SYNTHESE DU RAPPORT FINAL

24OE1929 - SONDAGE SUR LA FIN DE VIE DES EMBALLAGES MENAGER EN BOIS », le dossier OpinionWay.

24OE1929

Bénéficiaire(s) du projet : FNB
Prestataires : OPINION WAY, LUCIE LE BOUTER
Montant du soutien apporté par France Bois Forêt : 3 360€ (50%)

Objectifs et contexte (maximum 1/2 page) **:**

Utilisés pour de multiples produits, les emballages bois servent aussi bien à contenir des fruits et légumes, des produits de la mer, des produits fromagers et crèmeries, ou autres produits alimentaires. Mais la fin de vie reste à clarifier, les déchets d'emballages ont mauvaise presse et il existe un flou sur la vraie fin de vie des emballages ménagers en bois. La FNB a souhaité mettre en place un dispositif d'études auprès des Français pour mesurer la place des emballages en bois dans leur quotidien, leurs perceptions et leurs usages de ces produits. Un échantillon national de 1000 Français a été interrogé. L'échantillon était représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de taille de commune et de région de résidence L'étude a été réalisée par questionnaire auto-administré en ligne. Les résultats de cette enquête ont fait l'objet d'une médiatisation et s'inscrivent dans une stratégie de communication destinée à accroître la visibilité de l'ELB de la marque et de ses prestations, et capter l'attention des médias.

Principaux résultats obtenus (maximum 1 page) **:**

Livrables :

- Rapport d'enquête et note de synthèse
- Diffusion d'un communiqué de presse

Principaux enseignements :

- **Les emballages légers en bois bénéficient d'une image très positive auprès des Français, qui valorisent fortement leur dimension écologique.** Au-delà de l'aspect environnemental, ces emballages sont appréciés pour leur capacité à mettre en valeur des produits de qualité et pour leur dimension esthétique. }
- **Cette perception positive se traduit concrètement dans les comportements d'achat des Français**, dont un tiers achètent mensuellement des produits dans des emballages légers en bois. La forte proportion de Français regrettant leur manque de disponibilité dans le commerce témoigne de l'attrait des Français pour ce type de contenant et d'un potentiel de développement pour la filière.
- La réutilisation, distincte du réemploi (même usage) des emballages légers en bois est une pratique largement adoptée, témoignant **d'une réelle appropriation par les consommateurs**

de ces contenants, au travers d'usages variés allant du rangement au compostage. In fine, les emballages légers en bois apparaissent totalement intégrés au quotidien des Français.

Valorisation envisagée (maximum 1/2 page) **:**

Communiqué de presse, à destination de :

- Secteur ENVIRONNEMENT : 135 adresses emails de journalistes
- Secteur AGRICULTURE : 289 adresses emails de journalistes
- Secteur EMBALLAGES : 22 adresses emails de journalistes

Posts réseaux sociaux sur la page FNB

INDICATEURS

Indicateur 1 : part de Français achetant en emballage bois : 79%

Indicateur 2 : part des Français estimant qu'on ne trouve pas assez d'emballages bois dans le commerce : 81%