



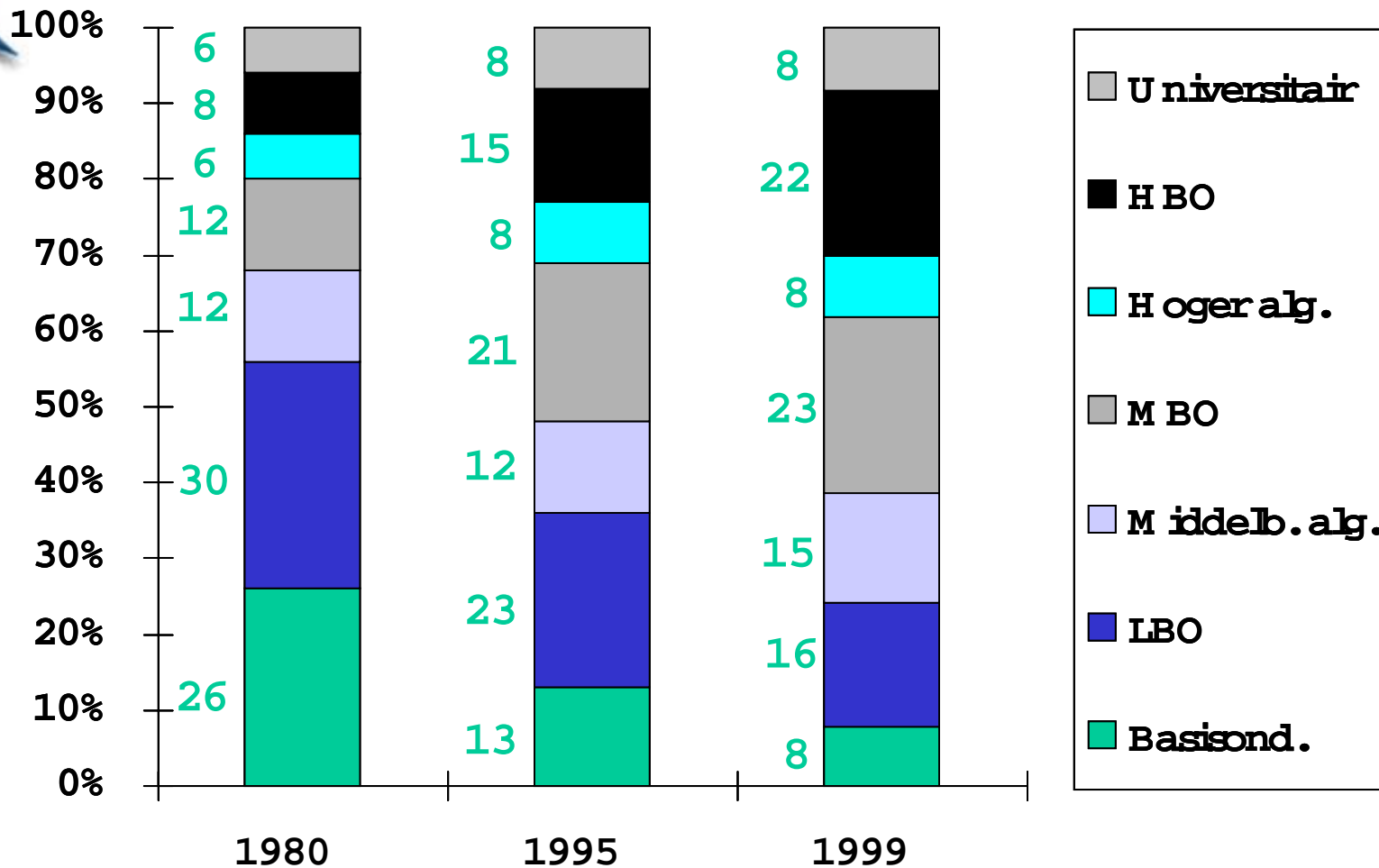
Marketing Minds Specializing in Research™

