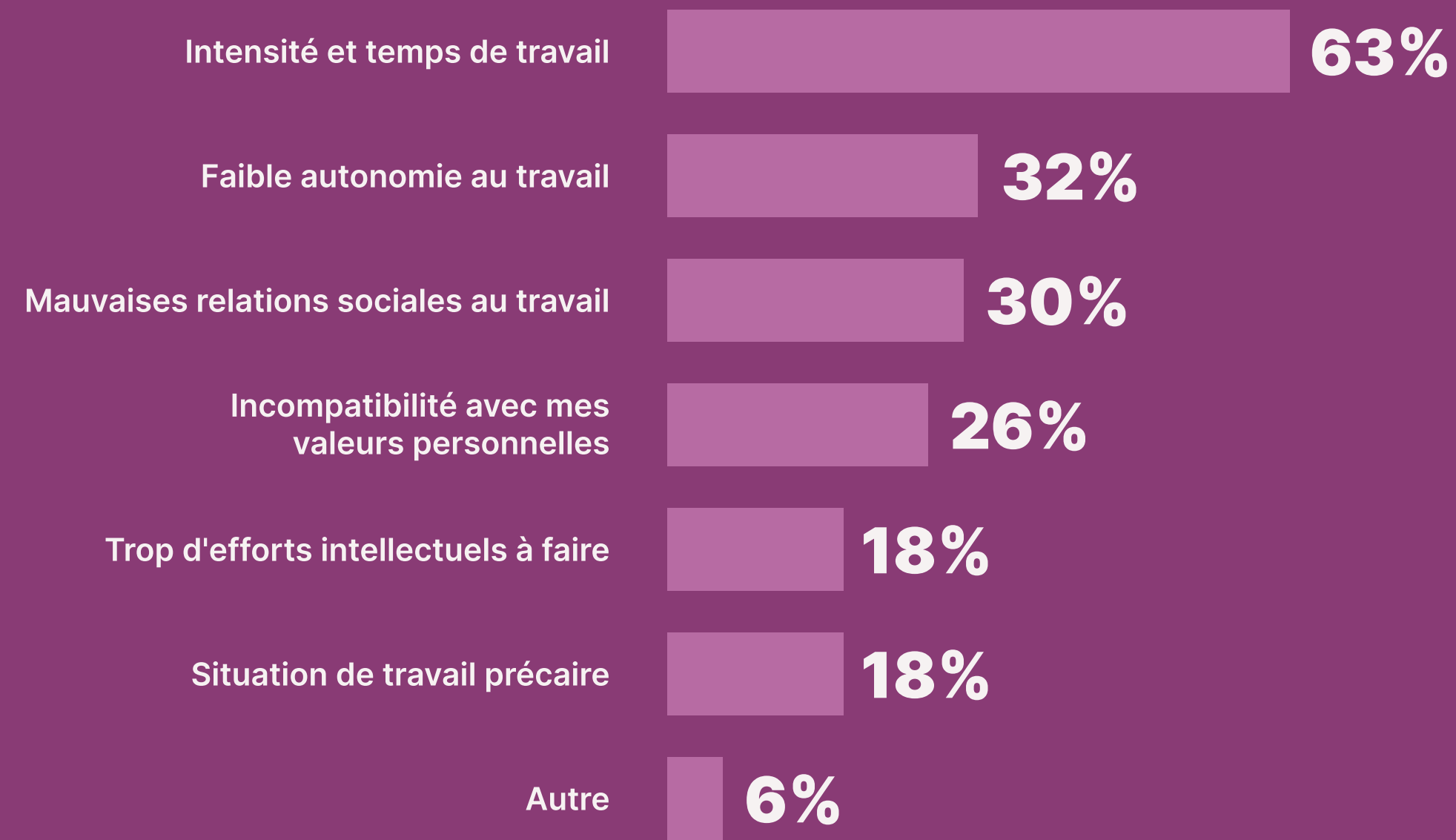
Santé mentale

« Un problème de santé mentale affecte-t-il parfois votre productivité ? »



*vs. 51,9% en 2023

Quels facteurs de risque psychosociaux considérez-vous comme les plus répandus au sein des équipes Produit de votre entreprise ?



