

16/03/2022, France

appiniomètre

Insights & Tendances | Marques & Marchés

01

Insights de la semaine

Cette semaine —
[Les emballages durables](#)

Dans quelle mesure les Français se sentent-ils informés à ce sujet ? Quels sont les emballages perçus comme durables et responsables, qui en porte la responsabilité et à quoi les Français accorde-t-ils de l'importance lors de l'achat ?

Page 2

02

Tracking de tendances

Leader de la semaine —
[Jean-Yves Laffon](#)

Le Hype Tracker est le rendez-vous privilégié des consommateurs pour connaître leur avis sur les sujets les plus populaires du moment. Découvrez les tendances actuelles triées par nos experts du secteur.

Page 6

03

Comportement des consommateurs

Produits, marques et passion – Que consomment les Français et quelles sont leurs principales préoccupations ? Ont-ils des marques préférées, et quelles sont-elles ? Jetez un coup d'œil à notre tracker bihebdomadaire.

Page 8

01

Insights de la semaine

Cette semaine —
Les emballages durables



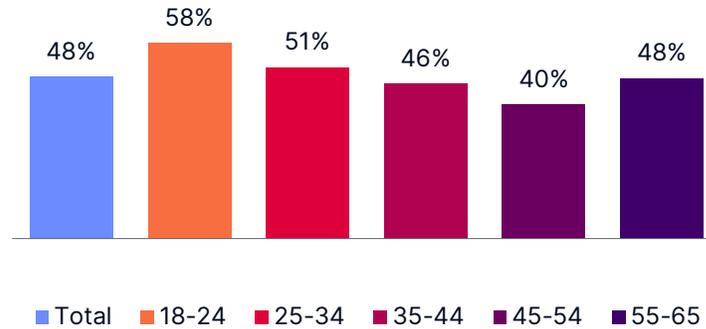
Cette semaine — Les emballages durables

Près d'une personne sur deux (49 %) considère qu'il n'y a pas ou peu d'informations sur l'impact environnemental des emballages.

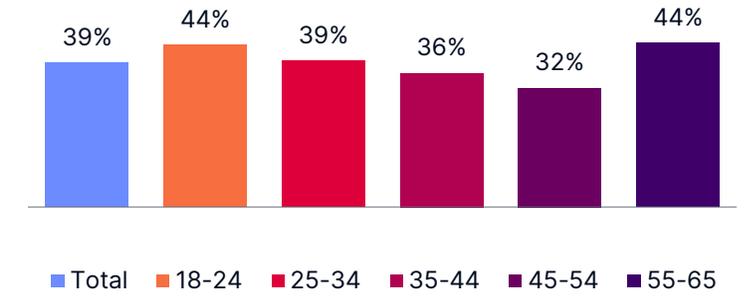
Que savez-vous des emballages durables ?



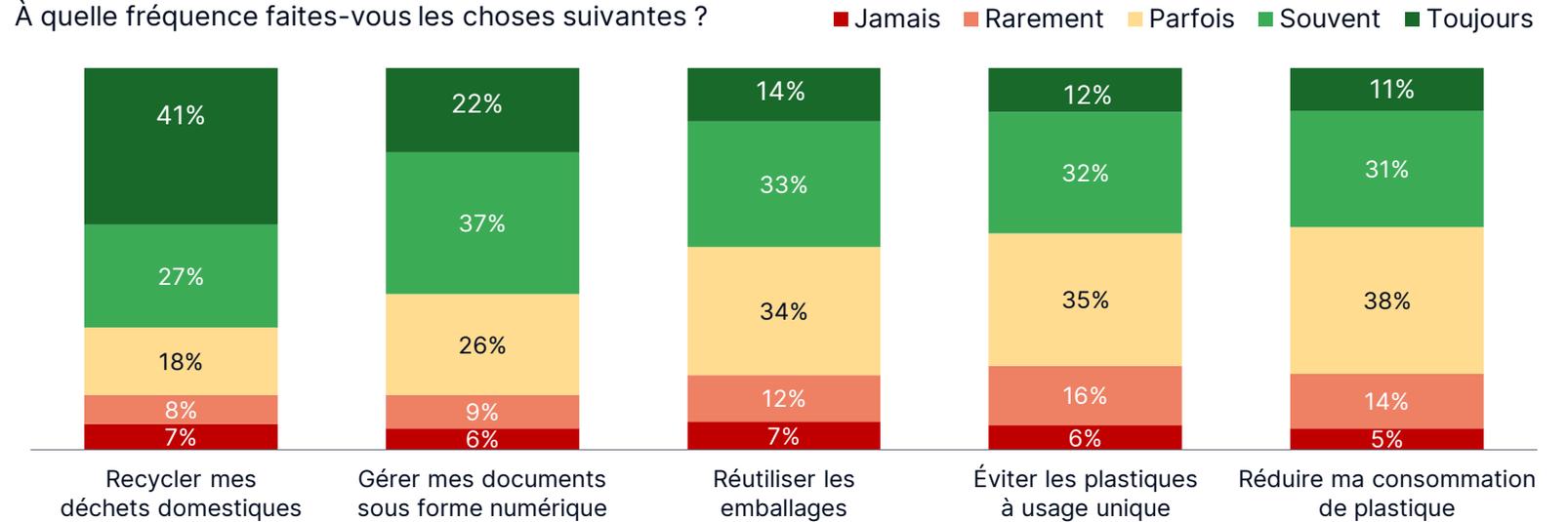
Pourcentage de répondants qui pourraient expliquer la différence entre les emballages recyclables et les emballages recyclés.



