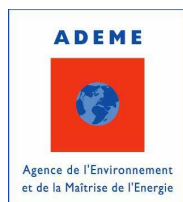




Les Français et les emballages

Perceptions et acceptabilité

OCTOBRE 2007



Contacts TNS Sofres :

Département Stratégies d'Opinion / Pôle Société

Guénaëlle GAULT / Sarah BASSET

☎ 01 40 92 45 27 / 44 22

guenaelle.gault@tns-sofres.com

48KU24



Fiche technique

Sondage effectué pour Eco-Emballages et l'ADEME

Du 26 au 28 septembre 2007

Échantillon national représentatif des Français de 15 ans et plus

Face-à-face à domicile

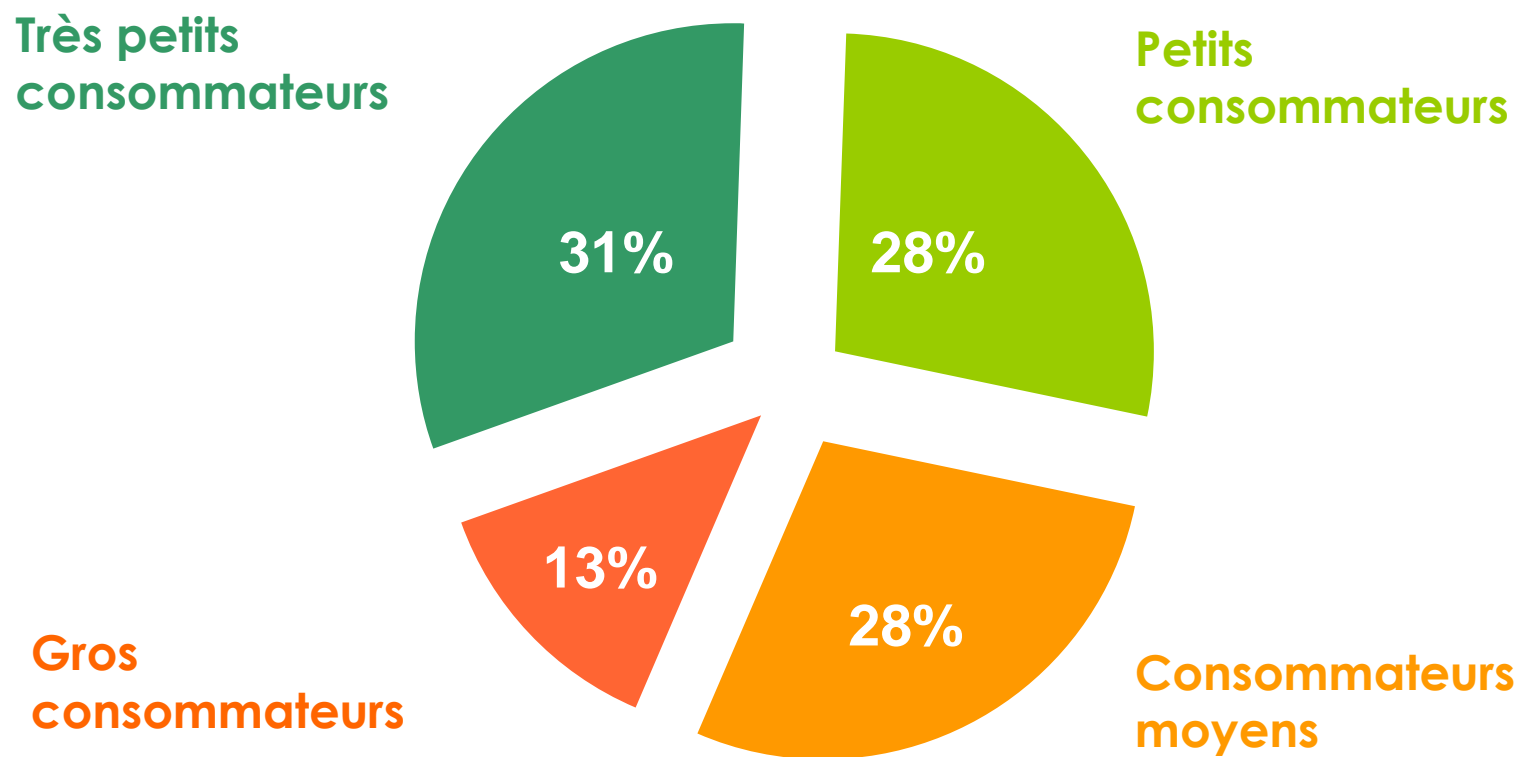
Méthode des quotas : sexe, âge, PCS, région et stratification géographique





Typologie des consommateurs de produits emballés

Les différents types de consommateurs





Typologie des consommateurs de produits emballés

Une question de mode de vie

Parmi ces différents types de consommateurs de produits emballés, on retrouve en plus forte proportion...