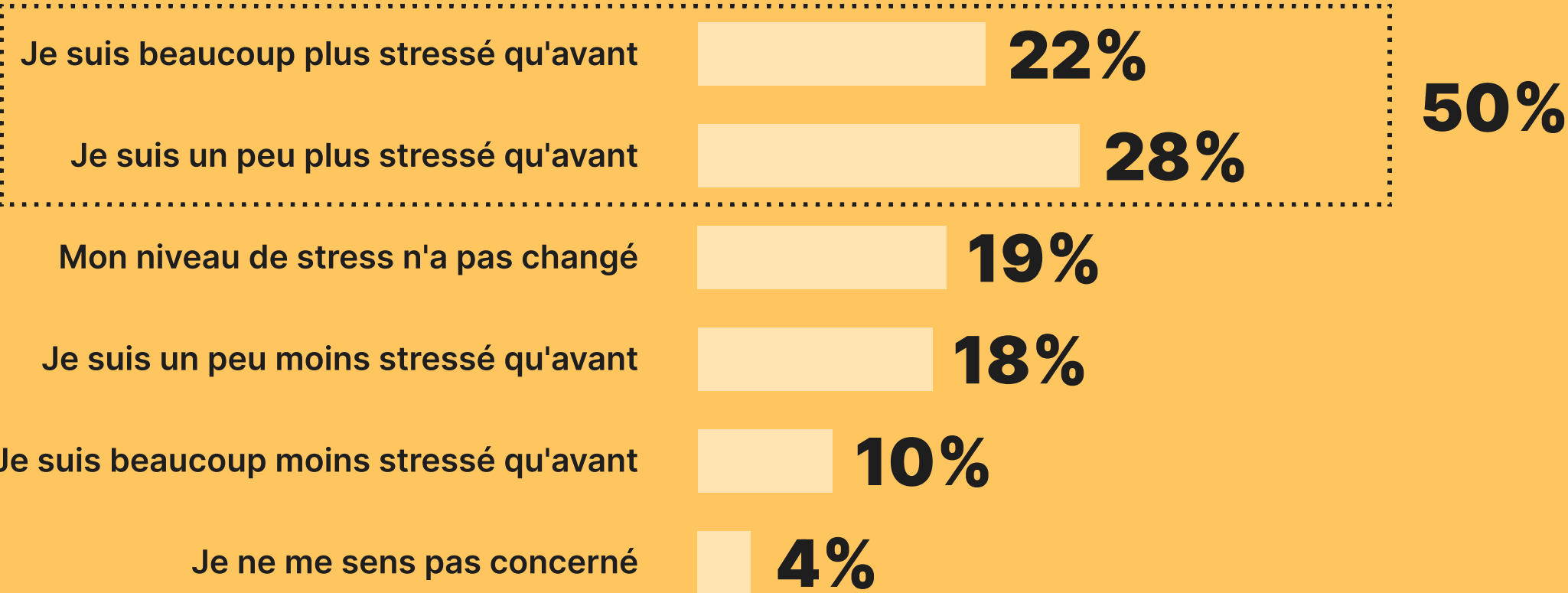
L'analyse

Les problèmes de santé mentale constituent toujours une menace réelle pour les entreprises.

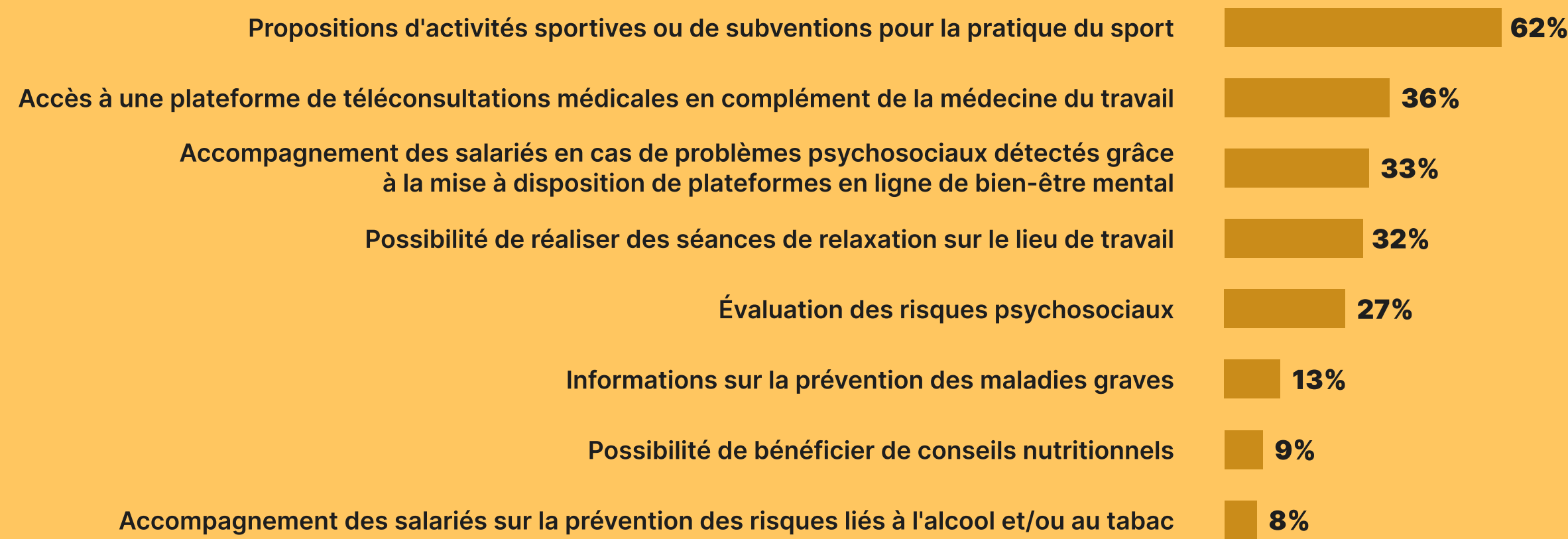
Pour plus de **6** personnes sur **10** travaillant dans le secteur du Produit, il existe un risque lié au surmenage.

Stress et actions développées

« Dans quelle mesure votre niveau de stress a-t-il changé au cours des 5 dernières années ? »



Quelles actions sont développées dans votre entreprise pour prendre soin des salariés ?



L'analyse

1 professionnel sur 2 estime être plus stressé qu'avant.

Les entreprises encouragent la pratique du sport pour lutter contre les risques psychosociaux.

L'accès à une plateforme de téléconsultation médicale se développe également, mais dans une moindre mesure.