Pourcentage de répondants qui pourraient expliquer la différence entre les emballages compostables et les emballages biodégradables.



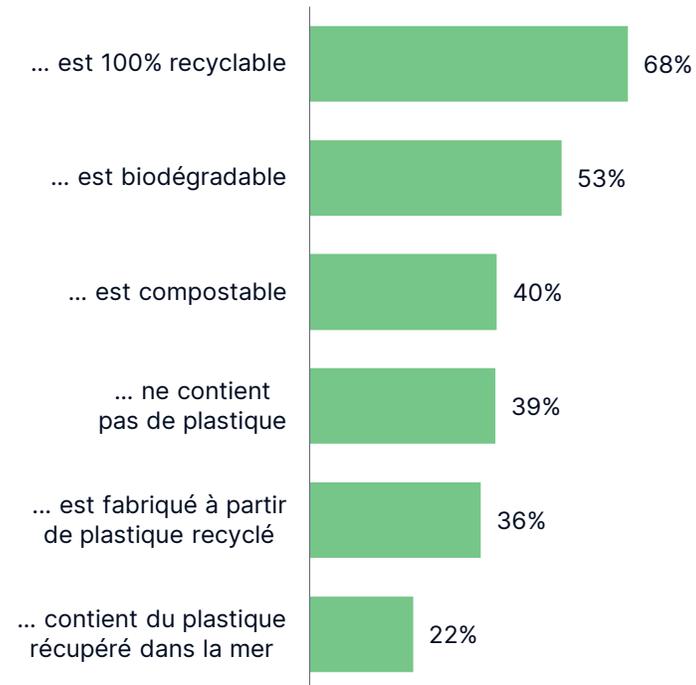
À quelle fréquence faites-vous les choses suivantes ?



« À votre avis, quel niveau de connaissances pensez-vous avoir sur les emballages responsables et durables ? » // « À quelle fréquence faites-vous les choses suivantes ? » // « Seriez-vous en mesure d'expliquer la différence entre un emballage recyclable et un emballage recyclé ? » // « Seriez-vous en mesure d'expliquer la différence entre un emballage compostable et un emballage biodégradable ? » // « Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les déclarations suivantes ? » (Base N = 1000)

Depuis le début de la pandémie, **6 Français sur 10 (65 %)** préfèrent les produits emballés notamment pour des raisons d'hygiène.