Gros consommateurs



Les jeunes
Les salariés du secteur privé
Les catégories populaires
Les familles

Consommateurs moyens



Les âges intermédiaires
Les salariés (public et privé)
Les catégories moyennes et populaires
Les familles

Petits consommateurs



Les indépendants
Les catégories moyennes et supérieures

Très petits consommateurs



Les personnes âgées
Les retraités
Les célibataires / foyers de 2 personnes, sans enfants
Les ruraux

Évolution des perceptions associées aux emballages

Une image moins connectée au produit

Quelles sont les trois idées qui vous semblent le mieux correspondre à l'image que vous avez d'un emballage ?

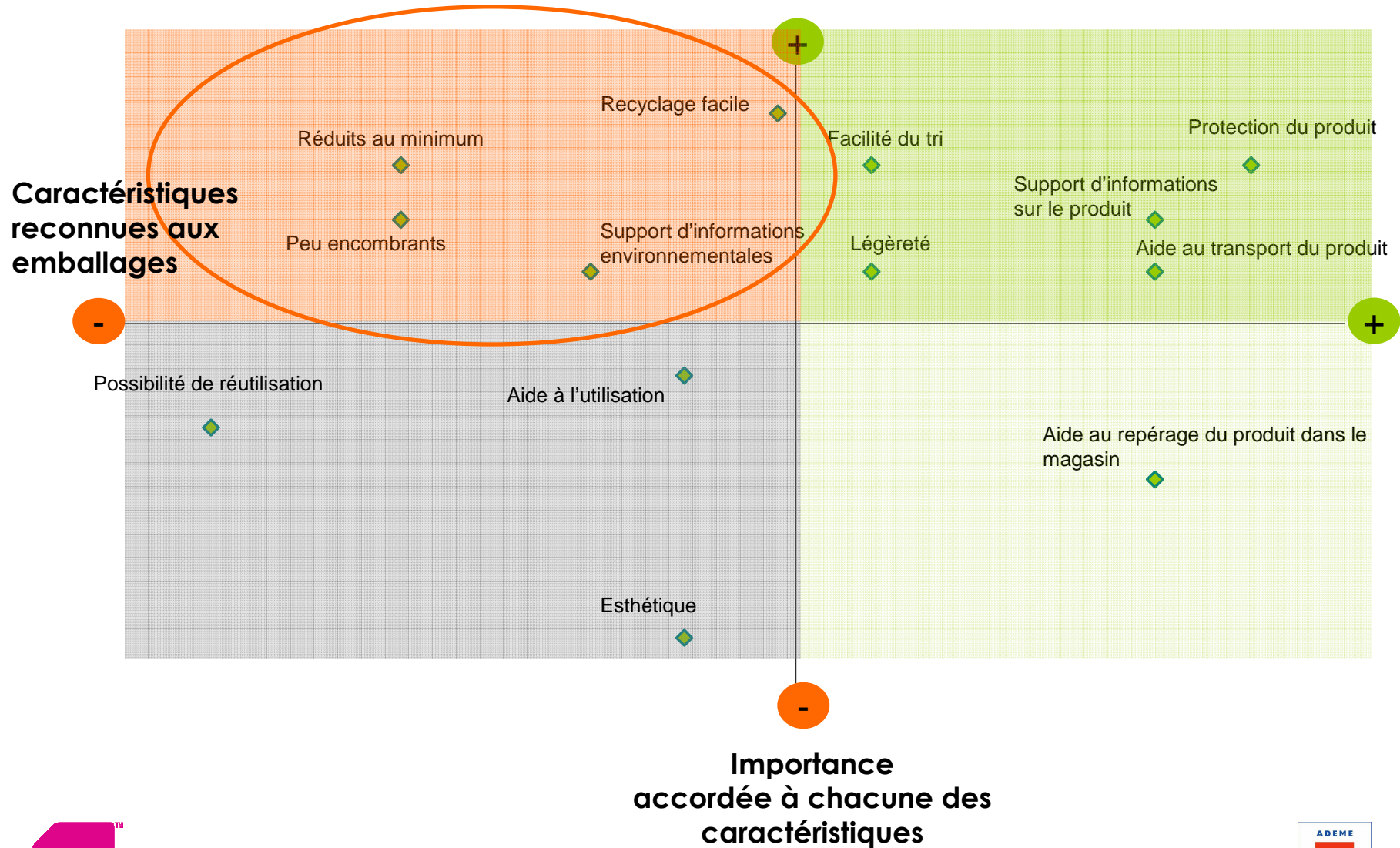
2000 (Étude Sociovision)