Consumententrends en signalen voor de verpakkingindustrie

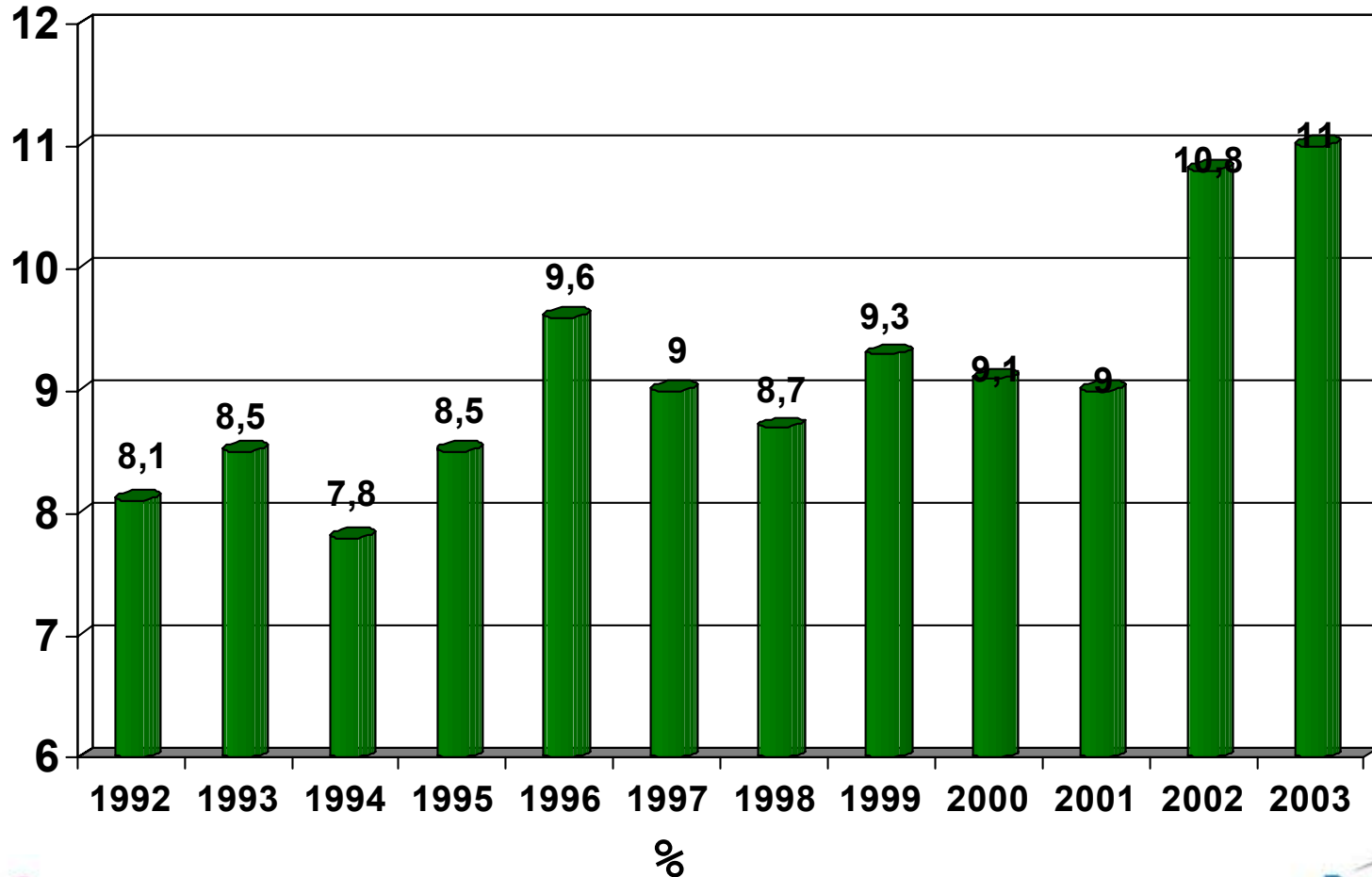
In opdracht van VMK

13.0510 / Petra Wolff NFO Trendbox

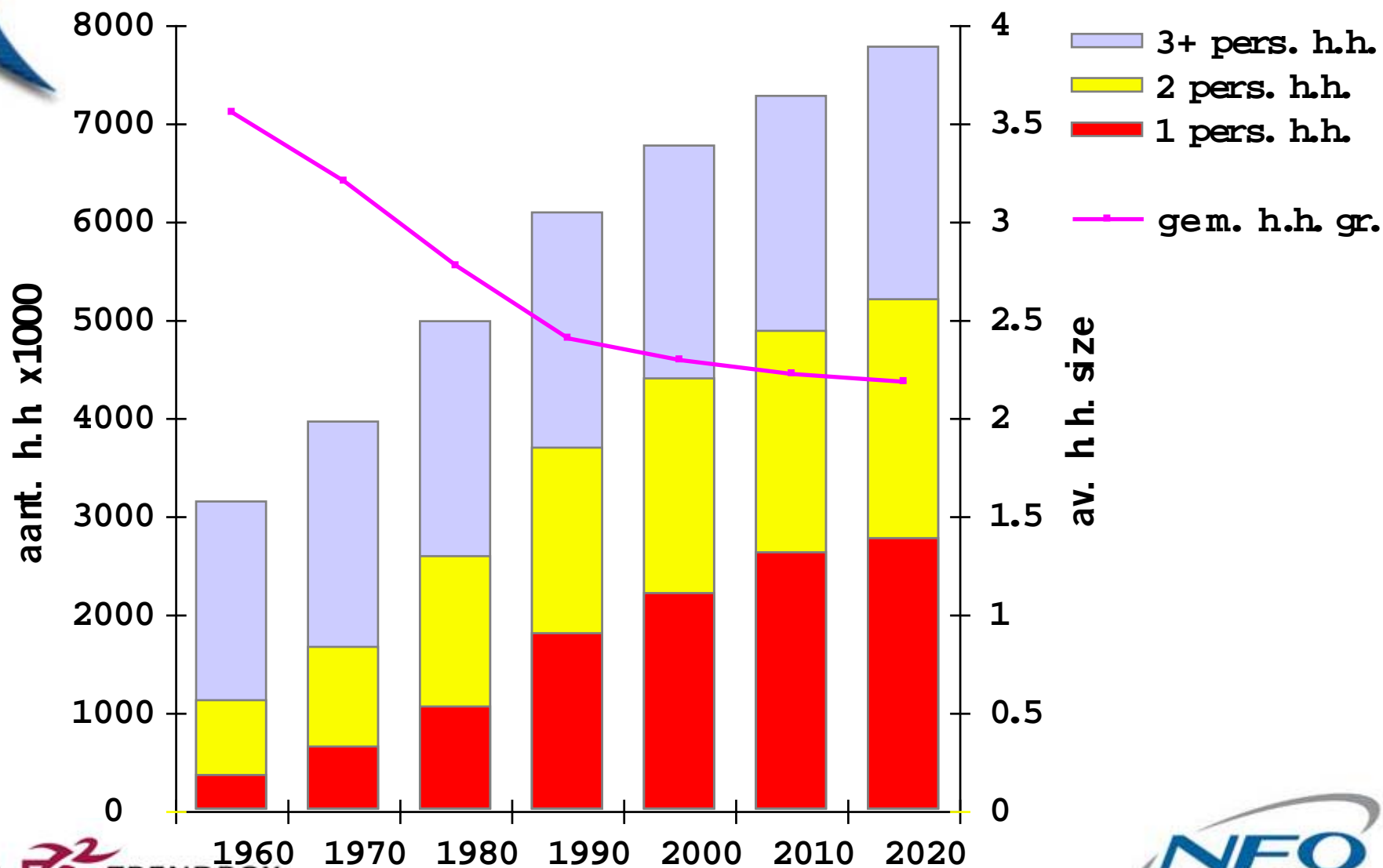
Trend naar een hogere opleiding kostwinner



In voor nieuwe producten: Als er een nieuw product op de markt komt, ben ik 1 van de eersten die het product gebruikt.

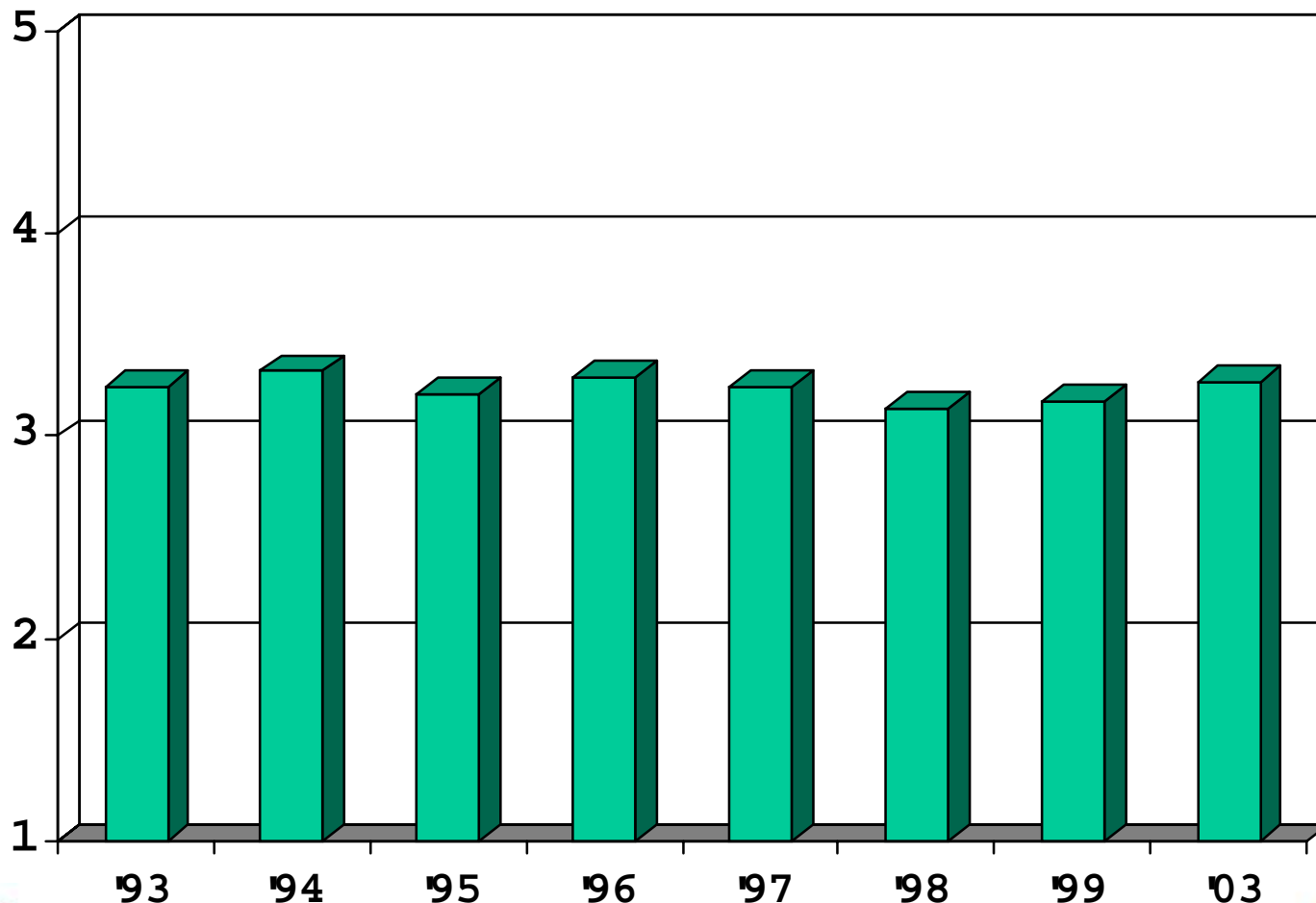


Ontwikkeling van het aantal hhdns en de gem. grootte ervan: (1960-2020)



