



20-04-2009

Europeanen kiezen voor glas Drie kwart van de gezinnen vindt glas het beste verpakkingsmiddel

Uit een studie bij 6.200 Europese gezinnen die vandaag (20 april 2009) openbaar werd gemaakt blijkt dat drie kwart van de Europese consumenten glas verkiezen als verpakkingsmateriaal voor voedsel en drank. Dit grootschalige onderzoek werd in 12 Europese landen (1) uitgevoerd door InSites Consulting in opdracht van FEVE, de Europese Federatie van Verpakkingsglas (2), en wordt bestempeld als een van de grootste onderzoeken die ooit in de verpakkingsindustrie werd gevoerd.

“Europeanen vinden glas het meest recycleerbare en milieuvriendelijke verpakkingsmateriaal en verkiezen glas omdat het de smaak bewaart en omdat het beschermt tegen besmettingen,” zegt Dominique Tombeur, voorzitter van FEVE. “Het is een belangrijke bevestiging dat de consumenten glas beschouwen als de verpakking die, meer dan andere materialen, waarde aan een product toevoegt.”

De groene keuze

De helft van de ondervraagde personen vindt dat glas een positievere invloed heeft op het milieu dan andere verpakkingsmaterialen zoals plastic, metalen blikjes en karton. Glas werd helemaal bovenaan geplaatst in de lijst met milieuvriendelijke verpakkingsmaterialen. De ondervraagde personen baseerden zich daarvoor op het feit dat glas voor 100 procent recycleerbaar en herbruikbaar is.

Negen op tien Europeanen weten dat glas eendeloos gerecycleerd kan worden zonder dat daarbij aan kwaliteit of prestaties wordt ingeboet: 82 procent van de consumenten beweert actief en bewust te recyclen. Duitsland en Oostenrijk zijn de koplopers met meer dan 90 procent van de gezinnen die hun flessen en potten naar de glascontainer brengt.

“Gezonder, smakelijker, stijlvoller”

Uit het onderzoek blijkt dat de meeste consumenten zich zorgen maken over het feit dat bepaalde verpakkingsmaterialen schadelijk kunnen zijn voor de voedingsmiddelen en dranken die ze kopen. Zesennegentig procent van de kopers is overtuigd dat glas het beste verpakkingsmateriaal is om de originele smaak en voedingswaarde van hun voedingsmiddelen en dranken te bewaren. En 48 procent zegt dat glas in termen van gezondheid het veiligste verpakkingsmateriaal is.

Consumenten associëren ook prestige met voedingsmiddelen en dranken die in glas verpakt zijn. Zesentachtig procent van hen vindt dat glas de ervaring van een ‘bijzondere gelegenheid’ versterkt en de producten een hogere toegevoegde waarde schenkt. Die consumenten zouden glas aan anderen aanbevelen als het beste verpakkingsmateriaal.

Naast die belangrijke redenen die ervoor zorgen dat de consument voor glas kiest, zegt meer dan 85 procent van de Europese consumenten dat ze zich geen bijzondere gelegenheid kunnen inbeelden zonder glas als favoriete verpakking.

Geef consumenten een keuze

Uit het onderzoek blijkt dat consumenten zich bij hun keuze meer en meer laten leiden door gezondheids- en milieuoverwegingen dan door comfort: vijfenveertig procent van de Europese consumenten zei dat, indien ze de keus hadden in hun lokale kruidenierswinkel, ze zouden kiezen voor glasverpakkingen voor hun water en fruitsappen, bijvoorbeeld.

Dominique Tombeur merkt op: “Consumenten houden van glas, ze waarderen het en kiezen voor glas wanneer ze kunnen. Met onze nieuwe campagne “Glass is the Clear Choice” proberen we merkeigenaars en verkopers aan te moedigen om een grotere keuze aan producten die verpakt zijn in glas aan te bieden om beter te voldoen aan de behoeftes van de consument.”

Persbericht - 20-04-2009

Als antwoord op de onderzoeksresultaten lanceert de glasverpakkingsindustrie de "Friends of Glass"-beweging. Dit is een actief sociaal netwerk dat mensen verenigt die vinden dat glas de heldere keuze is voor henzelf, hun familie en het milieu. Een geanimeerd online platform ondersteunt de beweging die zich bezighoudt met gezondheid en welzijn, recyclage- en milieukwesties, glaskunst en -ontwerp en een tijdreis doorheen 5000 jaar glasgeschiedenis. In 2009 staan er activiteiten en informatieacties gepland naar aanleiding van de eerste "Choose Glass Week" in het najaar. Word lid op www.friendsofglass.com

(1) <http://www.feve.org/FEVE-Survey-Result.html>

(2) www.feve.org

Achtergrond en feiten

1. Landen waarin dit onderzoek werd gevoerd

Oostenrijk, Tsjechië, Frankrijk, Duitsland, Griekenland, Italië, Polen, Portugal, Nederland, Spanje, Turkije, Verenigd Koninkrijk

2. Wat is FEVE?

FEVE – Fédération Européenne du Verre d'Emballage – is de Federatie van Europese producenten van glasverpakking en machinaal gemaakt glazen tafelgerei. De bedrijven die lid zijn, produceren glazen flessen, potten en/of tafelgerei zoals drinkglazen in de Europese Unie, Zwitserland en Turkije. Europa is de grootste producent van glasverpakkingen ter wereld.