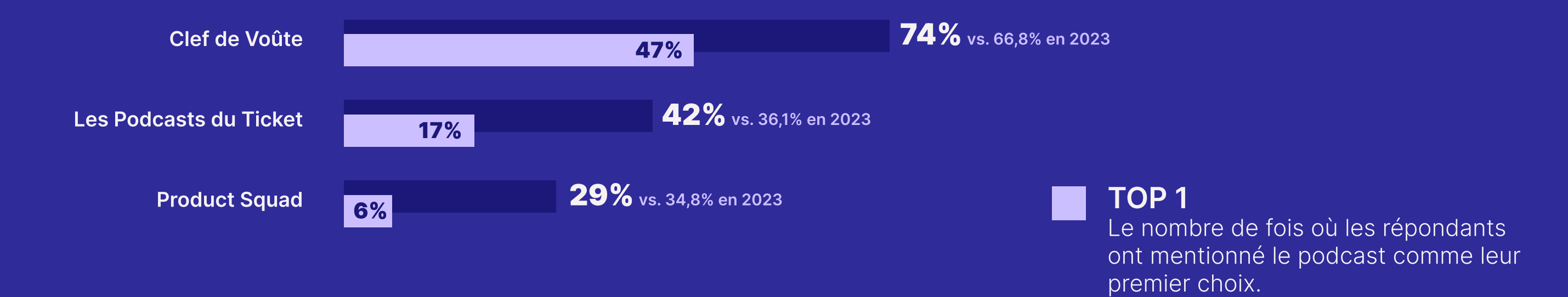
03.

Médias

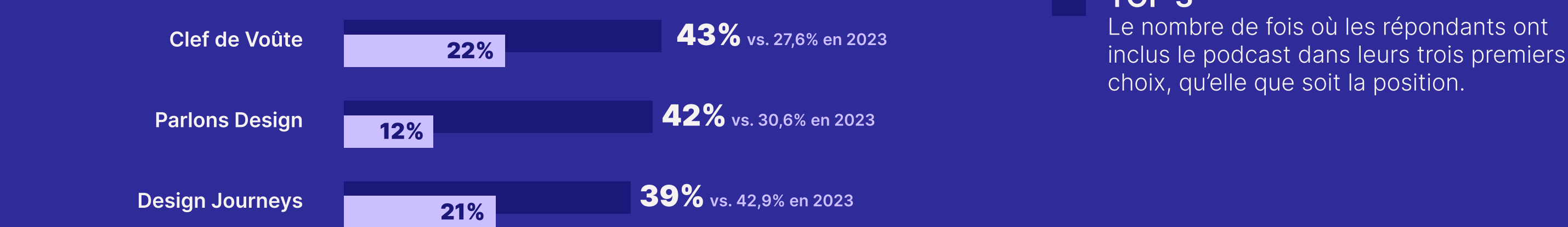
Podcasts

« Quels sont vos 3 podcasts préférés ? »

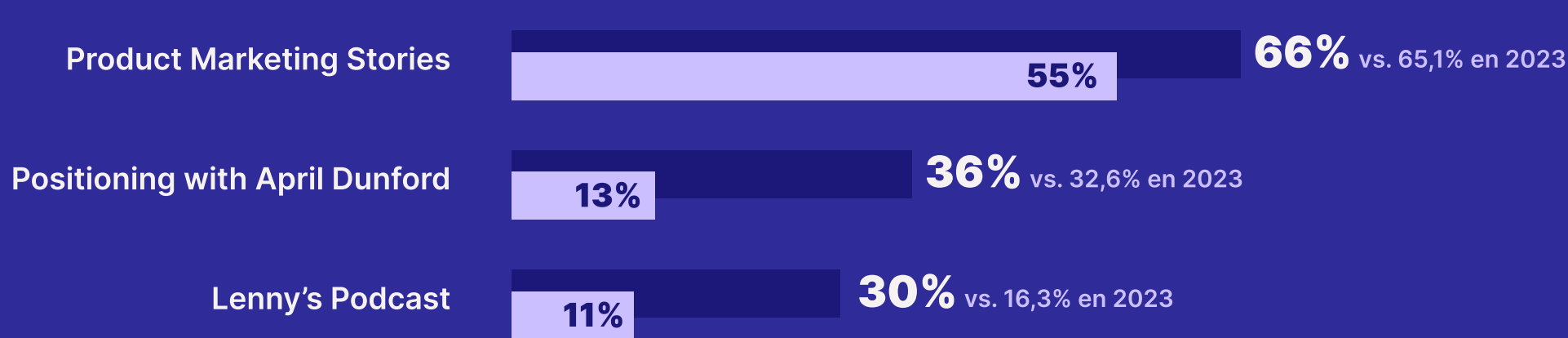
Product Manager



Product Designer



Product Marketing Manager



L'analyse

Chez les PM, *Clef de Voûte* est très apprécié.

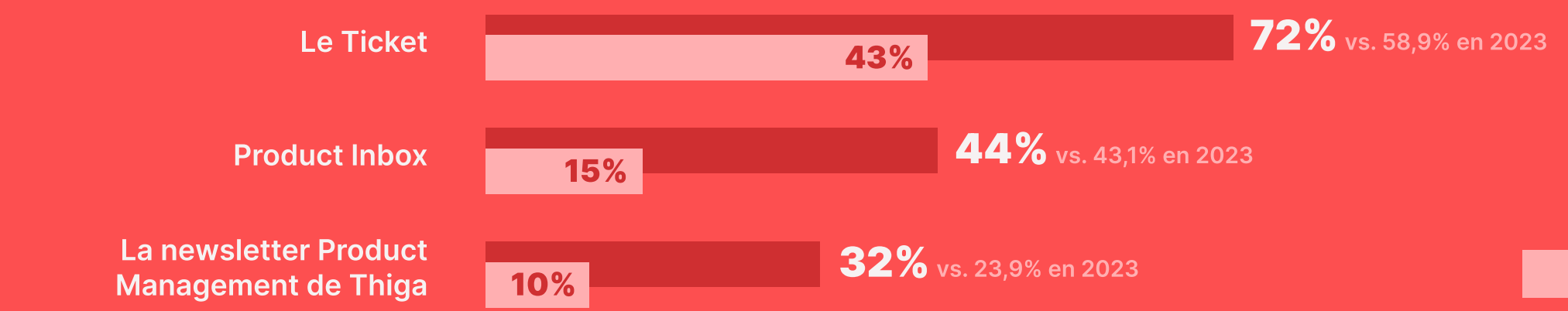
Les PrD écoutent plusieurs podcasts, mais aucun ne se démarque vraiment.

