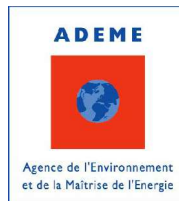


# Les Français et les emballages

## 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

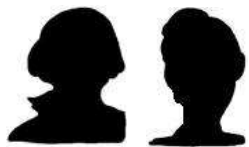
Du 26 au 28  
septembre 2007



Face-à-face à  
domicile

Échantillon national  
représentatif des  
Français de 15 ans  
et plus

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

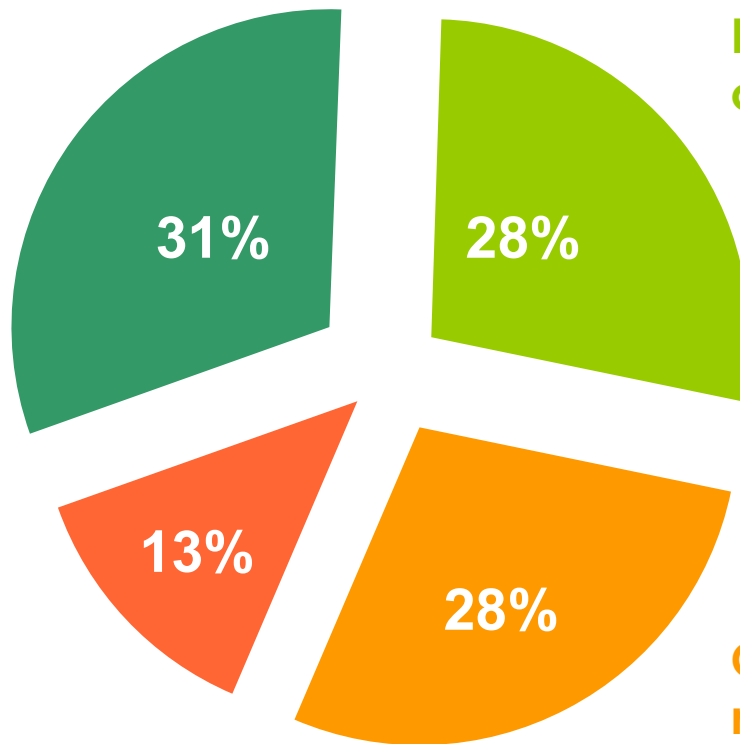


# Typologie des consommateurs de produits emballés

## Les différents types de consommateurs

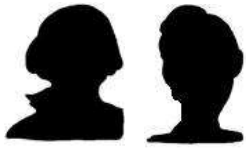
Très petits  
consommateurs

Petits  
consommateurs



Gros  
consommateurs

Consommateurs  
moyens