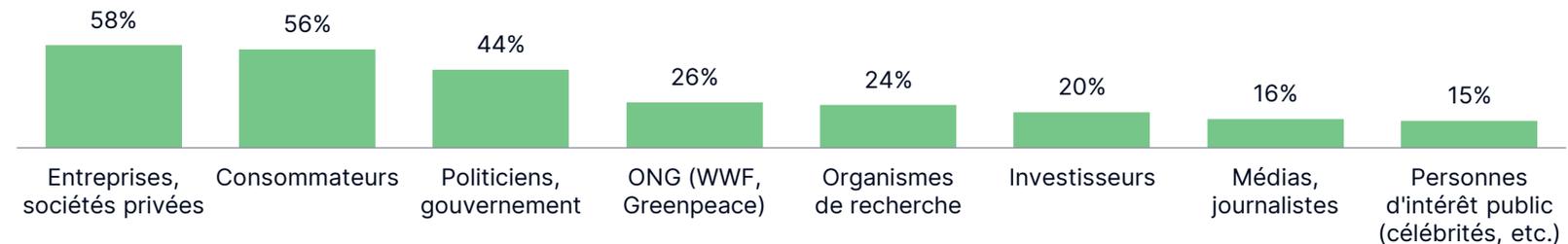
Je suis intéressé-e par l'achat de produits dont l'emballage ...



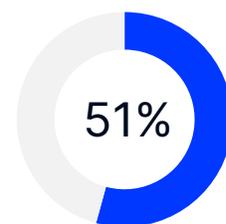
Quelle option est perçue comme étant la plus durable ?



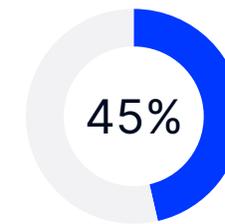
Parmi les entités suivantes, lesquelles ont, selon vous, la plus grande responsabilité en matière d'emballages durables ?



Baromètre d'opinion – Top 2 des réponses ("d'accord" ou "tout à fait d'accord")



« J'aimerais que les entreprises et les marques utilisent moins d'emballages en général »



« Les entreprises devraient être obligées par la loi à n'utiliser que des matériaux recyclés/recyclables pour les emballages »

« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ? Depuis la pandémie de COVID-19, je préfère les produits emballés aux produits non emballés pour des raisons d'hygiène. » // « Je suis intéressé-e par l'achat de produits dont l'emballage ... » // « Selon vous, parmi les entités suivantes, quelles sont celles qui ont la plus grande responsabilité en matière d'emballage durable ? » // « Selon vous, qu'est-ce qui est le plus durable : l'emballage en papier ou l'emballage en verre ? » // « Selon vous, qu'est-ce qui est le plus durable : Le sac en papier ou le sac en plastique ? » (Base N = 1000)

02

Tracking de tendances

Le tracking de tendances d'Appinio est votre ticket d'accès aux opinions des consommateurs sur les sujets les plus en vogue. Chaque semaine, un expert d'un secteur spécifique présente les sujets les plus en vogue selon ses propres critères !

