

CFA

Comité Français des Aérosols

Mon Ami l'Aérosol L'image des Aérosols

ANALYTICAL REPORT

Sommaire

CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE - MÉTHODOLOGIE

Préambule :

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?
Terminologie, définition, univers

CHAP. 1 : LES PROFILS D'UTILISATEURS D'AÉROSOLS

- Les critères permettant de définir les profils
- Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol
- L'évolution du comportement

• [page 17](#)

CHAP. 2 : LES ATOUTS PERÇUS

- Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion
- La graduation de l'importance de l'aérosol : superficiel, légitime ou indispensable
- Les points forts généraux

• [page 26](#)

CHAP. 3 : LES FREINS

- Le packaging : design et utilisation
- La sécurité : contenu et contenant
- L'écologie : craintes et croyances

• [page 57](#)

CHAP. 4 : QUELLE ÉVOLUTION POUR L'AÉROSOL ?

- Les innovations packaging : formes et dimensions
- La transparence
- Le secteur alimentaire

• [page 67](#)

SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS

• [page 79](#)



Contexte de l'étude

A l'heure actuelle, le conditionnement en aérosol concerne de nombreux produits et de multiples secteurs :

- Cosmétique
- Entretien, ménage
- Médical
- Automobile
- Artisanat, jardinage, bricolage
- Alimentaire

Une étude avait été réalisée en 2002, permettant de mettre en évidence les freins psychologiques à l'utilisation.

Aujourd'hui, le CFA (Comité Français des Aérosols) souhaite connaître :

- **l'évolution de l'opinion des consommateurs français sur ce type de conditionnement**
- **mettre en exergue les avantages et les inconvénients de ce type de conditionnement à l'utilisation**



Objectifs de l'étude

L'étude a rempli plusieurs objectifs :

- 1) Établir un panorama des différents types d'aérosols utilisés par les consommateurs et des précautions d'emploi associées
- 2) Comprendre l'image de ce conditionnement au global et suivant le secteur d'utilisation
- 3) Dégager les points forts et les freins relatifs à l'utilisation des aérosols en soi et en fonction du produit contenu

Comparer, en terme d'utilisation, l'aérosol à d'autres types de conditionnement pour le même produit
- 4) Recueillir les impressions sur des innovations et de nouvelles idées de déclinaison des aérosols (transparence, formes, secteur alimentaire...) déjà existantes sur les marchés étrangers.



La méthodologie

6 réunions de groupe (7 à 10 personnes) de 3 h 00
auprès d'utilisateurs d'aérosols (50 % hommes / 50% femmes)

DIJON

26-40 ans
20 novembre

41-60 ans
20 novembre

MARSEILLE

18-25 ans
24 novembre

26-45 ans
23 novembre

PARIS

18-25 ans
29 novembre

26-45 ans
28 novembre

Groupe 1

Dijon 20 novembre • 40-60 ans

	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Corinne	42 ans	Ruffey les Echirey 21490	Réceptionniste	Mariée + 2 enfants
2	Caroline	45 ans	Plombière les Dijon 21 370	Sans	Divorcée + 2 enfants
3	Christine	45 ans	Chenove 21300	Technicien expert chauffage	En couple
4	Dominique	48 ans	Marsannay-le- Bois 21380	Réalisatrice vidéo	Mariée + 2 enfants
5	Joëlle	52 ans	Daix 21121	Technicienne presse	Célibataire + 1 enfant
6	Henry	52 ans	Saint Apolinaire 21850	Technicien industriel	Marié + 2 enfants
7	Marie-Hélène	57 ans	Marsannay-le- Bois 21380	Retraité (institutrice)	Mariée + 2 enfants
8	Bernard	58 ans	Dijon 21000	Ingénieur à l'université (recherche alimentaire)	Marié + 2 enfants
9	Jean	60 ans	Dijon 21000	Retraité (éducateur)	Marié



Groupe 2

Dijon 20 novembre • 26-35 ans



	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Valérie	35 ans	Bretenièrre 21110	Cadre	Mariée + 2 enfants
2	Candy	25 ans	Val Suzon 21121	Sans (CAPES espagnol)	En couple
3	Céline	26 ans	Dijon 21000	Étudiante en communication	Célibataire
4	Charles	27 ans	Dijon 21000	Saisonnier restauration	Célibataire
5	Denis	26 ans	Dijon 21000	Étudiant en master (média)	En couple
6	James	26 ans	Dijon 21000	Étudiant en licence pro	Célibataire
7	Laurent	31 ans	Dijon 21000	Informaticien	Célibataire