Chez les PMM, *Product marketing stories - Carlota Guell* est très populaire.

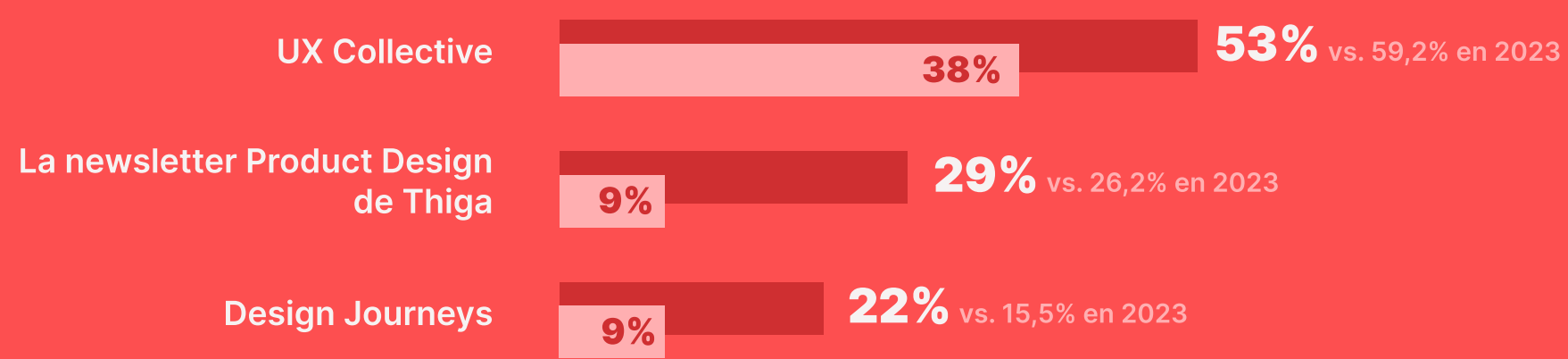
Newsletters

« Quelles sont vos 3 newsletters préférées ? »

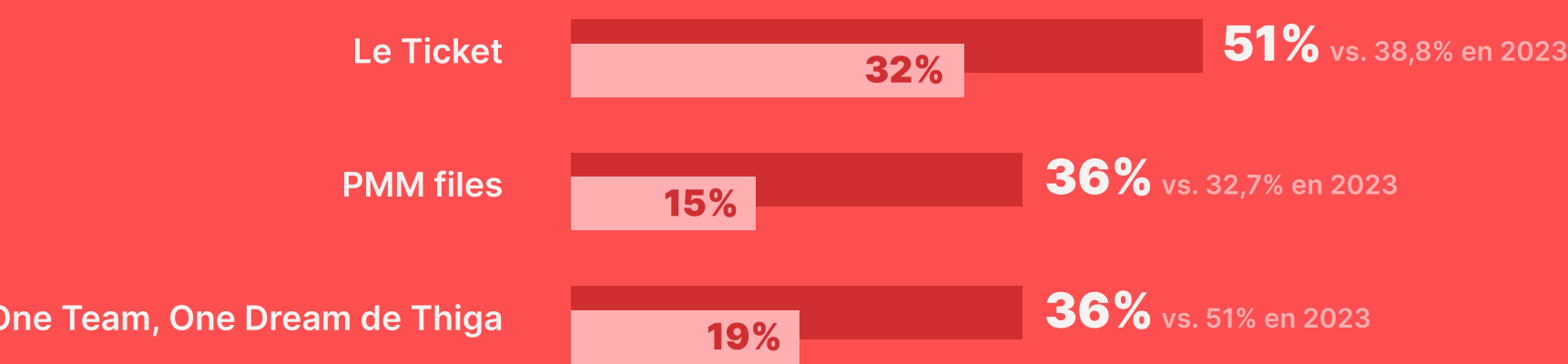
Product Manager



Product Designer



Product Marketing Manager



TOP 1
Le nombre de fois où les répondants ont mentionné la newsletter comme leur premier choix.

TOP 3
Le nombre de fois où les répondants ont inclus la newsletter dans leurs trois premiers choix, qu'elle que soit la position.

L'analyse

Le Ticket est la newsletter préférée des PM et PMM, *UX Collective* est celle des PrD.