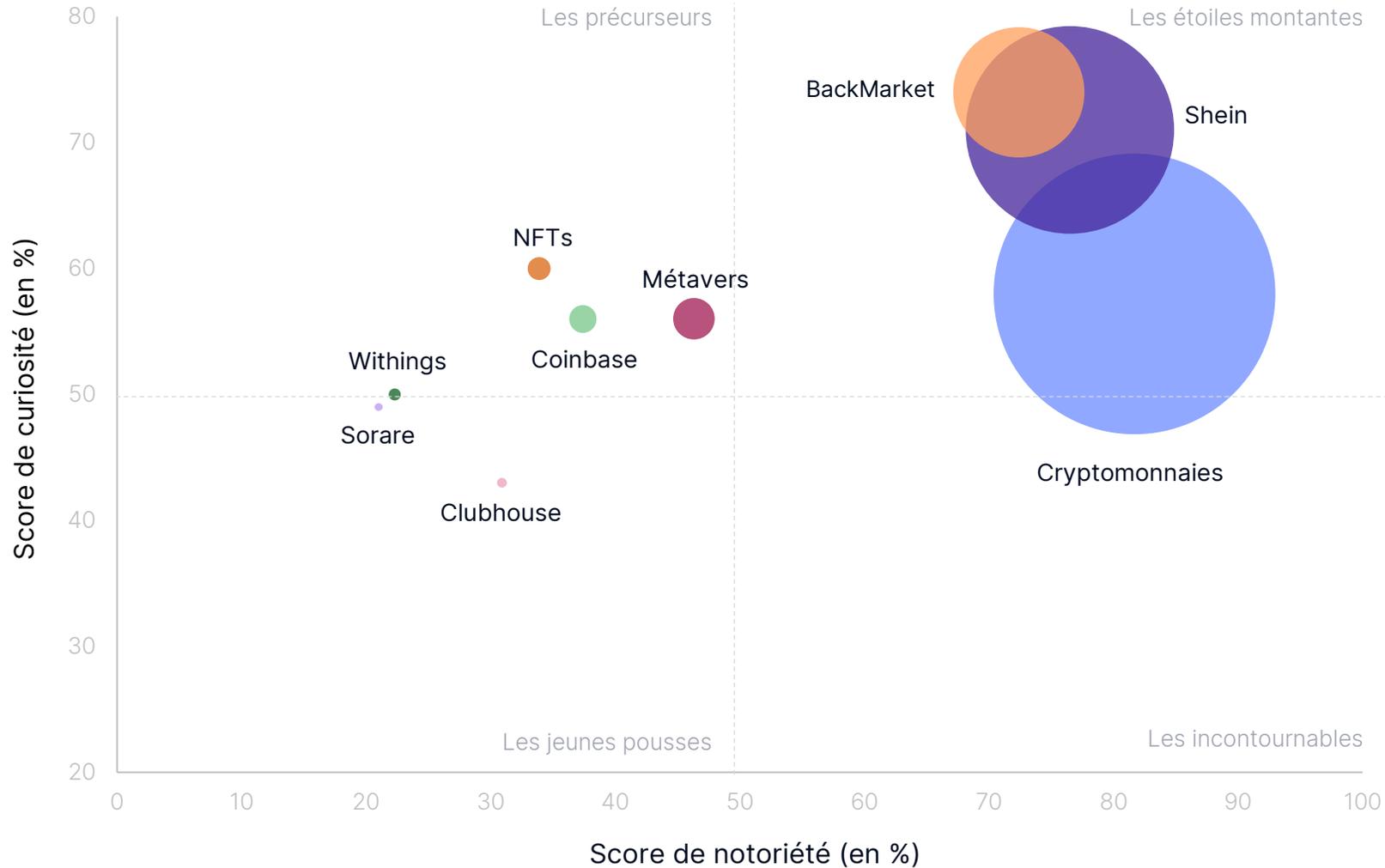
Si vous vous considérez comme un leader d'opinion qui a une longueur d'avance sur les tendances en cours ou à venir, nous serions ravis de vous mettre en avant dans l'un de nos prochains numéros.

N'hésitez pas à nous contacter : contact@appinio.com



Leader de la semaine —
[Jean-Yves Laffon](#)

Pour la première édition de l'Appiniomètre, qui de mieux placé que le Country Manager France pour parler des tendances du moment ?



« Les NFTs et le métavers n'en sont encore qu'à leurs balbutiements en France. L'intérêt est bien là et je pense que leur notoriété sera très bientôt au niveau de celle des cryptos ! »



Leader de la semaine —
Jean-Yves Laffon

Score de notoriété

Combien de consommateurs ont entendu parler de cette tendance ?

Score de curiosité

Parmi ceux qui en ont entendu parler, quelle est la part de ceux qui la trouvent intéressante ?

Le Buzz Appinio (Taille de la bulle)

Plus la taille de la bulle est grande, plus le produit est populaire auprès du grand public. Par conséquent, plus la bulle est petite, plus le produit est niche. Le buzz est calculé par la proportion de personnes qui ont entendu parler d'un sujet particulier par rapport aux personnes qui n'en ont jamais entendu parler.

