



ANALISI SCENARIO ECO: SCELTE DI CONSUMO NEL MERCATO DELLA DETERGENZA DELLA CASA E ATTENZIONE AI TEMI AMBIENTALI



OBIETTIVI



In occasione dei 10 anni dalla nascita di Winni's Naturel, **Madel** ha espresso l'esigenza di fare una **fotografia dello scenario** riguardante il mercato dei **prodotti per la detergenza della casa e di comprendere la relazione** dei consumatori con **temi ambientali ed ecologici**, al fine di costruire e **operare sul posizionamento di brand** in modo più consapevole

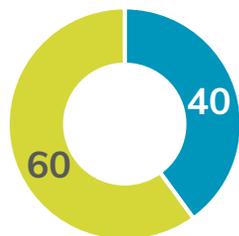
Indagine online rivolta ad un campione appartenente a **responsabili di acquisto** di prodotto per la pulizia e detergenza della casa volta a :

- indagare il **livello di conoscenza** di Winni's e dei main competitor nei mercati (detersivi per piatti e per bucato)
- comprendere **le abitudini di acquisto** delle persone
- identificare i **fattori che influenzano le scelte dei consumatori, oggi e tra 10 anni**
- misurare la **rilevanza** per i consumatori riguardo a **temi ambientali e all'ecologia**

TOTALE SAMPLE
500 casi

FIELD:
dal 21/5/19 al 27/5/19

GENERE



■ Uomini
■ Donne

> **500** responsabili d'acquisto

CLASSE DI ETÀ

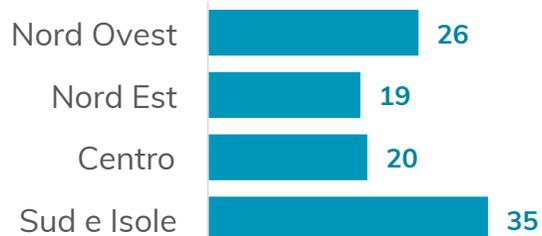


■ 18-24 anni ■ 25-34 anni ■ 35-44 anni ■ 45-54 anni ■ 55-64 anni

Metodologia: auto compilazione di un questionario strutturato online

Sample source:  **IDEE & OPINIONI**
panel Nextplora Idee & Opinioni

AREA GEOGRAFICA





LE EVIDENZE DELLA RICERCA





I FATTORI CHE OGGI INFLUENZANO LE SCELTE D'ACQUISTO SECONDO I CONSUMATORI



Efficacia	56%	1°
Profumo	37%	2°
Formato/quantità	31%	3°
Rispetto dell'ambiente	24%	4°
Marca	21%	5°
Praticità della confezione	15%	6°
Prodotto ecologico	14%	7°
Ipoallergenico	13%	8°
Consistenza del prodotto	11%	9°
Naturale (no conservanti, coloranti)	10%	10°
Non testato sugli animali	10%	11°
Novità del prodotto	9%	12°
Pubblicità/Consiglio pdv o amici	8%	13°
Confezione riciclabile	8%	14°
Visibilità a scaffale	5%	15°
Altro	2%	
Non saprei	2%	

➤ Efficacia, Profumo e Formato i primi 3 elementi che secondo le persone intervistate guidano le scelte dei consumatori ad oggi

➤ **Rilevante il tema ecologia:** il 4° elemento citato come determinante la scelta è il rispetto dell'ambiente

➤ Inoltre il **54%** degli intervistati **indica almeno un elemento «green»** tra i fattori che ad oggi guidano le scelte d'acquisto dei consumatori

Q: Senza considerare il prezzo e le promozioni, che sappiamo essere molto importanti, quali sono i 3 fattori che secondo te più influenzano le scelte delle persone nell'acquisto di prodotti per la pulizia e detergenza della casa? (Multipla)

Base: Totale campione (casi n. 500)