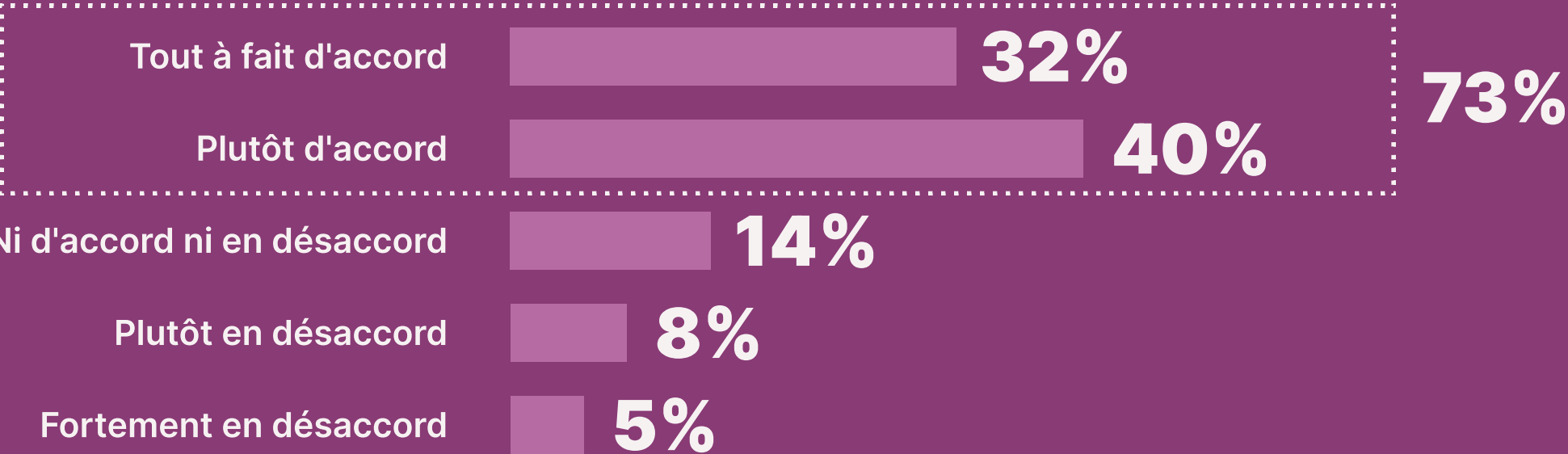
04.

Intelligence Artificielle

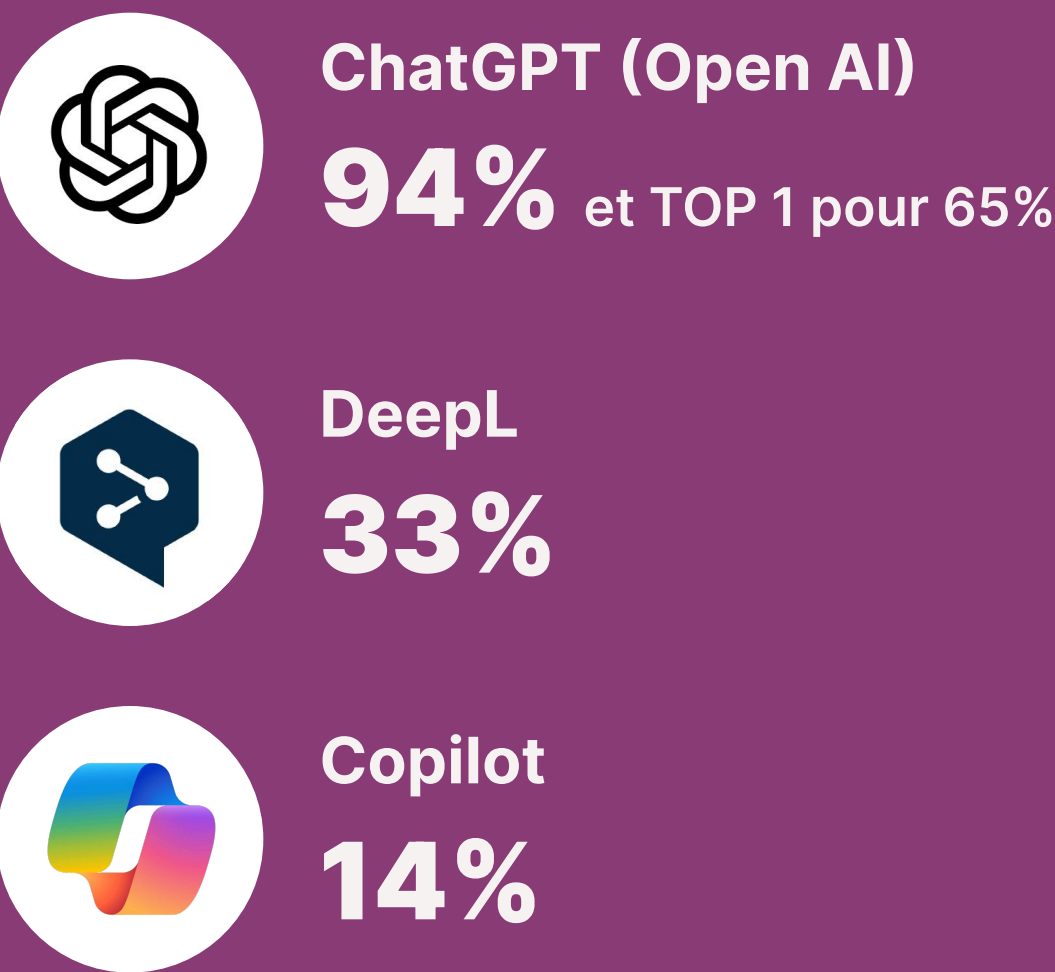
Développement de l'IA dans les entreprises

« Utilisez-vous l'IA quotidiennement dans votre vie professionnelle ? »

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec le fait que l'IA se développe dans votre entreprise ?