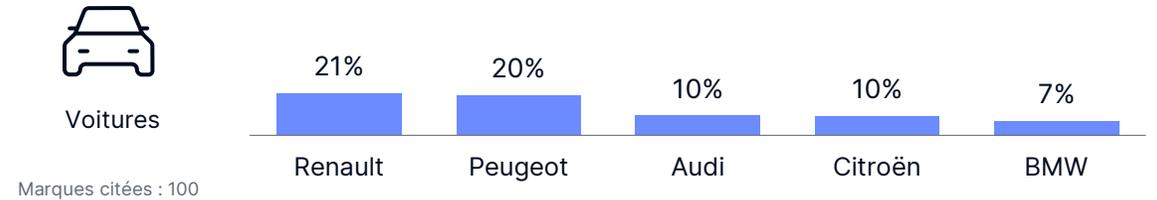
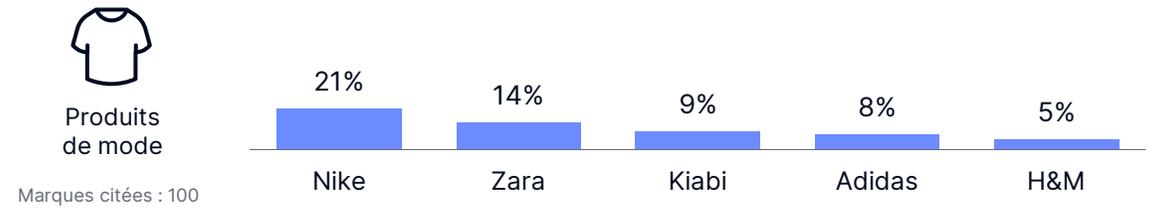
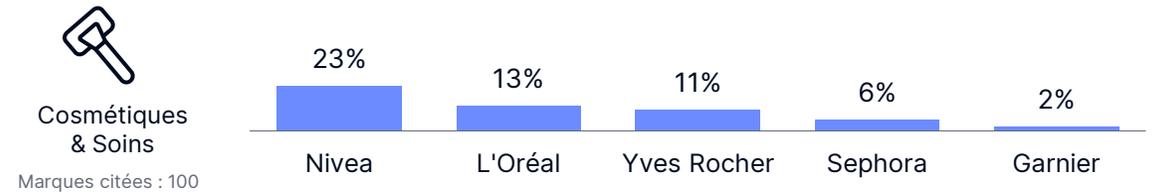
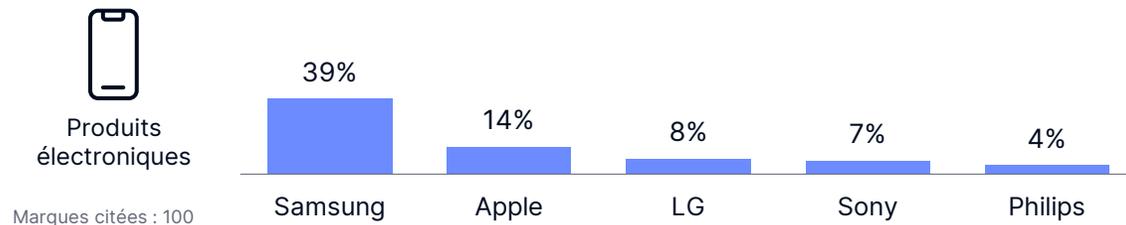
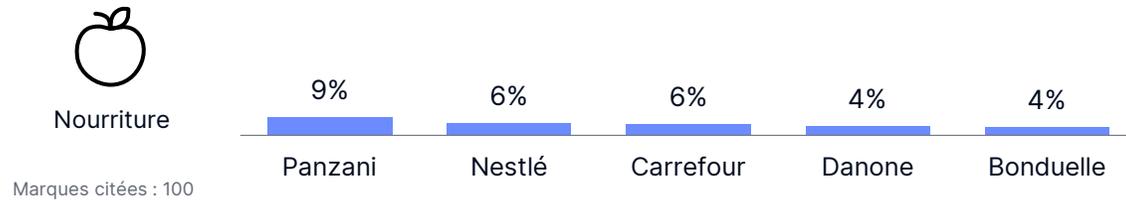
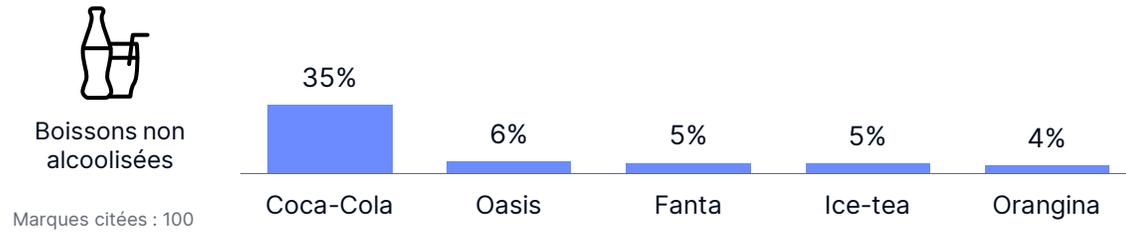
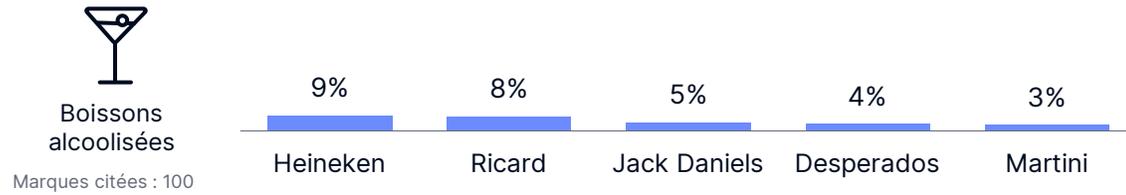
03