Fabrikanten stem men tegenwoordig hun verpakkingen meer af op de kleine huishoudens

(1=helemaal niet mee eens tot 5=helemaal mee eens)



De belangrijkste 'drivers' voor de toekomst:

- λ vergrijzing
- λ individualisering
- λ de mondige consument
- λ man/vrouw rolverdeling
- λ kloof in inkomensontwikkeling (arm versus rijk)
- λ verlangen naar blijvende mobiliteit
- λ Internet en digitalisering
- λ rationalisatie en meetbaarheid
- λ duurzaam ondernemen: ethisch consumeren
- λ hernieuwd conservatisme: m.n. bijhogere opleidingsgr.

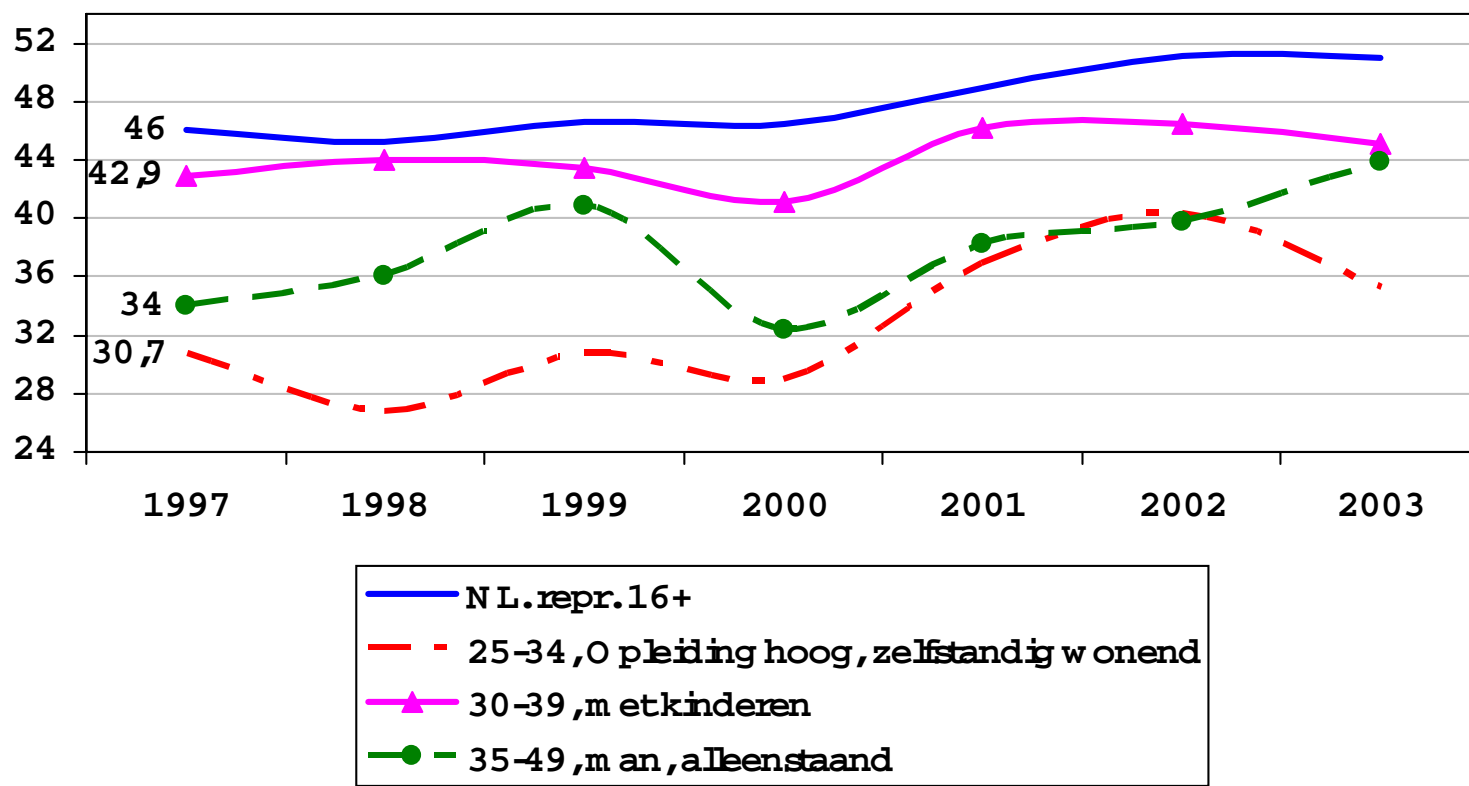


Marketing Minds Specializing in Research™

Invloed economische situatie

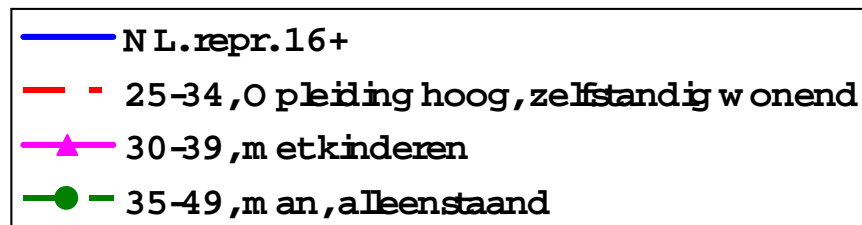
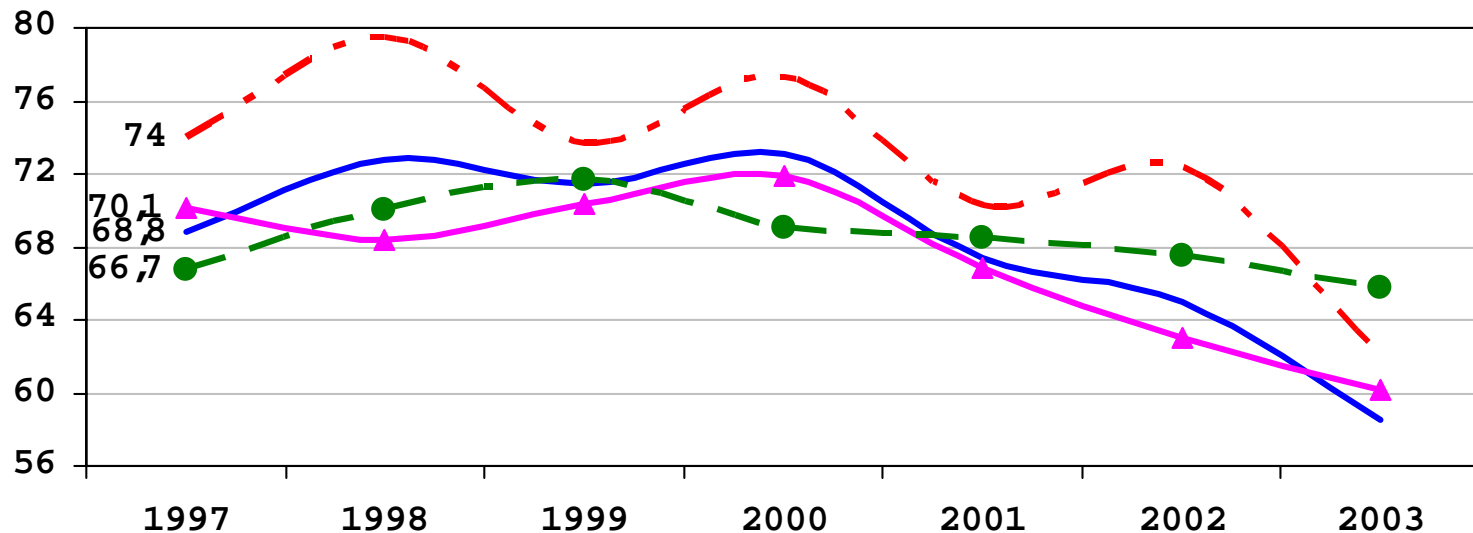
Ik ben iemand die voor alles op de prijs let bij het kopen van dingen