Quels outils basés sur l'IA utilisez-vous le plus ? TOP 3



L'analyse

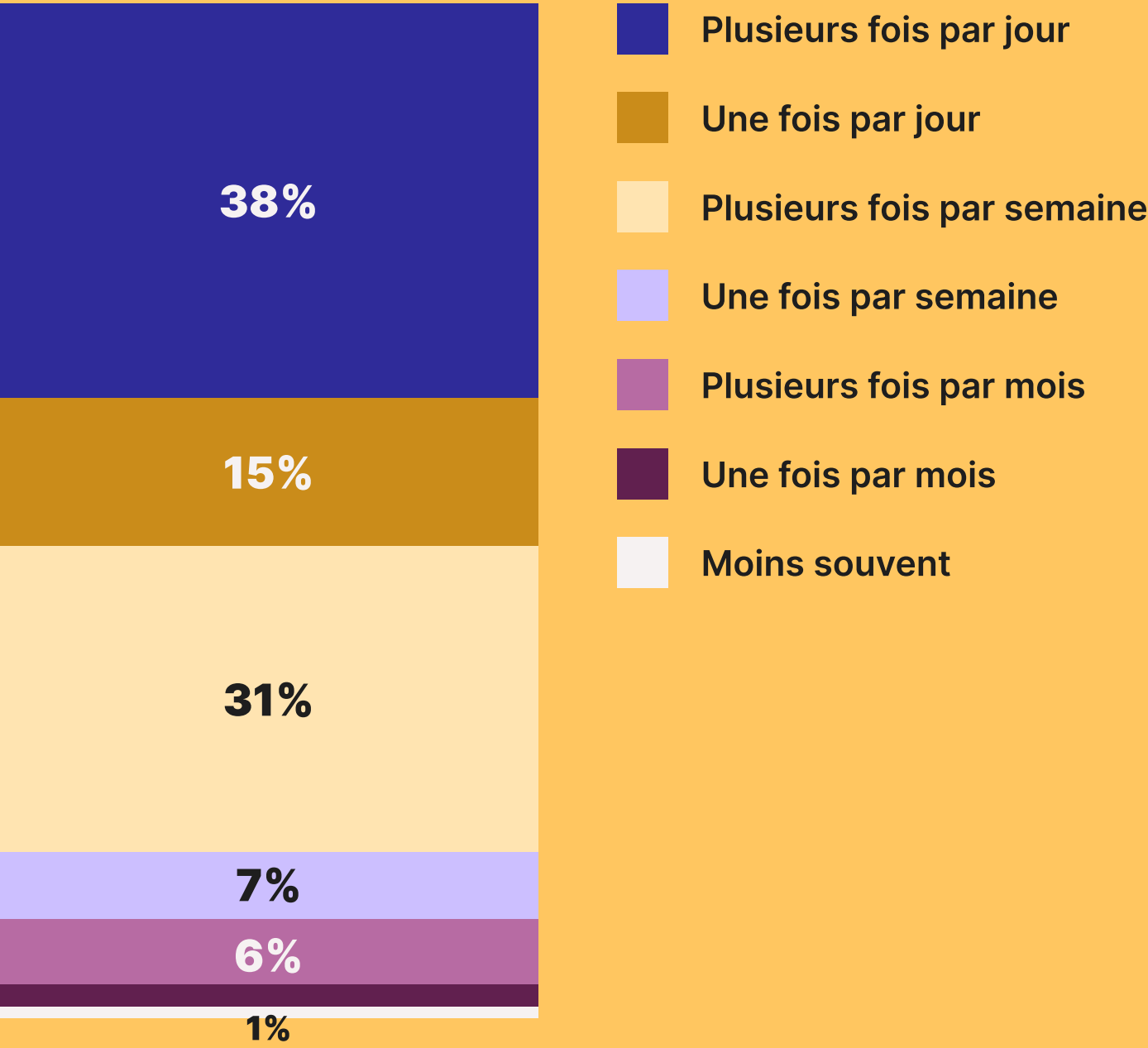
Près de **3** répondants sur **4** voient l'IA se développer dans leur entreprise.

Au sein de ces entreprises, près de **8** personnes sur **10** travaillant dans le domaine du Produit utilisent quotidiennement l'IA, principalement ChatGPT.