E TRA 10 ANNI? QUALI FATTORI INFLUENZERANNO LE SCELTE D'ACQUISTO SECONDO I CONSUMATORI



Rispetto dell'ambiente	40%	1°
Prodotto ecologico	36%	2°
Efficacia	36%	3°
Confezione riciclabile	28%	4°
Naturale (no conservanti, coloranti)	25%	5°
Non testato sugli animali	19%	6°
Profumo	19%	7°
Formato/quantità	14%	8°
Ipoallergenico	13%	9°
Marca	10%	10°
Praticità della confezione	9%	11°
Novità del prodotto	8%	12°
Pubblicità/Consiglio pdv o amici	7%	13°
Consistenza del prodotto	6%	14°
Visibilità a scaffale	5%	15°
Altro	2%	
Non saprei	2%	

Chiedendo alle persone di proiettarsi nei **prossimi 10 anni** la situazione cambia: **rispetto dell'ambiente ed ecologia del prodotto** diventeranno i **principali elementi considerati nel processo decisionale**

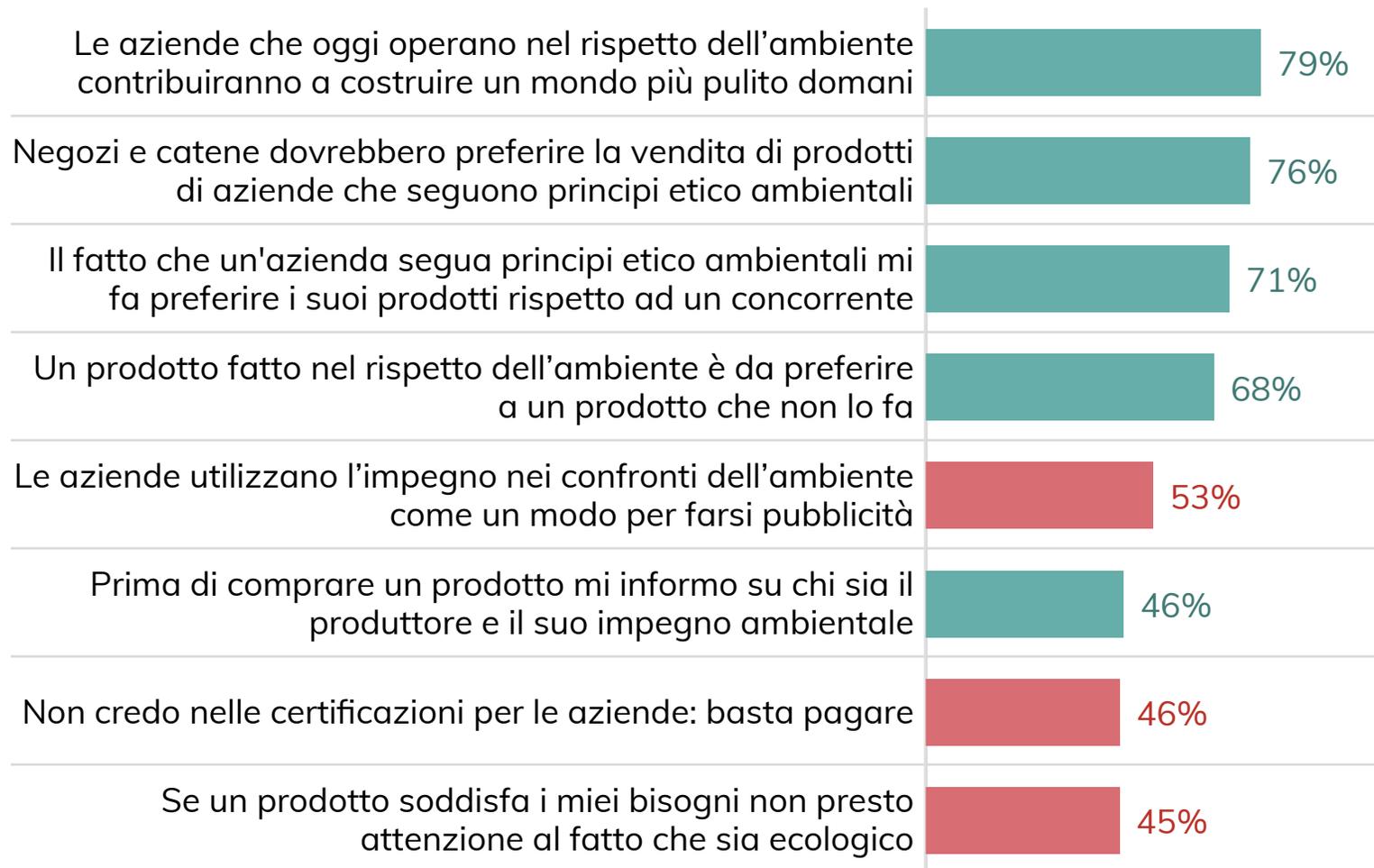
Salta al 79% (dal 54%) la quota di intervistati che indica almeno un elemento «green» tra i fattori di influenza nella scelta