Top 2 box: % (helemaal) mee eens



Het Nederlandse bedrijfsleven heeft voldoende kwaliteit in huis om een sterke positie in Europa te behouden

Top 2 box: % (helemaal) mee eens



Belangrijkste trends in voeding

λ Gezondheid

- λ hang naar fit blijven
- λ actie tegen overgewicht
- λ variatie in productaanbod (biologisch of niet)
- λ toename Functional Food

λ Veiligheid

- λ verkleinen risico's
- λ herkomst / ingrediënten

λ Gemak/tijd-efficiency

- λ kant-en-klaar / voorbewerkt
- λ afhaal en buitenshuis

λ Meer momenten

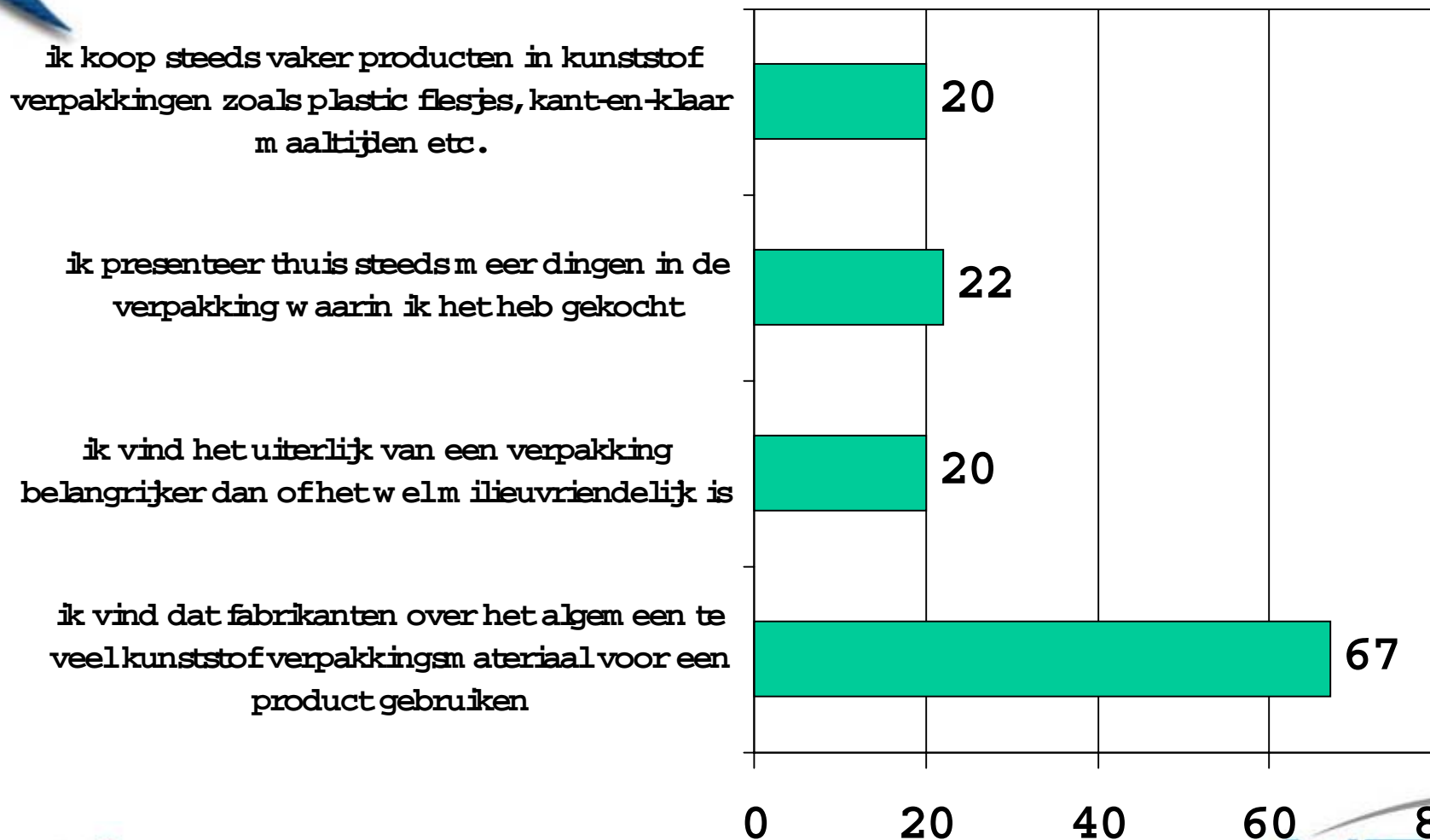


Marketing Minds Specializing in Research™

Signalen voor de verpakkingindustrie

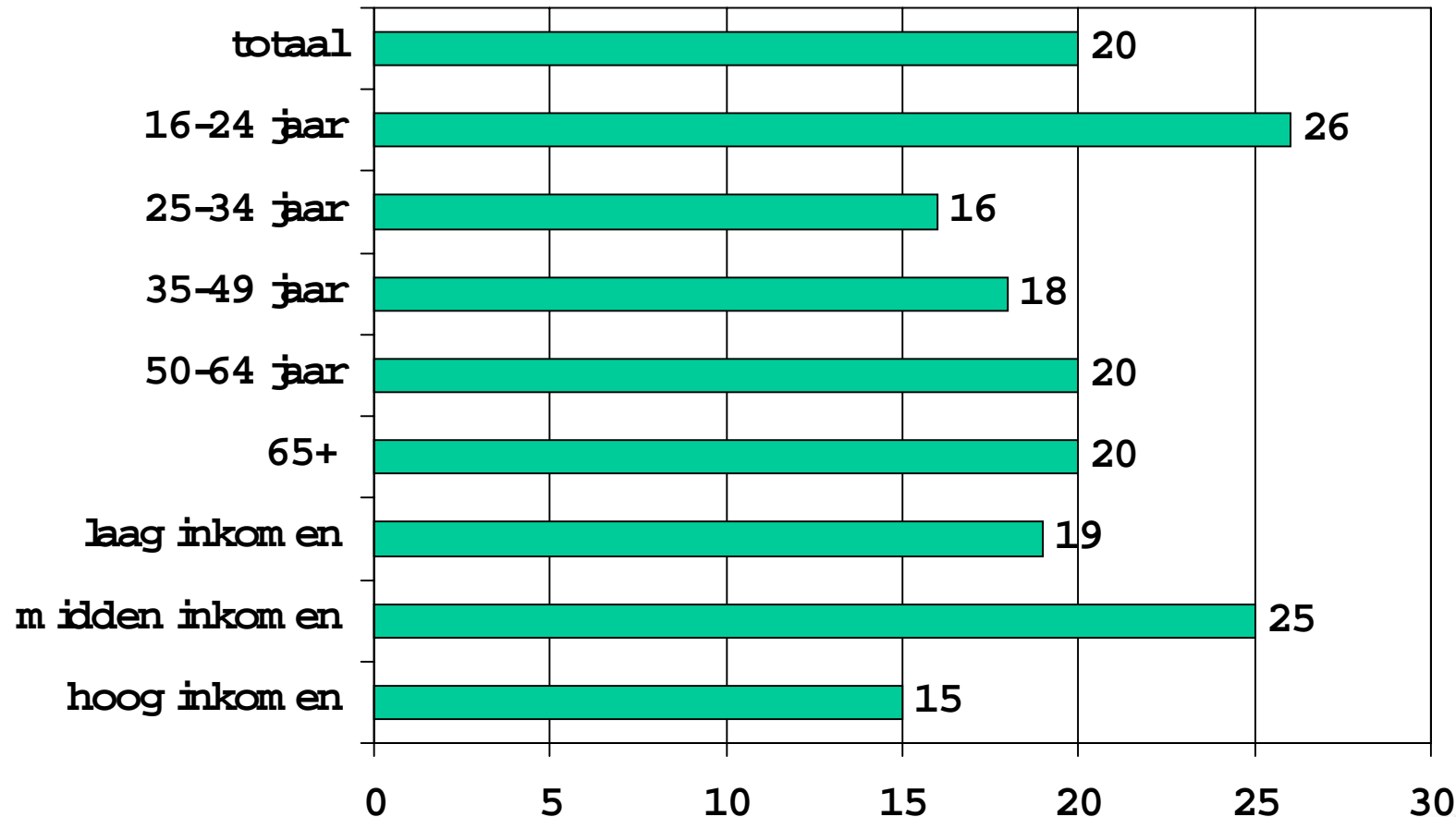
Houding ten aanzien van verpakkingen

% (helemaal) mee eens



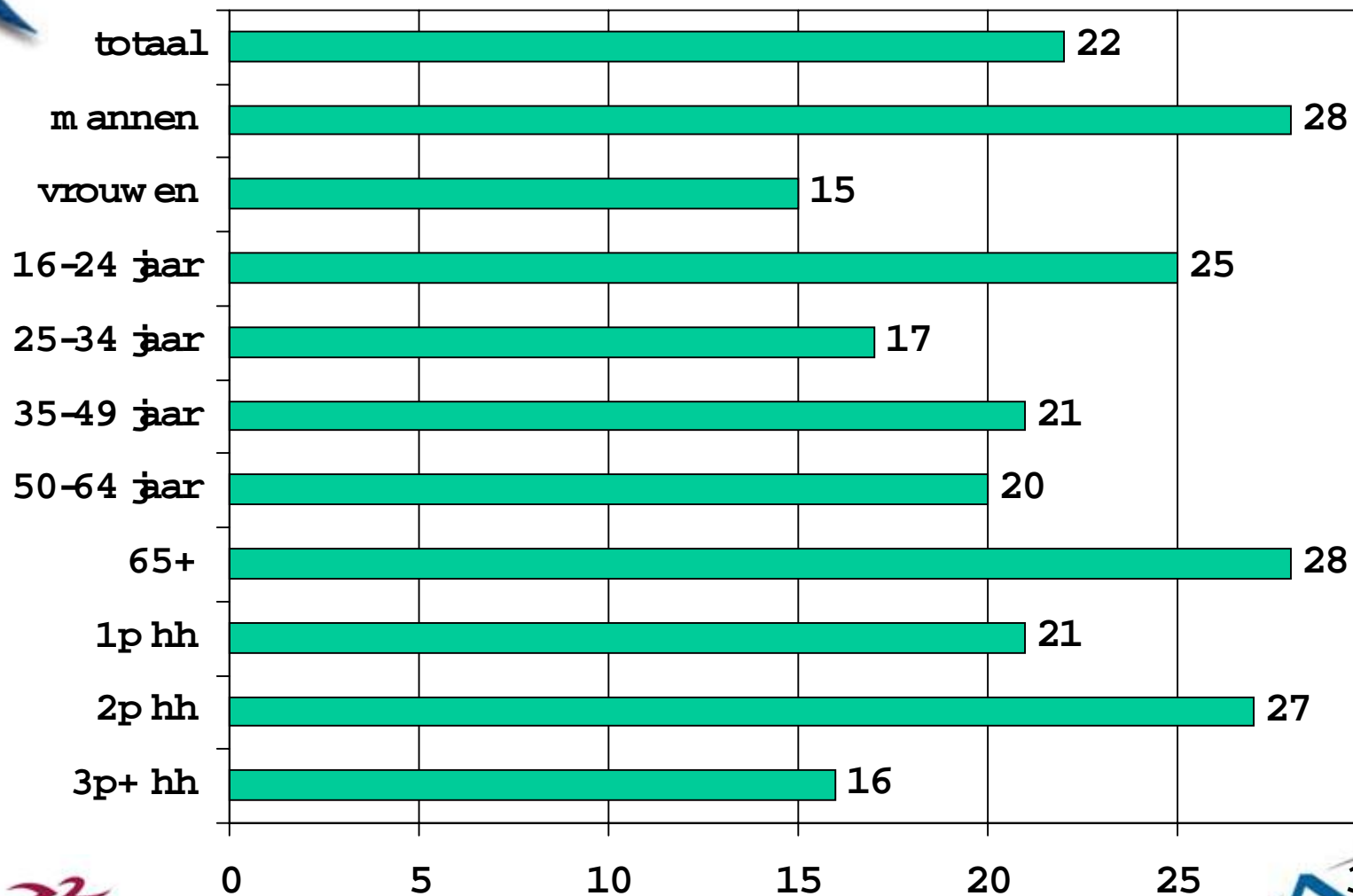
Ik koop steeds vaker producten in kunststof verpakkingen zoals plastic flesjes, kant-en-klaar maaltijden en dergelijke

% (helemaal) mee eens



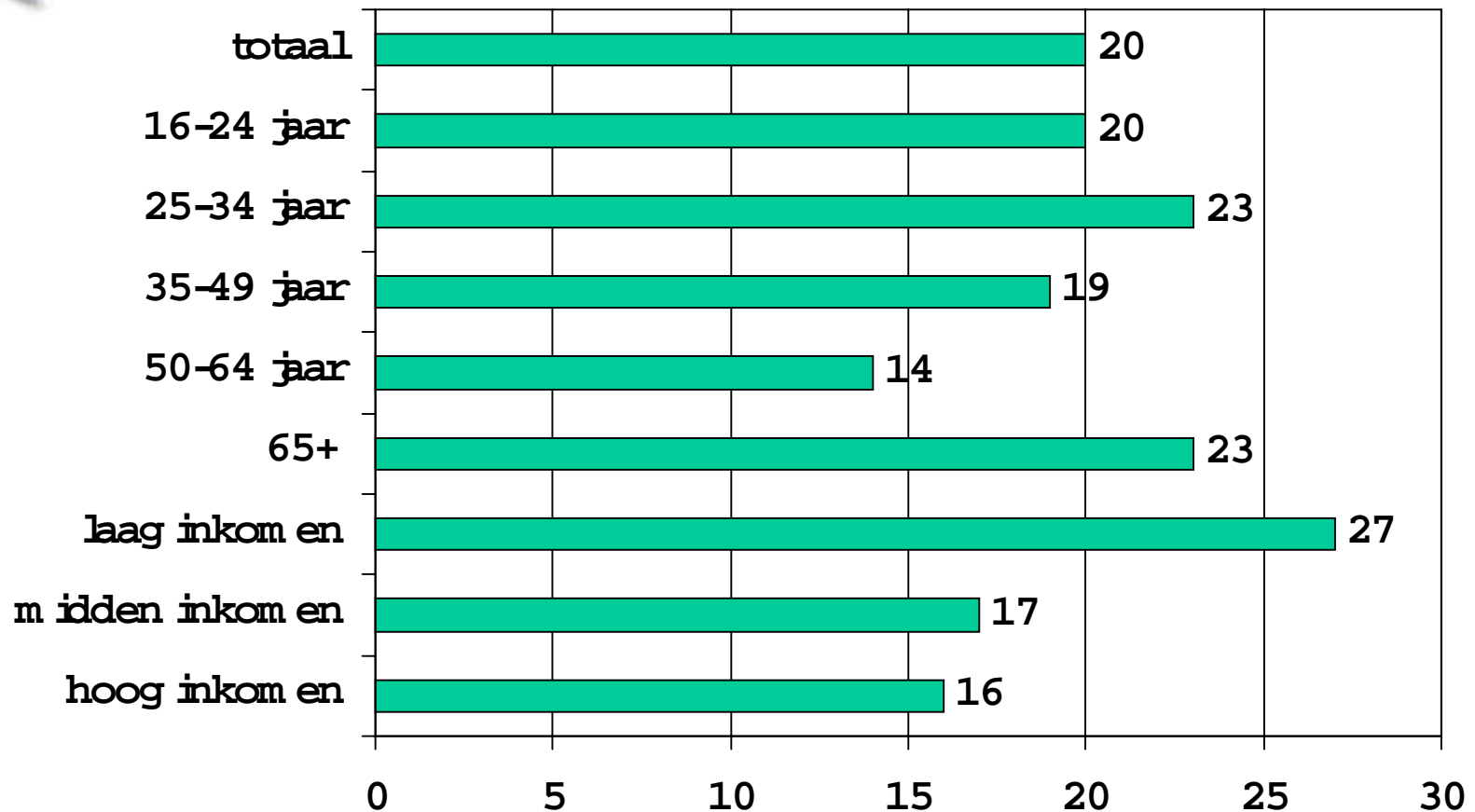
Ik presenteer thuis steeds meer dingen in de verpakking waarin ik het heb gekocht