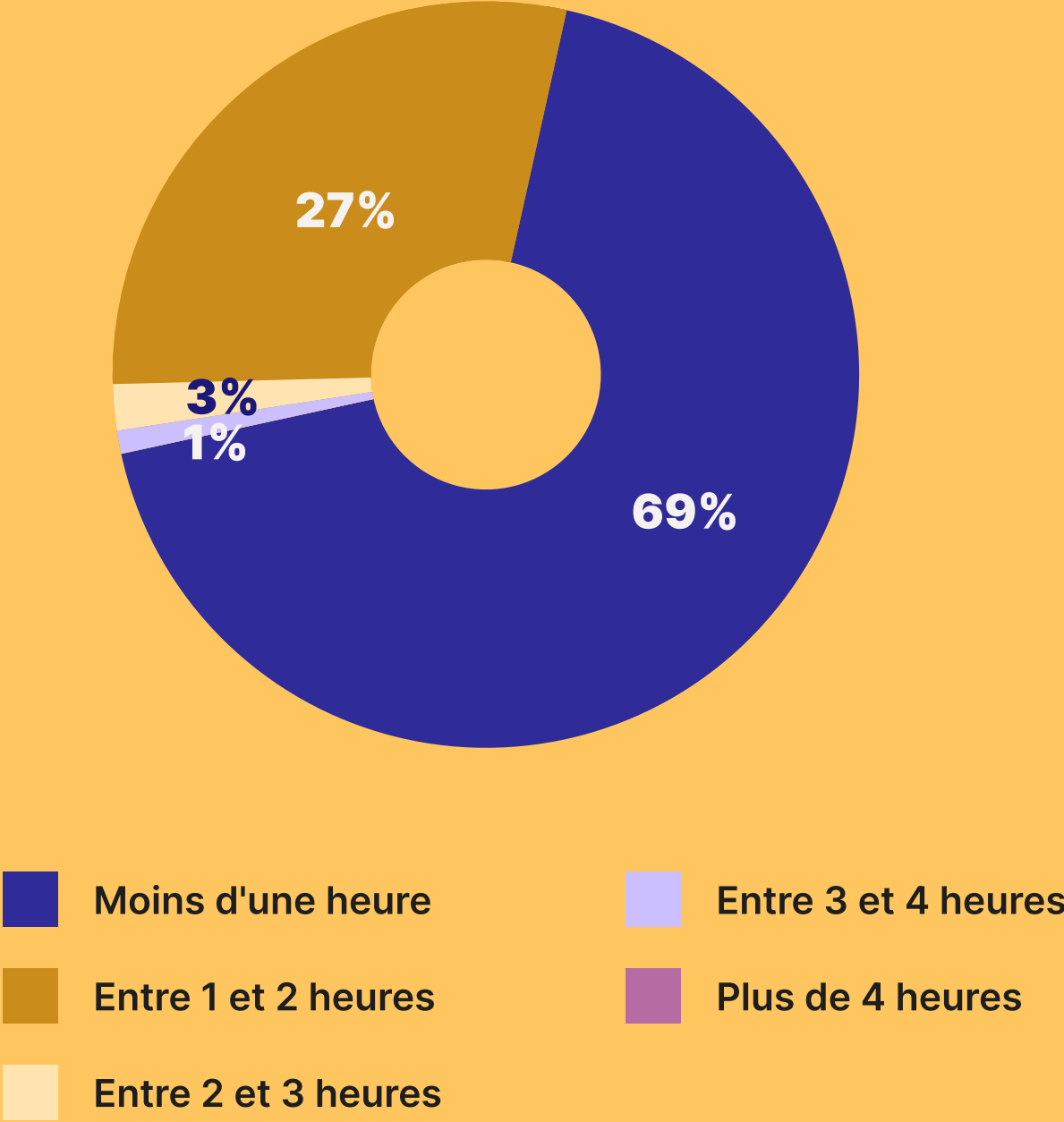
Utilisation de l'IA

« À quelle fréquence utilisez-vous l'IA dans votre travail ? En moyenne, combien de temps consacrez-vous à l'IA par jour ? »

Utilisation de l'IA



Utilisation de l'IA par jour

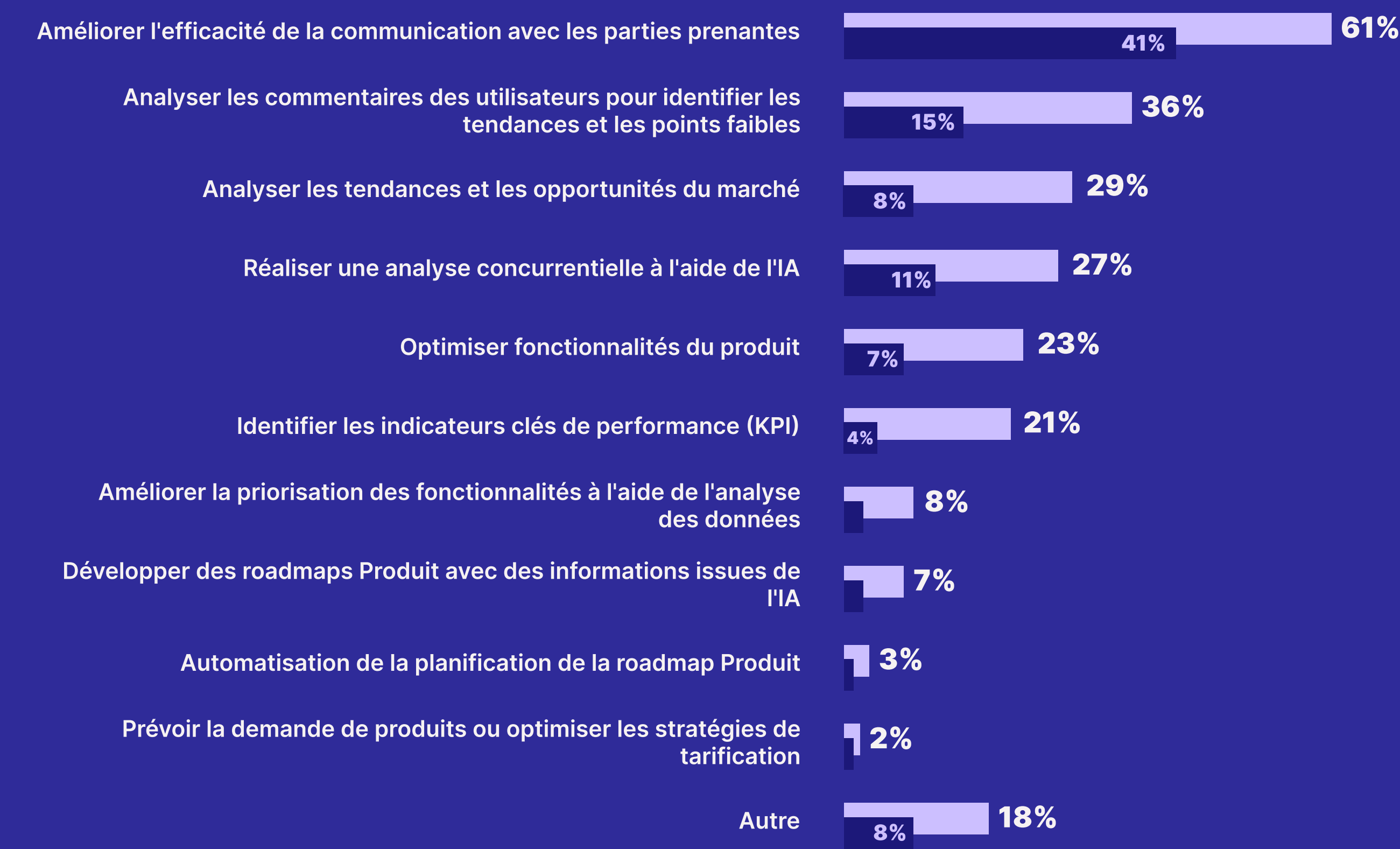


L'analyse

Un Product People en France sur deux utilise l'IA au moins tous les jours et près d'un tiers d'entre eux y consacre entre 1 et 2 heures par jour.