C'est absolument nécessaire pour protéger, transporter le produit	65 %
Ça permet de repérer le produit et d'avoir toute l'information utile	51 %
Il rend service au quotidien	31 %
Il fait partie du produit lui-même	29 %
C'est envahissant, il y en a partout	23 %
Sans lui, on ne pourrait plus rien acheter et utiliser avec facilité	22 %
C'est uniquement pour nous inciter à acheter	16 %
On pourrait s'en passer	11 %
Sans opinion	2 %

2007

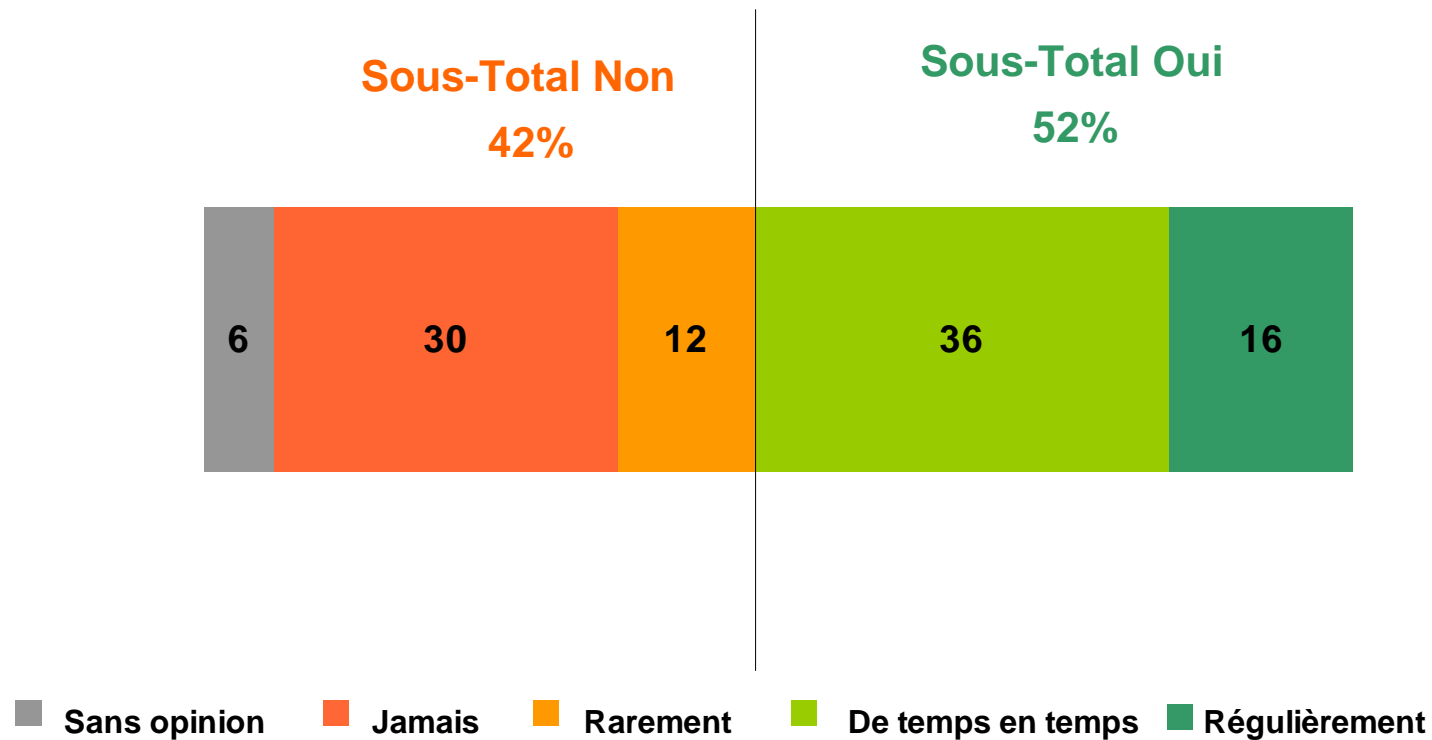
C'est envahissant, il y en a partout	46 %
C'est absolument nécessaire pour protéger, transporter le produit	41 %
On pourrait s'en passer	34 %
Ça permet de repérer le produit et d'avoir toute l'information utile	31 %
C'est uniquement pour nous inciter à acheter	27 %
Il rend service au quotidien	18 %
Il fait partie du produit lui-même	16 %
Sans lui, on ne pourrait plus rien acheter et utiliser avec facilité	6 %
Sans opinion	1 %