3. Rol van FEVE

De federatie vertegenwoordigt de glasverpakkingssector op internationaal en vooral op Europees niveau en treedt op als een forum om gemeenschappelijke kwesties te onderzoeken. FEVE houdt een dialoog in stand met de Europese instellingen en agentschappen over milieu-, handels- en andere belangrijke kwesties. De federatie bevordert glasverpakking en glasrecyclage als aanvulling bij de activiteiten van de glassector op nationaal niveau. Voor meer informatie, surf naar

www.feve.org

4. Onderzoeksmethodologie

Wat? Kwantitatief onderzoek door InSites (een onafhankelijk onderzoeksbureau) door middel van een online enquête. De bedoeling was inzicht te verschaffen in de kennis, de houding en het gedrag van de consument met betrekking tot glas als verpakkingsmateriaal in verhouding tot andere verpakkingsmaterialen. De verpakkingsmaterialen die vergeleken werden, waren: glas, plastic, drankkartons, metalen drankblikjes en metalen en tinnen conserven.

Wie? Het onderzoek werd bij 6.200 consumenten uit 12 Europese landen gevoerd (meer dan 500 respondenten per land): Oostenrijk, Tsjechië, Frankrijk, Duitsland, Griekenland, Italië, Nederland, Polen, Portugal, Spanje, Turkije, VK. De leeftijd van de correspondenten varieerde tussen 18 en 54 jaar.

Wanneer? De dataverzameling vond plaats tussen 4 en 14 september 2008.

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 75 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op onze site www.insites.eu en onze blog <http://blog.insites.be>

5. Over de “Friends of Glass”-beweging

“Friends of Glass” is een beweging die mensen verenigt die vinden dat glas de heldere keuze is voor henzelf, hun familie en het milieu. “Friends of Glass” werd opgestart door FEVE. www.friendsofglass.com

Link naar Vragen en Antwoorden over de “Friends of Glass”-beweging <http://www.feve.org/QAFriendsofglass.pdf>

.....

Contact

Voor meer informatie over het Europese onderzoek of de “Friends of Glass”-beweging kan u contact opnemen met:

Michael Delle Selve, Communications and Operations Manager, FEVE
E-mail: m.delleseve@feve.org, Tel: +32 (0)2 536 00 82

Dennis Claus, Senior Research Consultant, InSites Consulting
E-mail: dennis.claus@insites.eu, Tel: +32(0)9 269 15 02

Voor meer informatie over de onderzoeksresultaten per land of de “Friends of Glass”-beweging kan u contact opnemen met de volgende woordvoerders:

Oostenrijk
Andrea Hartung, Glasforum Österreich
E-mail: a.hartung@kommunikationspr.at, Tel: +43 (0)187 74 804-0

België
Roland Deridder, F.I.V.
E-mail: roland.deridder@vgi-fiv.be, Tel: +32 (2) 542.61.26

Tsjechië
Petr Stoklasa, Hauska & Partners s.r.o.
E-mail: petr.stoklasa@hauska.cz, Tel: +420 221 592 450

Estland
Aive Levandi, LH Concept
E-mail: aive@lhconcept.ee, Tel: +372 52 44 646

Frankrijk
Michel Gardes, Fédération des Chambres Syndicales de l'Industrie du Verre
E-mail: michel.gardes@fedeverre.fr, Tel: +33 1 42 65 60 02

Duitsland
Dorothee Richardt, Fachvereinigung Behälterglasindustrie
E-mail: richardt@bvglas.de, Tel: +49 (0)211 4796-331

Persbericht - 20-04-2009

Griekenland

Nikolaos Papadopoulos, Yioula Glassworks

E-mail: npapadopoulos@yioula.gr, Tel: +30 210 54 03 700

Hongarije

Eva Karpati-Grey, MMD E&CE

E-mail: eva.karpati.gray@mmdcee.com, Tel: +36 1 266 7833

Italië

Laura Fagotti, Assovetro

E-mail: laura.fagotti@assovetro.it, Tel: +39 06 487 11 30

Polen

Barbara Macialczyk, Ardagh Glass

E-mail: barbara.macialczyk@ardaghglass.com, Tel: +353 160 52 424

Portugal

Isabel Valente, AIVE

E-mail: isabelvalente@netcabo.pt, Tel: +351 21 354 98 10

Nederland

Robert van Notten, Stichting Duurzaam Verpakkingsglas

E-mail: robert.vannotten@duurzaamglas.nl, Tel: +31 183 40 60 30

Slowakije

Petr Stoklasa, Hauska & Partners s.r.o.

E-mail: petr.stoklasa@hauska.cz, Tel: + 420 221 592 450

Spanje

Juan Martin Cano, ANFEVI

E-mail: asociacion@anfevi.com, Tel: +34 91 561 01 75

Zwitserland

Elisabeth Boner, Vetropack Holding AG

E-mail: elisabeth.boner@vetropack.ch, Tel: +41 44 8633 305

Verenigd Koninkrijk

David Workman, British Glass

E-mail: d.workman@britglass.co.uk, Tel: +44 114 290 18 50