Groupe 3

Marseille 23 novembre • 26-45 ans

	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Diane	28 ans	Marseille 13009	Aide soignante	Mariée + 2 enfants
2	Mélanie	28 ans	Marseille 13010	Étudiante en art plastique	Célibataire
3	Mehdi	30 ans	Marseille 13015	Aide magasinier	En couple
4	Claire	32 ans	Aix En Provence 13100	Secrétaire éducation nationale	Célibataire
5	Christophe	32 ans	Marseille 13	Technicien supérieur du ministère de l'équipement	Célibataire
6	Sandrine	34 ans	Miramas 13140	Sans	Célibataire
7	Laurence	44 ans	Marseille 13006	Sans	Mariée + 2 enfants
8	Jean-Louis	45 ans	Marseille 13	Infirmier	Marié + 2 enfants



Groupe 4

Marseille 24 novembre • 18-25 ans

	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Élodie	18 ans	Marseille 13006	Étudiante en fac de médecine	Célibataire
2	Loïc	19 ans	Marseille 13004	Étudiant en sanitaire et social	Célibataire
3	Fiona	20 ans	Marseille 13004	Étudiante formation assistante sociale	Célibataire
4	Damien	20 ans	Marseille 13004	Étudiant compta	En couple
5	Nicolas	20 ans	Marseille 13009	Étudiant en école de commerce	Célibataire
6	Florian	21 ans	Aix en Provence 13100	Étudiant éco	Célibataire
7	Jonathan	21 ans	Marseille 13007	Étudiant en immobilier	Célibataire
8	Cécilia	22 ans	Aix en Provence 13100	Étudiante en deug anglais	Célibataire
9	Sandrine	24 ans	Aix en Provence 13100	Étudiante en licence d'italien	Célibataire
10	Nadège	25 ans	Marseille 13015	Cadre fonction publique territorial	En couple



Groupe 5

Paris 28 novembre • 26-45 ans

	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Rivka	26 ans	Paris 19	Mère au foyer	Mariée + 1 enfant
2	Maalem	26 ans	Courbevoie 92	Gestionnaire commerciale	En couple
3	Joan	27 ans	Paris 20	Comptable	Célibataire
4	Annabelle	30 ans	Paris 10	Artiste peintre	En couple
5	Laurent	33 ans	Saint-Ouen 93	Gestionnaire immobilier	Marié
6	Franck	35 ans	Chatillon 92	Agent de sécurité	Marié
7	Jérôme	37 ans	Ablon 94	Comptable	Marié
8	Anne-Elisabeth	40 ans	Paris 16	Ingénieur culturel	Célibataire
9	Marie-Laure	43 ans	Le Kremlin-Bicêtre 94	Agent administratif dans l'informatique	Mariée + 2 enfants
10	Aline	44 ans	Bourg la reine 92	Professeur d'informatique	Mariée + 2 enfants



Groupe 6

Paris 29 novembre • 18-25 ans

	Prénom	Age	Ville + Code Postal	Profession	Situation Familiale
1	Alexandre	19 ans	Paris 20	Lycéen	Célibataire
2	Estelle	20 ans	Colombes 92	Étudiante en architecture d'intérieur	Célibataire
3	Amaury	20 ans	Paris 14	Étudiant infirmier	Célibataire
4	Marie	20 ans	Paris 7	Étudiante en orthophoniste	Célibataire
5	Aurélie	21 ans	Anthony 92	Étudiante en alternance (assistante de communication)	Célibataire
6	Adèle	21 ans	Paris 17	Étudiante en mathématiques	Célibataire
7	Thierry	21 ans	Nanterre 92	Étudiant en finances	Célibataire
8	Slimane	21 ans	Paris 12	Étudiant en logistique	Célibataire
9	Johann	23 ans	Pontault Combault 77	Apprenti mécanicien auto	Célibataire
10	Emilie	25 ans	Paris 20	Informaticienne	Divorcée



Préambule

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?