Comportement des consommateurs



Marques Top of Mind

Voici les premières marques auxquelles les consommateurs pensent en fonction des différentes catégories :



Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	16/03
1.	 Nourriture	92 %	91 %	90 %	90 %	91 %	92 %	91 %	92 %	91 %	90 %	93 %	93 % (=)
		12 %	11 %	10 %	10 %	9 %	9 %	10 %	10 %	12 %	11 %	9 %	7 %
		70 %	69 %	70 %	69 %	72 %	74 %	70 %	71 %	67 %	67 %	69 %	68 %
2.	 Produits d'hygiène	72 %	74 %	70 %	70 %	70 %	72 %	70 %	72 %	73 %	74 %	77 %	82 % (+5)
		14 %	15 %	13 %	13 %	11 %	11 %	12 %	13 %	15 %	13 %	13 %	12 %
		52 %	51 %	50 %	49 %	52 %	53 %	51 %	50 %	49 %	52 %	54 %	57 %
3.	 Boissons non alcoolisées	76 %	77 %	77 %	77 %	78 %	77 %	77 %	77 %	76 %	76 %	78 %	81 % (+3)
		8 %	10 %	8 %	9 %	7 %	7 %	8 %	8 %	10 %	9 %	9 %	8 %
		62 %	61 %	62 %	62 %	65 %	65 %	62 %	62 %	59 %	58 %	61 %	60 %
4.	 Vêtements	48 %	45 %	58 %	63 %	57 %	57 %	60 %	62 %	62 %	67 %	66 %	66 % (=)
		27 %	31 %	24 %	24 %	20 %	19 %	24 %	24 %	25 %	25 %	26 %	19 %
		15 %	10 %	25 %	29 %	29 %	29 %	27 %	28 %	27 %	30 %	30 %	28 %
5.	 Boissons alcoolisées	51 %	53 %	54 %	51 %	55 %	54 %	54 %	52 %	52 %	50 %	53 %	56 % (+3)
		7 %	7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	7 %	5 %	8 %	7 %	6 %	6 %
		40 %	40 %	42 %	41 %	45 %	46 %	43 %	43 %	38 %	37 %	42 %	41 %
6.	 Médicaments	56 %	54 %	54 %	53 %	52 %	56 %	58 %	60 %	61 %	64 %	64 %	55 % (-9)
		5 %	5 %	6 %	5 %	4 %	4 %	6 %	4 %	7 %	7 %	5 %	7 %
		46 %	46 %	46 %	43 %	45 %	49 %	49 %	51 %	49 %	51 %	53 %	39 %

Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	16/03
7.	 Chaussures	33 %	35 %	42 %	46 %	42 %	42 %	43 %	45 %	45 %	50 %	49 %	52 % (+3)
		17 %	20 %	17 %	17 %	16 %	15 %	17 %	16 %	17 %	17 %	16 %	16 %
		12 %	10 %	20 %	23 %	22 %	21 %	22 %	23 %	22 %	24 %	25 %	24 %
8.	 Livres	38 %	37 %	41 %	39 %	39 %	43 %	42 %	42 %	44 %	44 %	47 %	49 % (+2)
		14 %	14 %	14 %	13 %	10 %	13 %	14 %	13 %	15 %	15 %	14 %	12 %
		21 %	19 %	22 %	21 %	24 %	24 %	24 %	22 %	24 %	23 %	25 %	27 %
9.	 Produits de beauté / maquillage	40 %	38 %	41 %	42 %	37 %	40 %	44 %	43 %	46 %	45 %	49 %	48 % (-1)
		15 %	15 %	13 %	13 %	10 %	11 %	13 %	14 %	17 %	13 %	13 %	11 %
		21 %	22 %	23 %	23 %	22 %	24 %	25 %	24 %	23 %	24 %	28 %	27 %
10.	 Jouets	25 %	21 %	28 %	27 %	25 %	28 %	31 %	31 %	37 %	32 %	35 %	46 % (+11)
		9 %	10 %	9 %	9 %	8 %	9 %	10 %	9 %	11 %	9 %	9 %	14 %
		12 %	10 %	14 %	14 %	14 %	16 %	16 %	17 %	20 %	17 %	19 %	21 %
11.	 Equipement électrique	23 %	23 %	25 %	28 %	21 %	23 %	27 %	27 %	31 %	30 %	30 %	41 % (+11)
		11 %	11 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	10 %	13 %	12 %	10 %	12 %
		9 %	8 %	10 %	10 %	9 %	10 %	12 %	12 %	13 %	13 %	14 %	18 %
12.	 Equipement de cuisine	22 %	20 %	24 %	25 %	21 %	25 %	27 %	27 %	29 %	33 %	33 %	39 % (+6)
		7 %	6 %	7 %	8 %	5 %	6 %	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %	7 %
		13 %	12 %	14 %	14 %	13 %	16 %	16 %	17 %	17 %	20 %	20 %	24 %

Fréquence d'achat des catégories de produits suivantes :

● Total ● En ligne ● En magasin

Rang	Catégorie de produits	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	16/03
13.	 Décoration	26 %	28 %	32 %	35 %	35 %	34 %	38 %	43 %	52 %	42 %	42 %	39 % (-3)
		14 %	15 %	14 %	14 %	13 %	13 %	14 %	16 %	22 %	14 %	14 %	8 %
		9 %	10 %	14 %	16 %	17 %	16 %	17 %	19 %	21 %	19 %	20 %	21 %
14.	 Appareils ménagers	23 %	21 %	24 %	20 %	21 %	24 %	26 %	26 %	30 %	30 %	32 %	38 % (+6)
		10 %	10 %	10 %	10 %	9 %	9 %	9 %	9 %	12 %	11 %	10 %	10 %
		10 %	9 %	11 %	12 %	10 %	10 %	13 %	12 %	13 %	14 %	15 %	18 %
15.	 Meubles	19 %	17 %	22 %	21 %	19 %	21 %	24 %	24 %	25 %	27 %	30 %	35 % (+5)
		9 %	10 %	8 %	8 %	7 %	8 %	8 %	8 %	10 %	8 %	9 %	10 %
		7 %	7 %	10 %	10 %	9 %	11 %	12 %	12 %	11 %	15 %	15 %	16 %
16.	 Matériel de sport / fitness	20 %	18 %	22 %	23 %	19 %	22 %	23 %	22 %	23 %	27 %	27 %	32 % (+5)
		9 %	10 %	9 %	7 %	7 %	7 %	9 %	7 %	9 %	9 %	8 %	8 %
		9 %	7 %	10 %	13 %	10 %	11 %	10 %	11 %	11 %	12 %	13 %	16 %
17.	 Bijoux	18 %	16 %	21 %	22 %	18 %	18 %	21 %	23 %	28 %	29 %	30 %	32 % (+2)
		8 %	9 %	9 %	9 %	6 %	7 %	7 %	7 %	12 %	9 %	9 %	8 %
		7 %	7 %	9 %	11 %	9 %	9 %	11 %	11 %	12 %	14 %	15 %	16 %



Méthode et collecte des données

Echantillon	1000 Français
Pays	France
Âge	16 à 65 ans
Date de l'étude	9 au 14 Mars 2022

Représentativité nationale en termes d'âge et de sexe.

Les données peuvent être consultées, filtrées et téléchargées via research.appinio.com

Contacts



Jean-Yves Laffon
Country Manager France

Téléphone +49 15 2320 52 909

E-Mail jean-yves.laffon@appinio.com