# 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

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 %

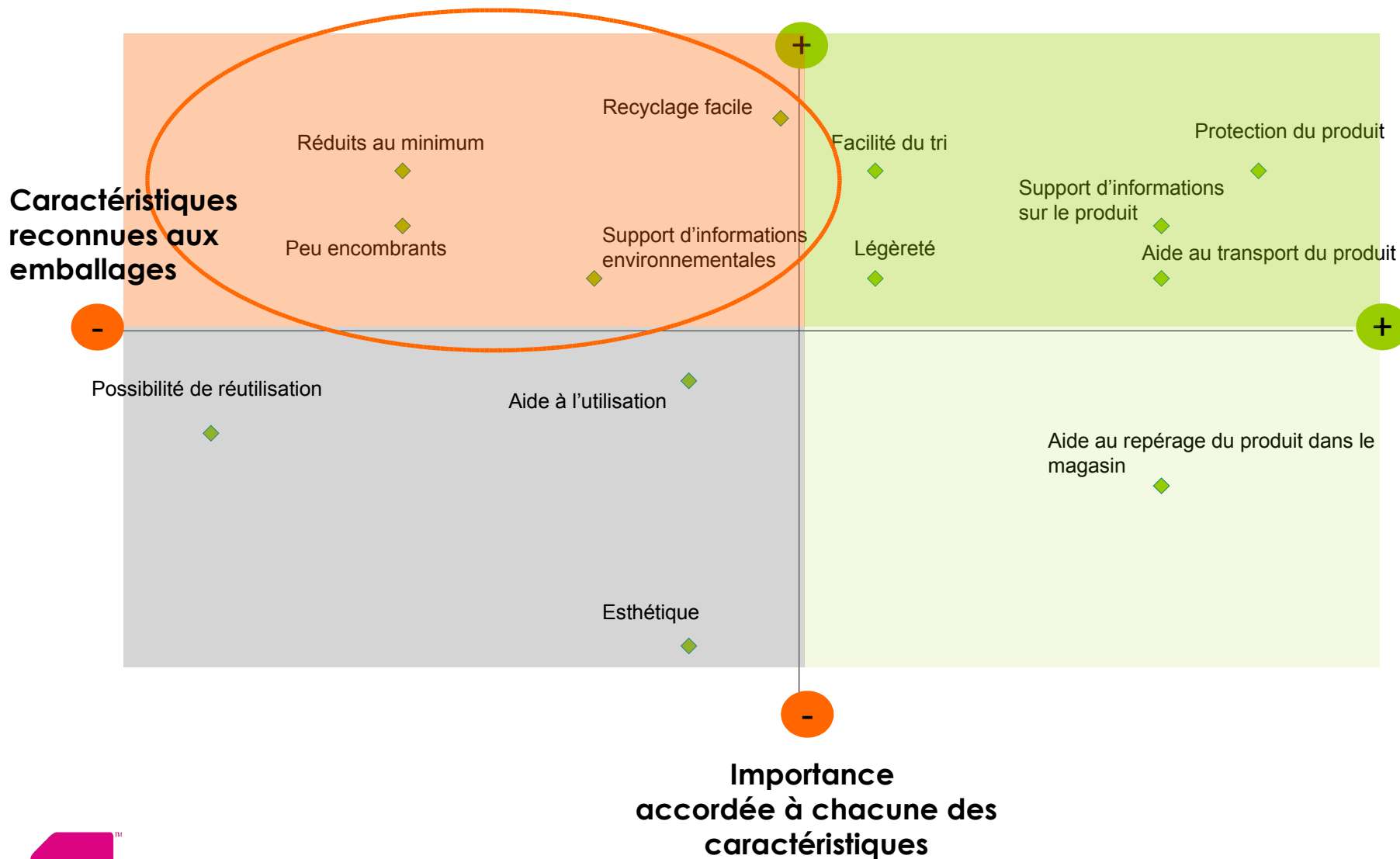
Il rend service au quotidien 18 %

Il fait partie du produit lui-même 16 %

Sans lui, on ne pourrait plus rien acheter et utiliser avec facilité 6 %

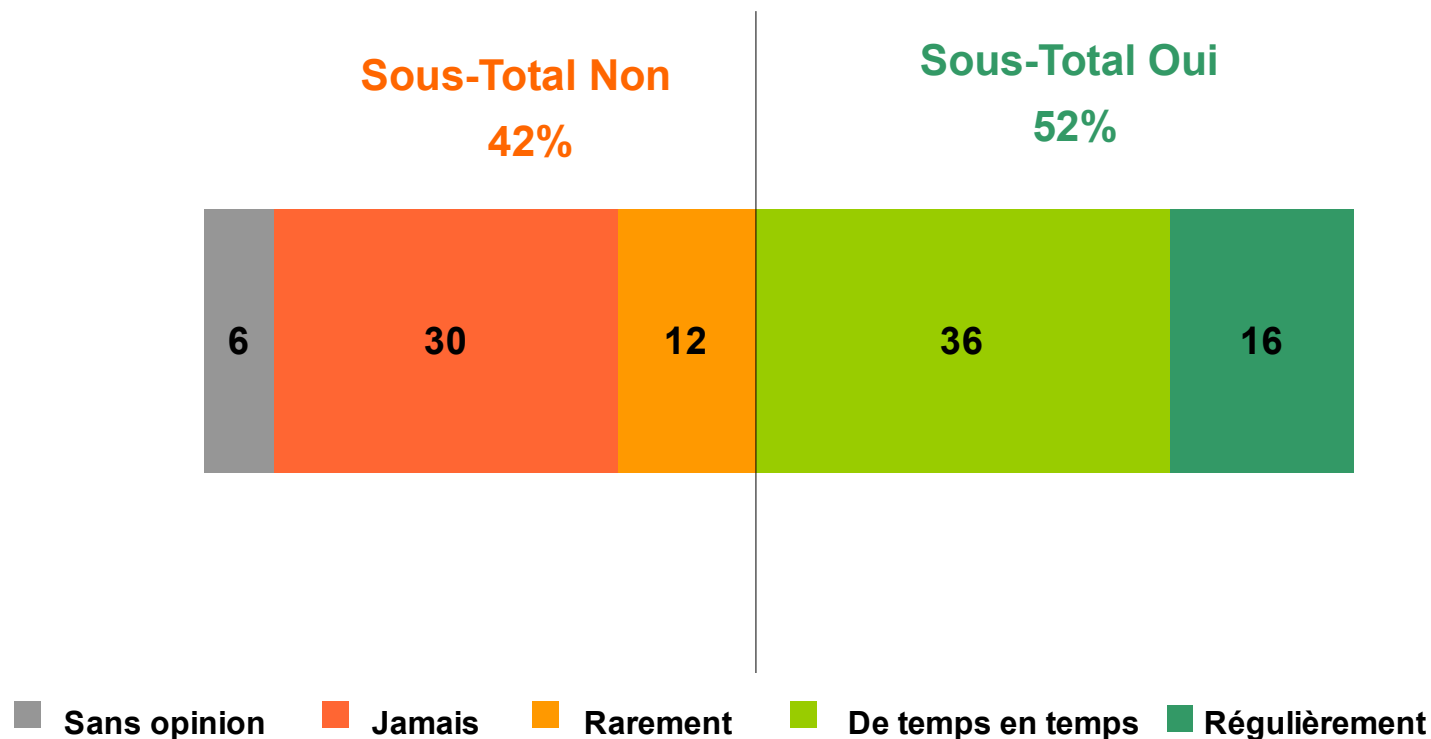
Sans opinion 1 %