Q: Pensando al mondo tra 10 anni, secondo te quali saranno i 3 fattori che più influenzano le scelte delle persone nell'acquisto di prodotti per la pulizia e detergenza della casa? (Multipla)

Base: Totale campione (casi n. 500)

L'OPINIONE DEI CONSUMATORI RIGUARDO LE AZIENDE CHE MOSTRANO UN IMPEGNO AMBIENTALE, ETICO E SOCIALE

%Top2 – Completamente +Abbastanza d'accordo



Q: Negli ultimi anni si sente parlare dell'impegno delle aziende su tematiche di natura ambientale, etico e sociale. Questo impegno interessa anche le aziende di prodotti per la detergenza della casa. Quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni? (Singola per item, scala 1-5, 1- Per niente d'accordo, 5- Completamente d'accordo)

Base: Totale campione (casi n. 500)



L'OPINIONE DEI CONSUMATORI RIGUARDO LE AZIENDE CHE MOSTRANO UN IMPEGNO AMBIENTALE, ETICO E SOCIALE



%Top2 – Completamente +Abbastanza d'accordo

		User Eco (ultimi 6 mesi)	User Winni's (ultimi 6 mesi)
Le aziende che oggi hanno scelto di operare nel rispetto dell'ambiente contribuiranno a costruire un mondo più pulito domani	79%	83%	91%
I negozi e le catene di distribuzione dovrebbero preferire la vendita di prodotti di aziende che seguono principi etico ambientali	76%	85%	88%
Il fatto che un'azienda abbia e segua dei principi etico ambientali mi fa preferire i suoi prodotti rispetto ad una sua concorrente	71%	81%	85%
Un prodotto fatto nel rispetto dell'ambiente è sempre da preferire a un prodotto che non lo fa, anche se più	68%	77%	80%
Le aziende utilizzano il loro impegno nei confronti dell'ambiente solo come un modo per farsi pubblicità e vendere di più	53%	53%	50%
Prima di comprare un prodotto mi informo sempre su chi sia il produttore e sul suo livello di impegno ambientale	46%	61%	61%
Non credo nelle certificazioni per le aziende: ormai basta pagare e tutti possono averne una	46%	44%	37%
Se un prodotto è di qualità e soddisfa i miei bisogni non presto attenzione al fatto che sia ecologico	45%	41%	35%

- Circa **8 consumatori su 10 credono nell'utilità delle scelte sostenibili delle aziende** per costruire un mondo più pulito domani
- Nel complesso tuttavia è **ancora piuttosto elevato lo scetticismo verso le aziende** e il loro impegno ambientale e **l'attenzione alla sola prestazione del prodotto al momento della scelta**
- **Chi già acquista Eco e in particolare chi già acquista Winni's ha un'opinione per certi versi diversa e più positiva**

Q: Negli ultimi anni si sente parlare dell'impegno delle aziende su tematiche di natura ambientale, etico e sociale. Questo impegno interessa anche le aziende di prodotti per la detergenza della casa. Quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni? (Singola per item, scala 1-5, 1- Per niente d'accordo, 5- Completamente d'accordo)

Base: Totale campione (casi n. 500); User Eco, ha utilizzato brand eco negli ultimi 6 mesi (casi n. 164); User Winni's ultimi 6 mesi (casi n. 89);



IL MERCATO DEI DETERSIVI ECOLOGICI: QUALE È LA PRIMA MARCA CHE VIENE IN MENTE?