% (helemaal) mee eens



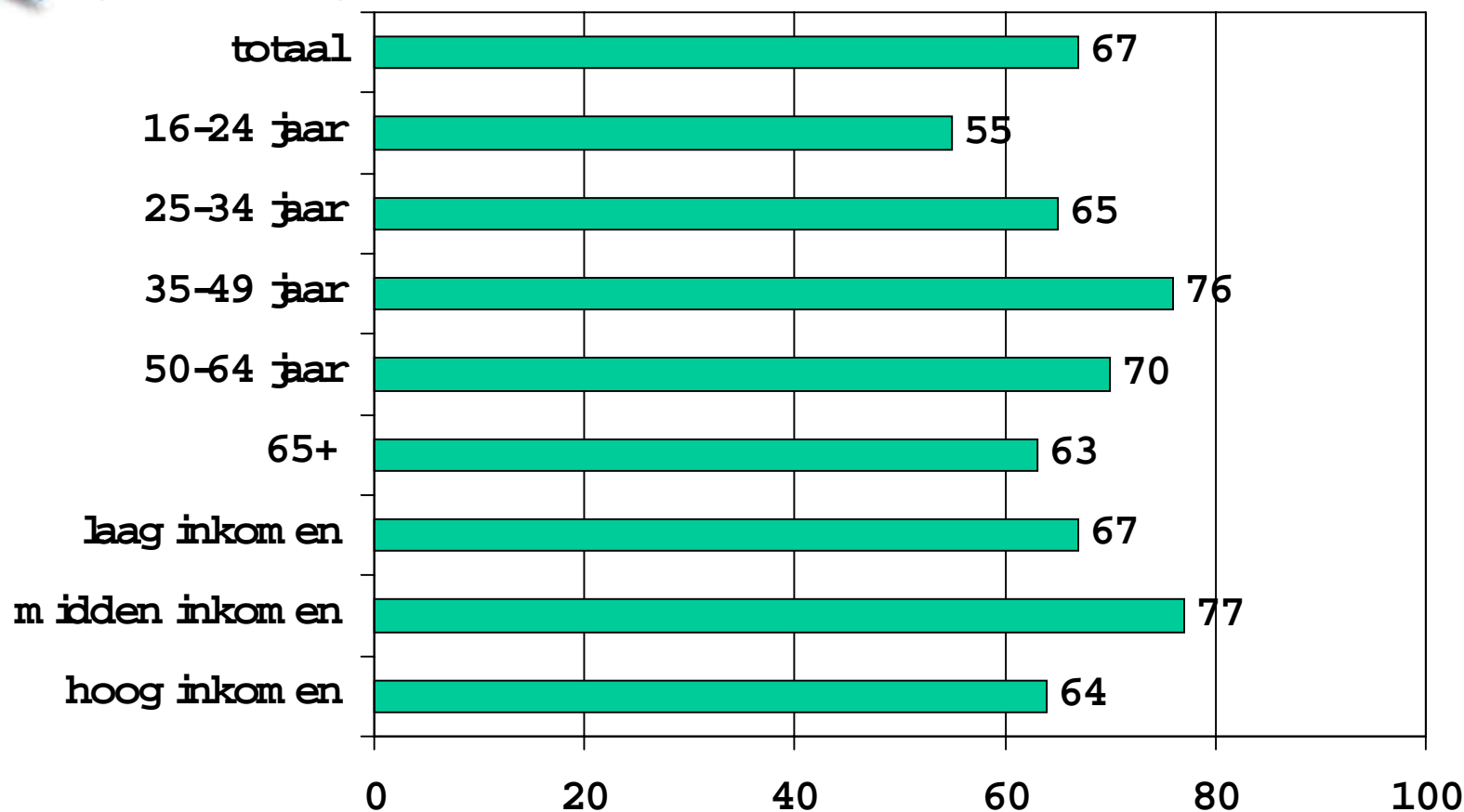
Ik vind het uiterlijk van een verpakking belangrijker dan of het wel milieuvriendelijk is

