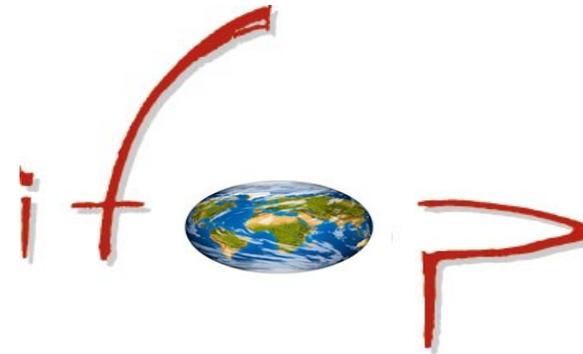


33 "labels"
étudiés en benchmark



lance le 2^{ème} point de

Green Label Equity

Notoriété/Image des labels environnementaux

- Edition 2009 -

Un produit de la gamme

Planet Care®



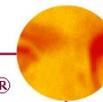
Contact : Christophe Jourdain - Tél.: 01 45 84 14 44 - Email : christophe.jourdain@ifop.com



Pourquoi cette étude ?

Ifop a développé une **forte expertise** en matière d'études et d'analyse sur la **préoccupation environnementale** des citoyens et des consommateurs, tel que l'illustre la gamme

Planet Care[®]



Aujourd'hui, **l'enjeu lié à la crédibilité des allégations environnementales est crucial**

Les bénéfices environnementaux sont **attendus des consommateurs**, ils peuvent devenir des **éléments de différenciation**, des critères de choix... sous condition de leur sincérité, crédibilité face à des clients/consommateurs informés, intéressés mais circonspects.

L'objectif de cette **étude en souscription** est très **tactique et opérationnel** :

Quelle est aujourd'hui la **notoriété** et **l'image** des divers **labels environnementaux** ?

Et quelles sont les **évolutions notables** depuis 2008 ?

- ✓ Une étude **légère** et très **opérationnelle**,
- ✓ Une méthodologie **barométrique** (1^{er} point réalisé en mai 2008)
- ✓ Une étude facilement **duplicable à l'international**.

ifop

Shanghai

Paris

Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com





Rappel des 33 "labels" étudiés (nous contacter pour modifier la liste)

ifop

Shanghai

Paris

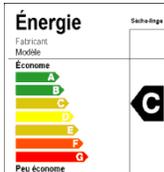
Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com



PROMOTELEC





Rappel des indicateurs mesurés



ifop

Shanghai

Paris

Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com

- **Importance du respect de l'environnement dans les choix actuels** de produits et services en général
- **Importance du respect de l'environnement** dans les choix du consommateur **par catégorie de produits** (13 catégories étudiées)
- **Critères rassurants sur la prise en compte du respect de l'environnement** par un produit ou service (au choix parmi 9 propositions)
- **Pertinence de la mention des labels environnementaux** : Le fait que des labels aient été créés pour imposer des règles et informer les consommateurs sur l'aspect environnemental des produits ou services, est-ce selon vous une très bonne chose / Une assez bonne chose / Une assez mauvaise chose / Une très mauvaise chose?
- **Degré de confiance vis à vis des labels environnementaux** : Les labels environnementaux sont fiables et me rassurent sur mes choix / Certains labels environnementaux sont fiables mais pas tous / Les labels environnementaux ne sont que des arguments commerciaux et ne donnent aucune garantie
- **Notoriété spontanée des sigles / labels environnementaux** (Question ouverte)
- **Notoriété assistée des sigles / labels environnementaux** (parmi 33 logos)



Rappel des indicateurs mesurés



Pour chaque label connu :

- **Notoriété qualifiée** des sigles / labels environnementaux
 - **Confiance véhiculée** par les sigles/labels environnementaux
 - **Perception du niveau d'exigence** pour obtenir ce sigle/label (Ils doivent répondre à des exigences environnementales très strictes / assez strictes / peu strictes / pas strictes du tout)
-
- **Capacité du sigle/label à créer une incitation à l'achat**
 - **Origine/ Identité** du sigle/label
 - **Présence de labels environnementaux dans les achats** des 12 derniers mois
 - **Identification des labels environnementaux présents dans les achats** des 12 derniers mois

ifop

Shanghai

Paris

Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com





Méthodologie

- **GREEN LABEL EQUITY est une étude en souscription annuelle, réalisée dans le cadre de l'OMCAPI**, l'enquête omnibus de l'Ifop menée **en face à face aux domicile des interviewés**.
- **Echantillon national représentatif de 1000 individus âgés de 15 ans et plus**, renouvelé à chaque vague d'enquête et construit selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession, et stratification région/catégorie d'agglomération)
- Cette méthodologie permet :
 - de reconduire cette étude dans des conditions identiques plusieurs fois par an
 - l'adjonction de questions spécifiques.



ifop

Shanghai

Paris

Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com



Calendrier

- **GREEN LABEL EQUITY** sera finalisé le 15 mai pour un terrain d'enquêtes en juin et des résultats début juillet.
- **Nous contacter dès maintenant** pour réserver votre étude et y apporter éventuellement vos ajustements (possibilité de joindre des questions spécifiques et confidentielles)





Budget

ifop

Shanghai

Paris

Toronto

Buenos Aires

www.ifop.com

- Sur la base des éléments suivants:
 - ✓ L'ensemble des **indicateurs GREEN LABEL EQUITY** et **leur évolution depuis 2008**
 - ✓ Un **rapport complet**, synthétique et visuel mettant en valeur les principaux enseignements de l'étude,
 - ✓ Une **note de synthèse** ainsi qu'une **présentation orale** des résultats le cas échéant,
 - ✓ Un **accompagnement résolument impliqué** de la part de l'Ifop, notamment via des interlocuteurs experts de la thématique environnementale,
 - ✓ La **capacité à poursuivre le travail d'investigation** via d'autres modules de la gamme Planet Care® ou via d'autres solutions,
 - ✓ Sur la base d'un **échantillon représentatif de 1000 interviews**,

... le budget forfaitaire à prévoir s'établit à :

4 900 € HT

Présentation orale en option 600 € HT

**Coût pour une question
supplémentaire ad hoc 1480 € HT**



Pour chaque mesure, l'étude est lancée sous réserve d'un nombre suffisant de souscripteurs.