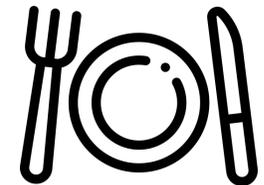
**Winnis[®]
Naturel** 48%

Altro 21%

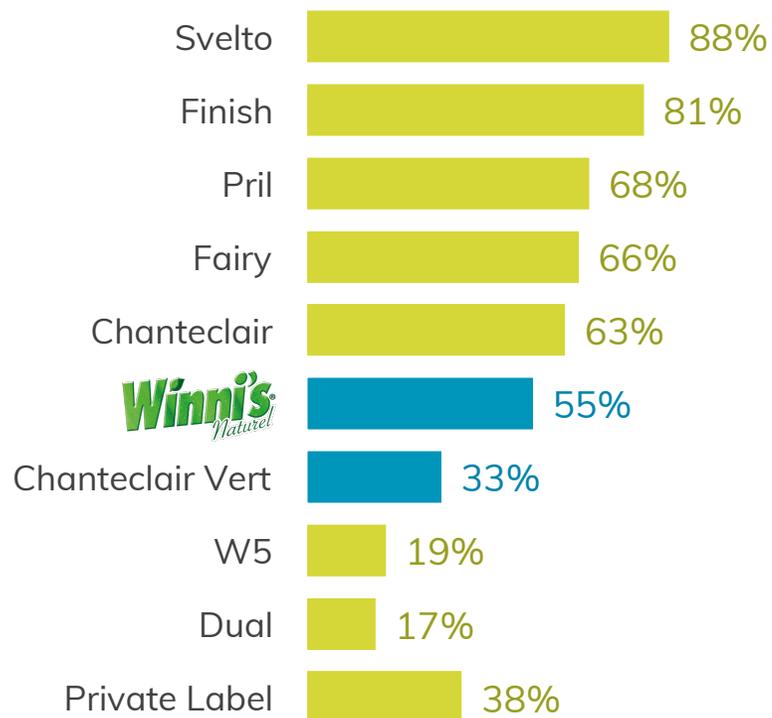
Nessuna/
Non sa 31%



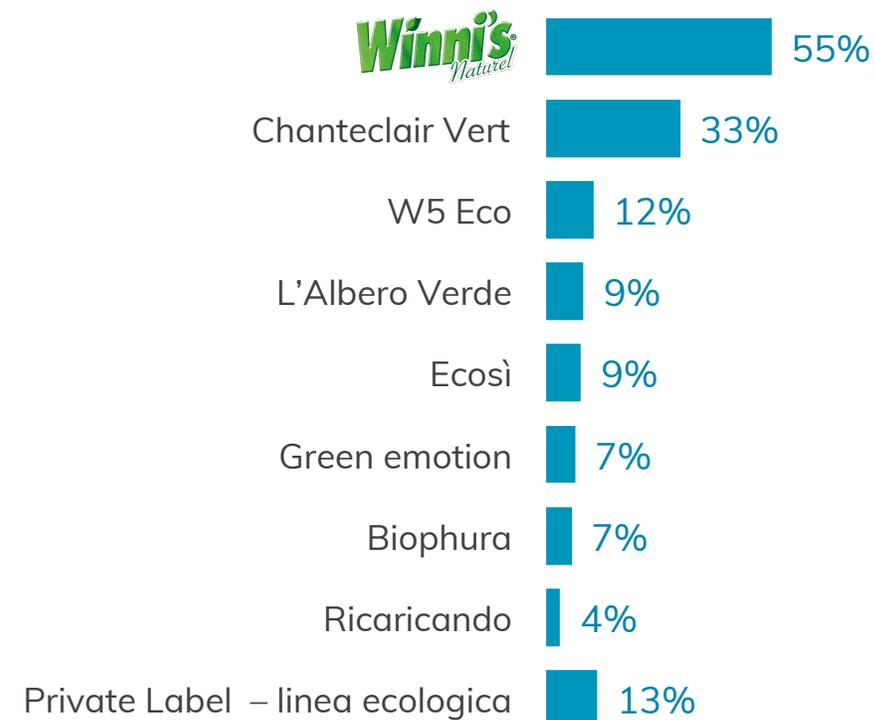
Chanteclair Vert	3%
Dash	2%
Dixan	2%
Svelto	2%
W5 Eco	1%
Napisan	1%
Biophura	1%
Pril	1%
Omino Bianco	1%
Deox	1%
Green Emotion	1%
Verdevero	1%
Private Label	2%
Altro	6%