Principaux problèmes résolus pour les PM

« Quels sont les principaux problèmes que vous résolvez grâce à l'intelligence artificielle dans votre rôle de chef de produit ? »



TOP 1
Le nombre de fois où les répondants ont mentionné la réponse comme leur premier choix.

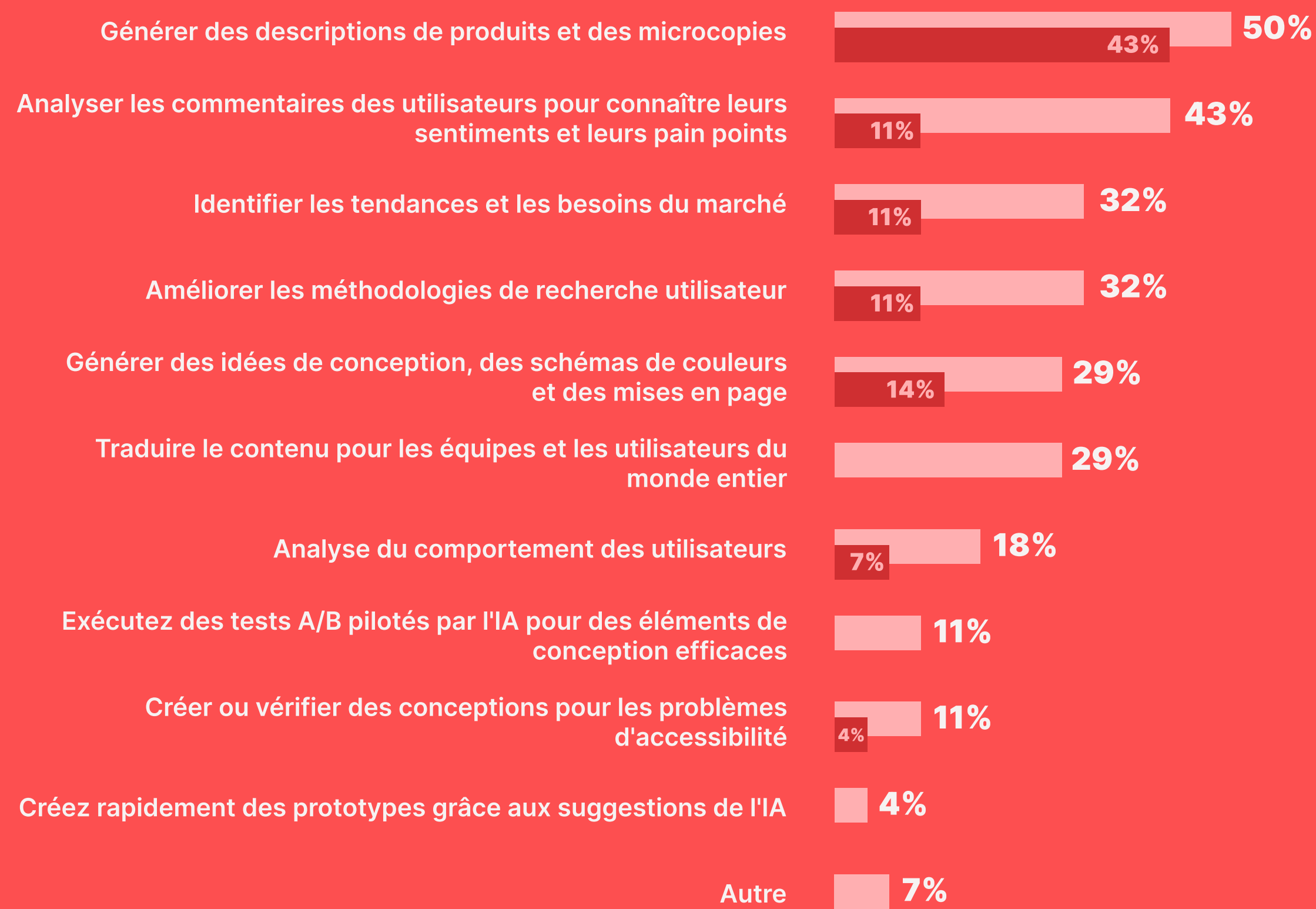
TOP 3
Le nombre de fois où les répondants ont inclus la réponse dans leurs trois premiers choix, quelle que soit la position.

L'analyse

Les PM utilisent l'IA pour améliorer l'efficacité de la communication.

Principaux problèmes résolus pour les PrD

« Quels sont les principaux problèmes que vous résolvez grâce à l'intelligence artificielle dans votre rôle de concepteur de produits ? »



TOP 1
Le nombre de fois où les répondants ont mentionné la réponse comme leur premier choix.

TOP 3
Le nombre de fois où les répondants ont inclus la réponse dans leurs trois premiers choix, quelle que soit la position.

L'analyse

Les PrD utilisent notamment l'IA pour générer des descriptions de produits.

BAROMÈTRE ANNUEL LA PRODUCT CONF

Merci.

THIGA

Un grand merci à tout.es celles et ceux qui ont répondu à cette enquête !

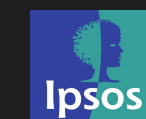
Un merci tout particulier à Grégoire Bonnin, Sana Aït El Hadj, Stéphane Coussement et Stéphanie Demellier pour leur analyse et leur relecture, ainsi qu'à Camille Pfaender et Diana Ou pour le design et la direction artistique.

Contact presse Thiga : Grégoire Bonnin
gregoire.bonnin@thiga.co

Contact presse moka.care : media@moka.care

LPC

×



×

MOKA.CARE