Qu'attend-on de l'emballage aujourd'hui ?



1 Français sur 2 interpellé par un emballage « trop »...

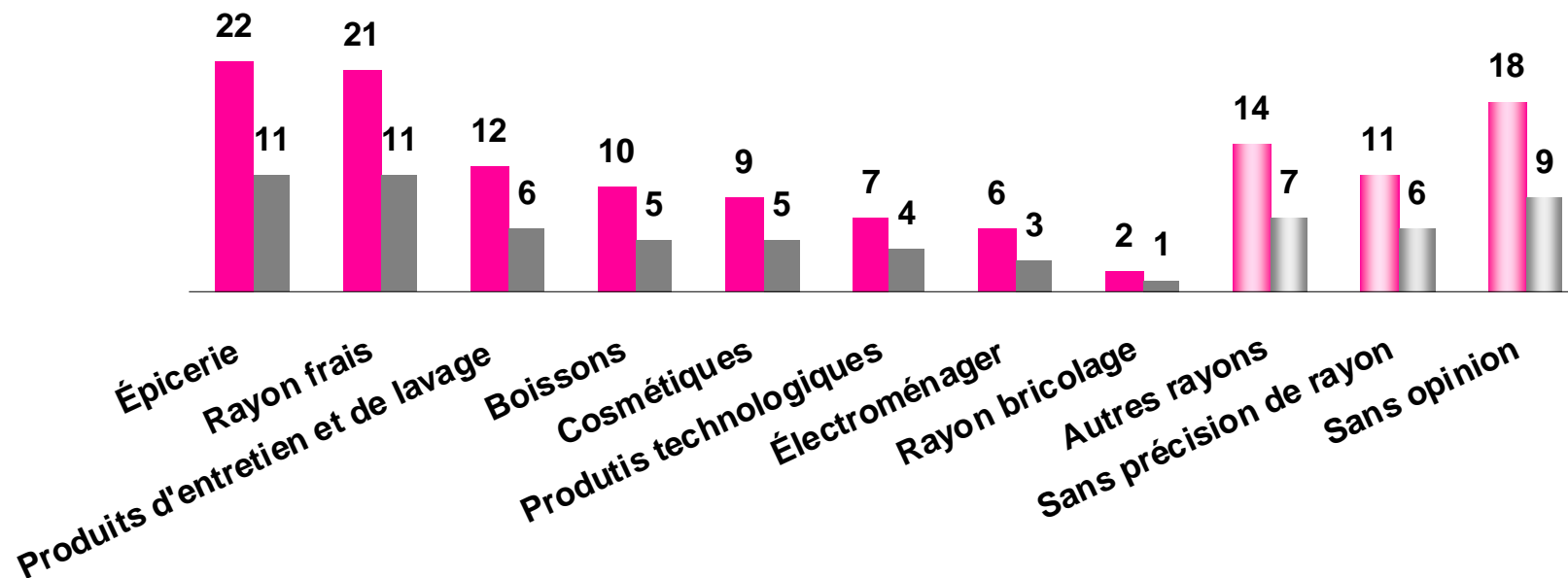
Vous-même, vous arrive-t-il de remarquer des emballages qui ne sont pas adaptés aux produits, par exemple des emballages qui sont trop lourds, trop volumineux ou trop luxueux ?



Une grande diversité des secteurs concernés

Pouvez-vous me dire de quel(s) type(s) de produit il s'agit ?
- Question ouverte -

- Base : 52% des personnes ayant déjà repéré des produits aux emballages peu adaptés
- Soit rapporté à l'ensemble de l'échantillon



6 types de produits émergent

Pouvez-vous me dire de quel(s) type(s) de produit il s'agit ?
- Question ouverte -

■ Base : 52% des personnes ayant déjà repéré des produits aux emballages peu adaptés
■ Soit rapporté à l'ensemble de l'échantillon