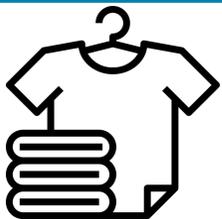


I BRAND DEL MERCATO

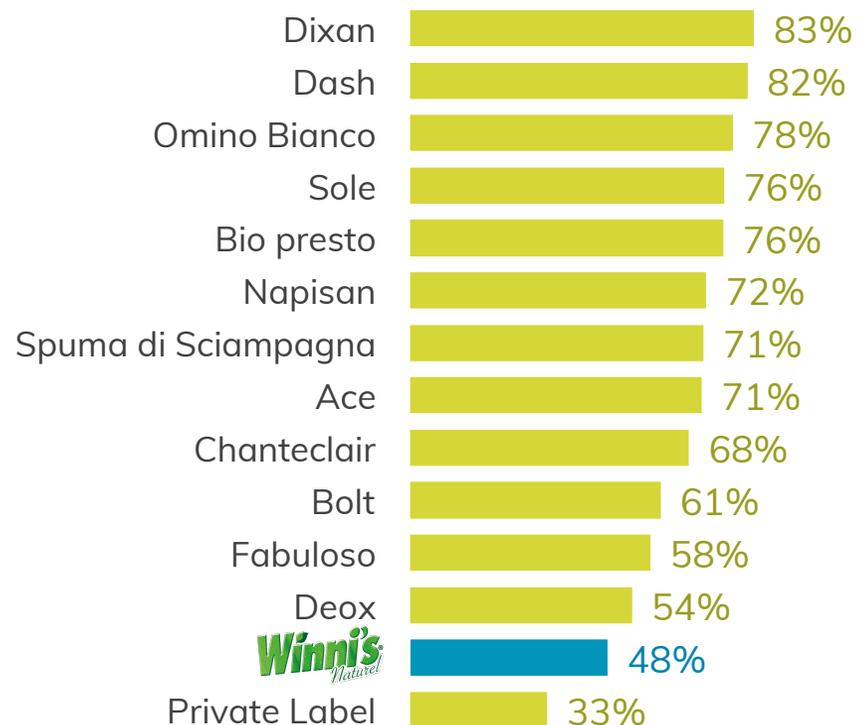


I BRAND ECOLOGICI

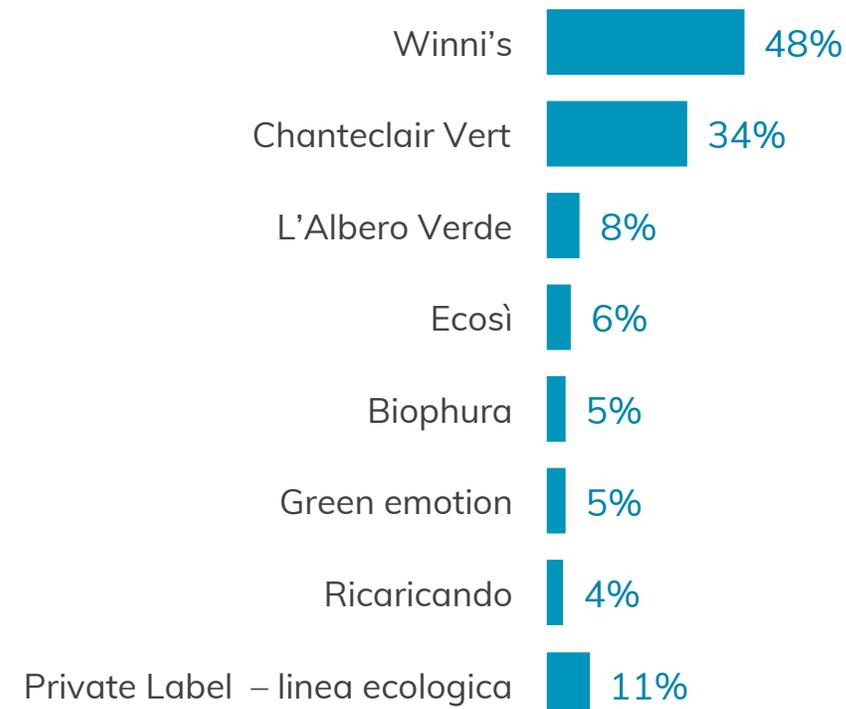




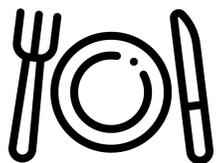
I BRAND DEL MERCATO



I BRAND ECOLOGICI



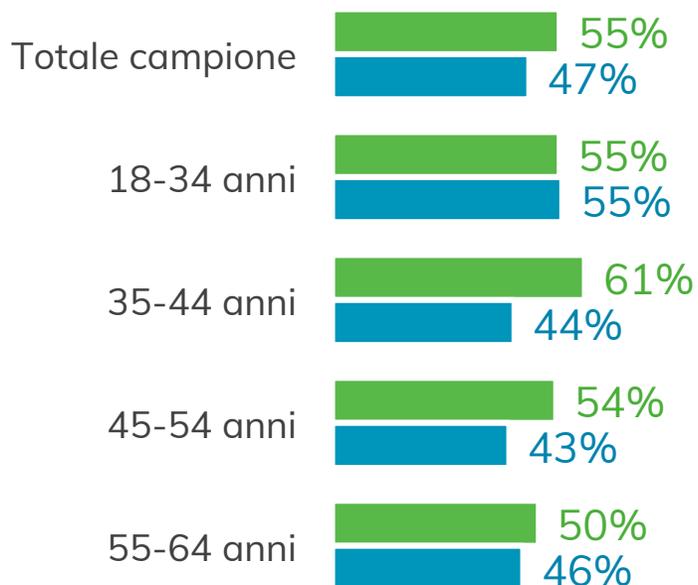