# 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 ?*

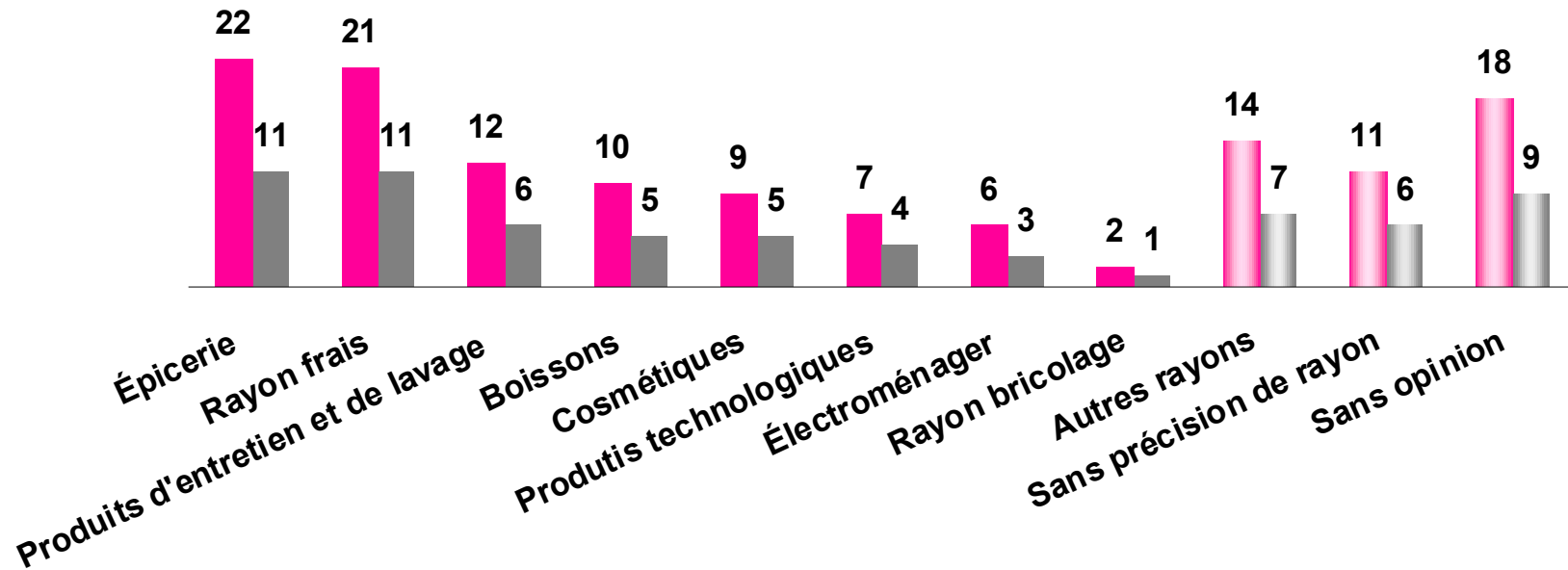


# Une grande diversité des secteurs concernés

*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

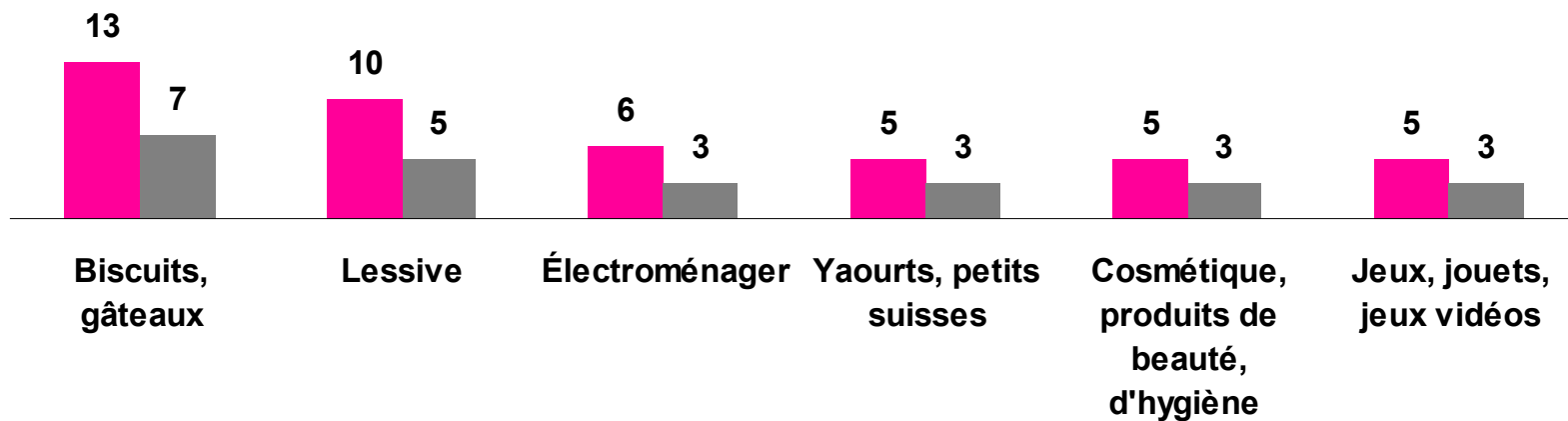




# 6 types de produits émergent

*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





**Merci de votre attention**