% (helemaal) mee eens

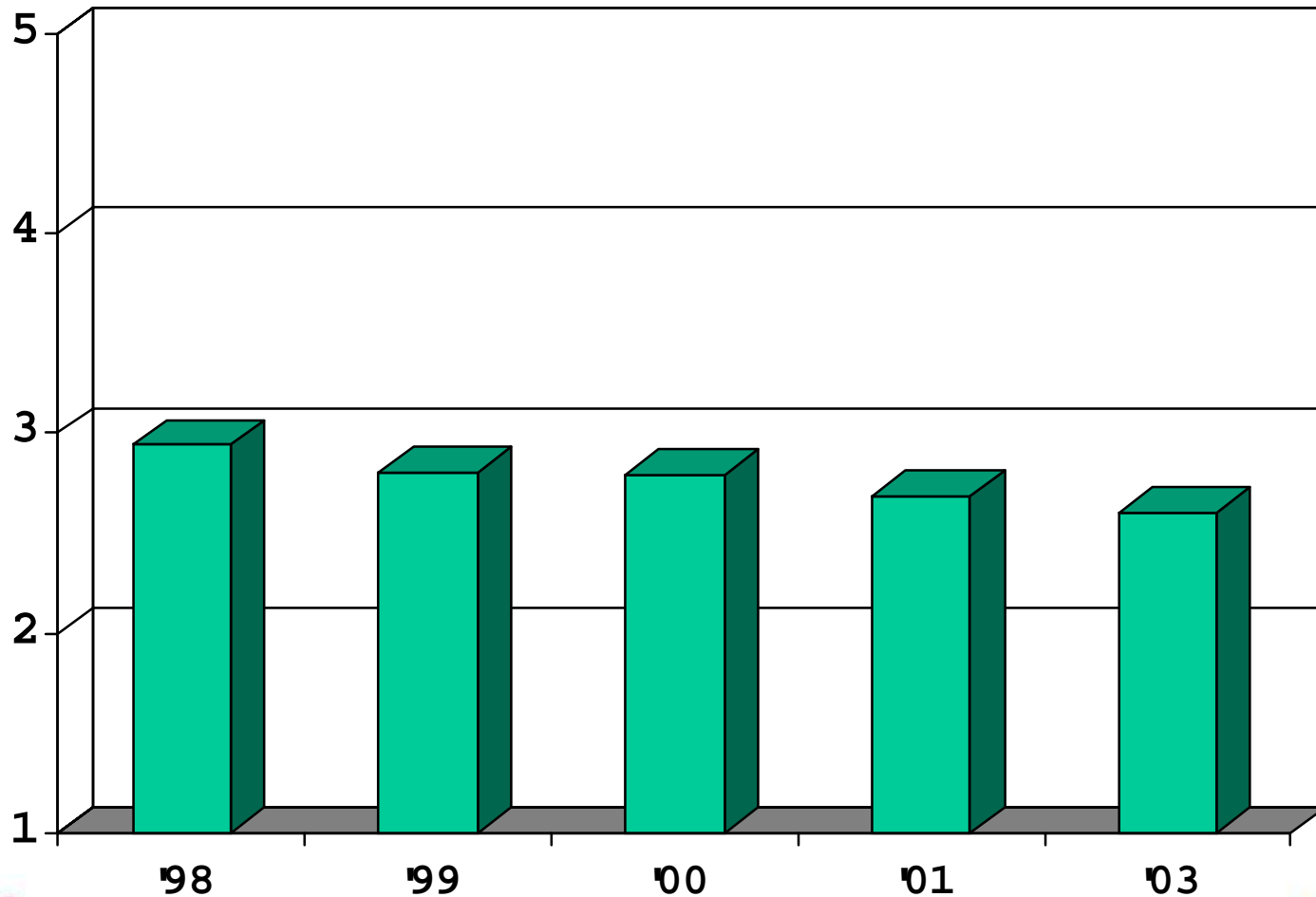


Ik vind dat fabrikanten over het algemeen te veel kunststof verpakkingsmateriaal voor een product gebruiken

% (helemaal) mee eens

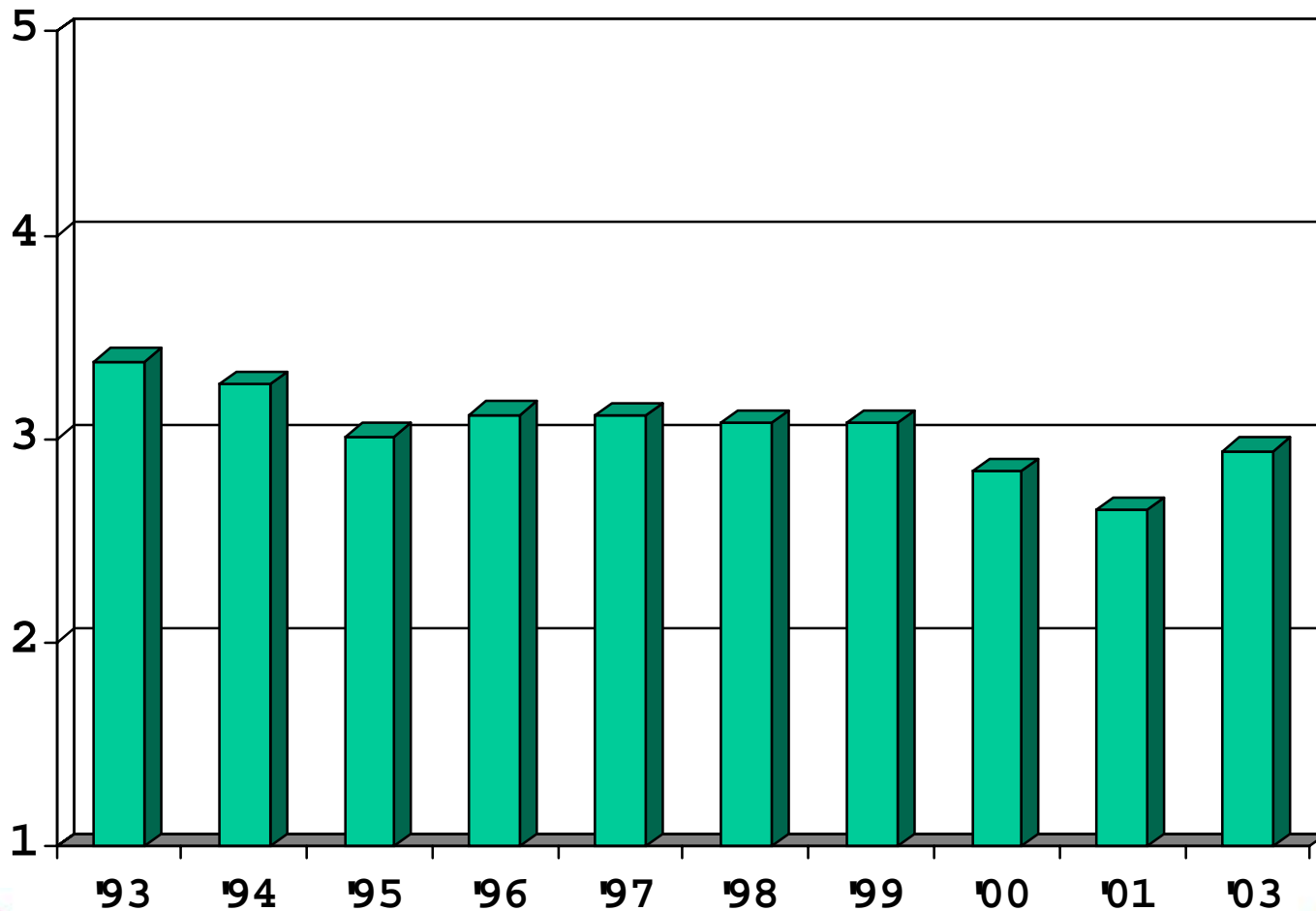


Ik let bij het boodschappen doen altijd op de milieuvriendelijkheid van de verpakking
(1=helemaal niet mee eens tot 5=helemaal mee eens)