Le persone tra i **18 e i 44 anni** si rivelano quelle con un **maggior livello di conoscenza** di Winni's e dei detersivi ecologici in generale



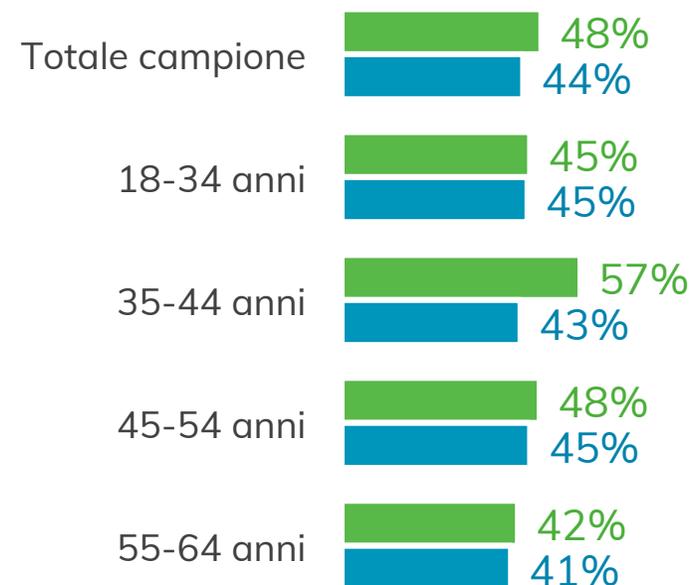
CONOSCENZA



■ Winni's Naturel ■ Altri Brand Eco



■ Winni's Naturel ■ Altri Brand Eco



THANKS

NEXTPLORA s.r.l.

V.le Toscana 13/B 20136 Milano

Tel +39 02 8311131 fax +39 02 83111345