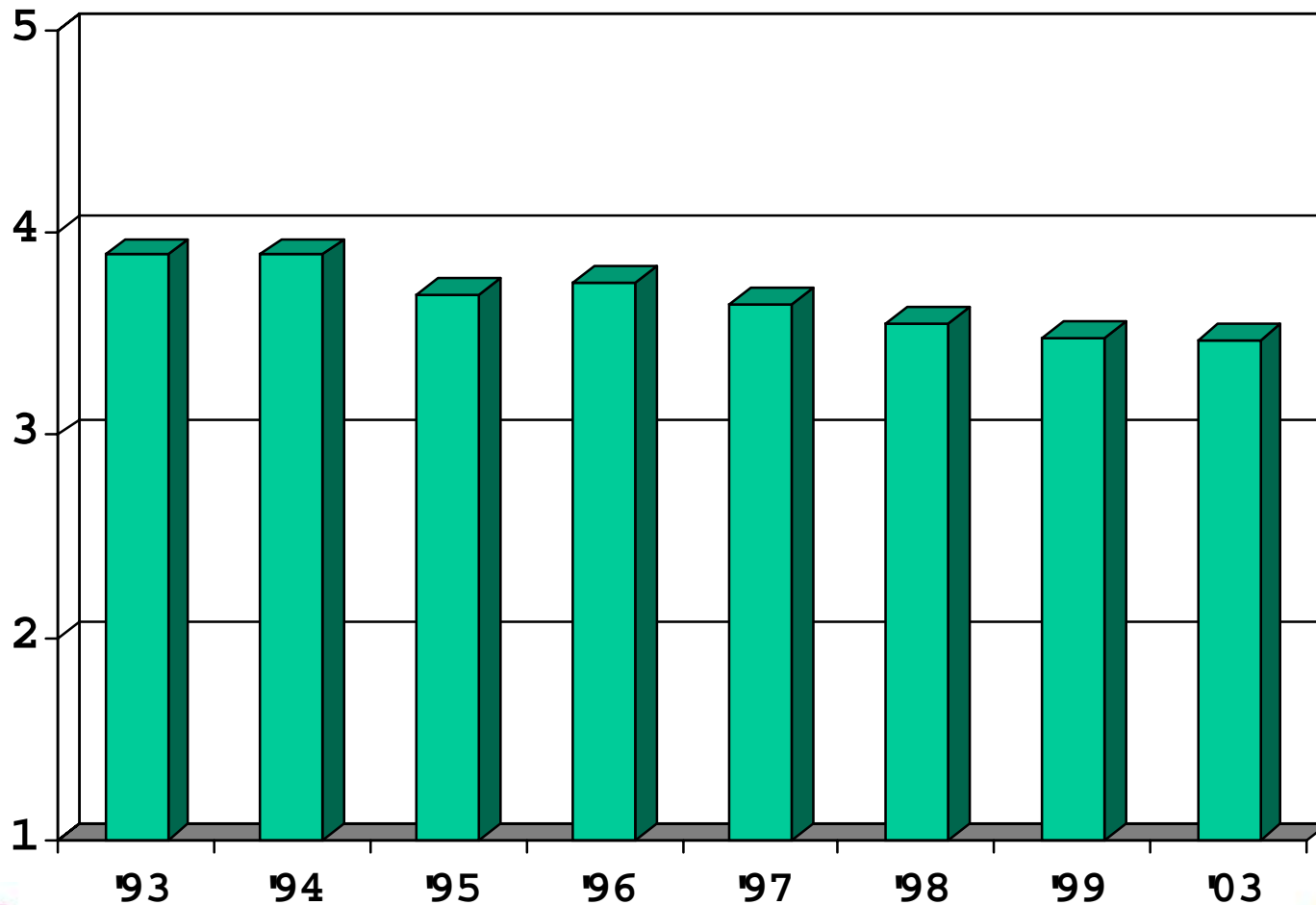
Voor een milieuvriendelijke verpakking ben ik bereid meer te betalen

(1=helemaal niet mee eens tot 5=helemaal mee eens)

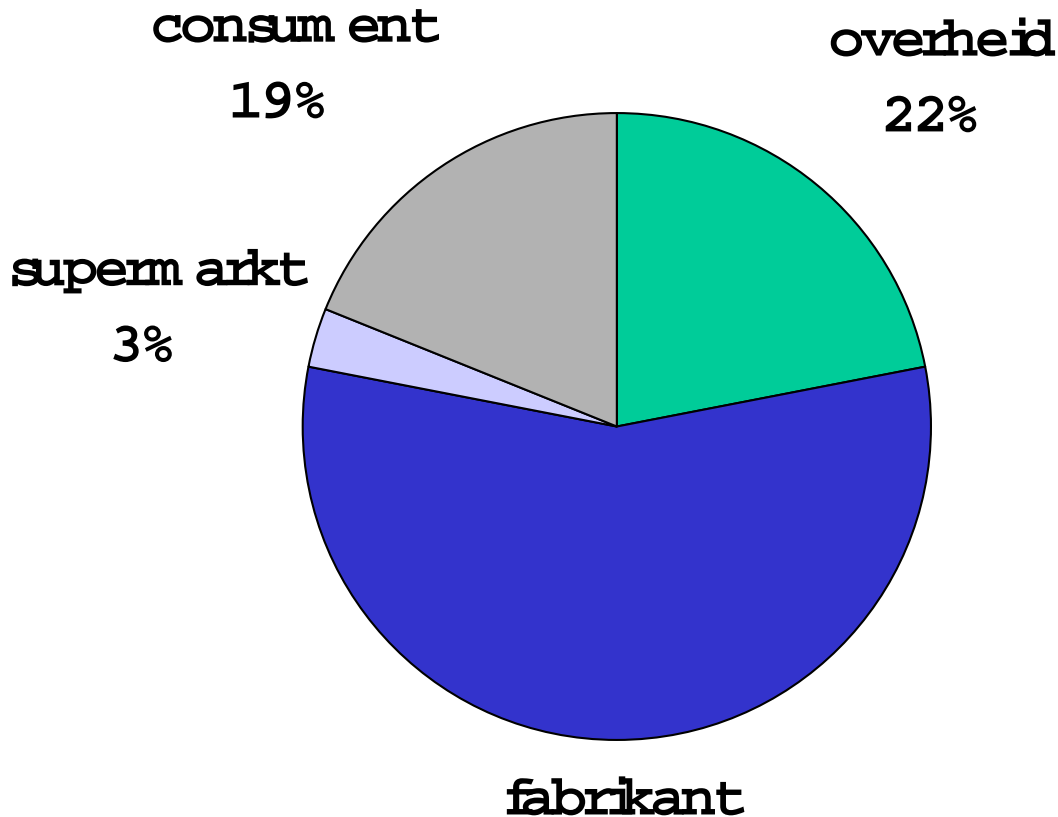


Veel van de verpakkingen van levensmiddelen zijn schadelijk voor het milieu

(1=helemaal niet mee eens tot 5=helemaal mee eens)



Eerste verantwoordelijke voor zoveel mogelijk milieuvriendelijke verpakkingen (volgens consumenten) (%)



'Wat zou er volgens u in het algemeen aan verpakkingen voor levensmiddelen moeten veranderen?' (1) (spontaan)

Milieu/materiaal gerelateerd:

λ Milieuvriendelijker	15
λ Recyclebaar/herbruikbaar/in te leveren	11
λ Afbreekbaar/meer, beter, sneller	4
λ Statiegeld	2
λ Minder, geen plastic	9
λ Meer papier in plaats van plastic	4
λ Meer, uitsluitend papier, karton	4

'Wat zou er volgens u in het algemeen aan verpakkingen voor levensmiddelen moeten veranderen?' (2) (spontaan)

Hoeveelheid gerelateerd

- | | |
|--|----|
| λ Hoeveel verpakkingen verminderen/
geen onnodige lagen/minder overdadig
verpakt | 11 |
| λ Kleinere verpakking/compacter | 8 |
| λ Niet dubbel verpakt/niet per stuk verpakt
en een om-verpakking | 6 |

'Wat zou er volgens u in het algemeen aan verpakkingen voor levensmiddelen moeten veranderen?' (3) (spontaan)

- λ Makkelijker te openen 7
- λ Minder luxe/minder duur/eenvoudiger 3
- λ Er hoeft niets te veranderen 6

Voor de toekomst:

- λ Aandacht voor negatieve houding van consument t.a.v. verpakkingen, met name voor milieu aspecten:
 - λ Minder materiaal gebruiken,
 - λ minder lagen/omverpakkingen
 - λ minder per stuk verpakte artikelen
 - λ kleinere verpakking, compacter

- λ Aandacht voor negatieve imago van kunststof verpakkingen

En verder:

- λ Verpakkingen die gelijk 'presenteerbaar' zijn m.b.t. functionaliteit en uiterlijk
- λ Interesse voor nieuwe producten en verpakkingen
- λ Aandacht voor openingsgemak

Dank voor uw aandacht

NFO Trendbox
Postbus 9352
1006 AJ Amsterdam

Petra Wolff
petra.wolff@nfoeurope.com
 0031 (0) 20 6694414