Concrètement

Les utilisateurs identifient 3 éléments leur permettant de reconnaître un aérosol



L'opacité et l'aspect métallique



C'est le critère le plus logique pour les consommateurs : un aérosol ne permet pas de voir le contenu

«Un aérosol n'est jamais transparent»
«On ne voit pas ce qu'il y a dedans»



Sans précisément définir le type de métal, les utilisateurs reconnaissent également un aérosol par le matériau et la bande argentée laissant apparaître le métal

«On voit sur le côté que c'est en métal»



«C'est la même matière»
«C'est en acier»
«C'est argenté»
«C'est froid au contact»



Le «bruit» du gaz

Une définition du «pshit» qui est inhérente à ce conditionnement

«Le petit bruit que fait le gaz en sortant»
«Il y a toujours un bruit qui dit qu'il y a du gaz dedans»
«On entend l'air qui sort»

Ainsi que la continuité de la pulvérisation

«Ça sort en continu tant qu'on n'enlève pas le doigt»
«Quand on appuie une fois le bruit dure»



La forme cylindrique

Facilement reconnaissable

«C'est toujours cylindrique»
«Un aérosol a une forme arrondie»
«La forme est toujours pareille»

Préambule

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?

Concrètement

**Les terminologies employées sont variées,
mais le terme aérosol n'est quasiment jamais prononcé au quotidien**

«Aérosol ce n'est pas facile à dire» «On ne pourrait pas dire aérosol, ce n'est pas joli» «Aérosol ça fait éducatif»



Spray

Alors que ce terme désigne un conditionnement différent de l'aérosol, il est fréquemment employé pour ce dernier
«Un spray pour la gorge»
entraînant de nombreuses confusions avec les produits présentés sous forme de pistolets

Beaucoup de consommateurs désignent également l'aérosol par le terme «pshit»

«Je dis est-ce que tu as ton déo en pshit»

Bombe

Très fréquemment utilisé, surtout dès que les contenus présentent des dangers ou des risques toxiques

«Une bombe insecticide»
«Une bombe de peinture»
«Une bombe anti crevaison»
«Moi je dis bombe pour les produits dangereux»

La dénomination du produit ou de la marque

Très souvent, le produit est étroitement associé à l'aérosol
Le consommateur parle de «brumisateur», de «Décap'four», de «Pliz» mais pas d'aérosol
«Au quotidien j'appelle l'aérosol par la marque»



Préambule

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?

Emotionnellement

Les premières associations liées à l'aérosol en blind se focalisent sur

La froideur

L'aérosol en soi n'est pas porteur d'affect, ce qui explique un univers très aseptisé

«C'est épuré» «sans fantaisie»
«cubique»
«Trop propre, trop carré»
«Ils s'ignorent»

La Toxicité

L'opacité du conditionnement et la nocivité fréquente du contenu entraînent des évocations liées à un monde peu naturel et industriel

«Sans vie»
«Des personnes avec des masques»
«C'est chimique»

La rapidité

Un premier univers focalisé sur cet aspect du conditionnement : aller plus vite

«Tout est chronométré»



Préambule

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?

Emotionnellement

Après avoir passé en revue tous les aérosol utilisés, l'univers évocatoire s'humanise et se remplit de sensations plus positives liées à l'apport de ce conditionnement au jour le jour



Modernité

L'univers passe d'une austérité froide à un monde futuriste et high tech

«La défense, avec des tours immenses»

«La robotique», «Le tertiaire»

«Ils sont interconnectés en Wifi»

Parfois confinant à la superficialité

«Des blondes siliconées»

Fonctionnalité

Un univers d'efficacité, où le temps est compté et optimisé

«Le monde d'aujourd'hui avec des cadres, des gens pressés»

«Tout est organisé, ça fonctionne»

Proximité

L'univers se colore, devient plus attachant. Le territoire décrit se rapproche d'une vie plus attractive

«Il y a des fleurs»

«C'est plus coloré»

«Quelques arbres»

«Finalement il y a de la verdure quand même»



Préambule

Qu'est-ce qu'un aérosol pour les consommateurs ?



**Les consommateurs savent reconnaître un aérosol
mais nomment rarement le conditionnement au quotidien**

L'aérosol doit être porté par une marque ou un produit

- En soi, il est porteur d'évocations peu attractives
- Mis en relation avec des produits, il revêt d'emblée une importance forte dans le quotidien des consommateurs



Chapitre 1

Les profils d'utilisateurs d'aérosols

- 
- A.** Les critères permettant de définir les profils
 - B.** Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol
 - C.** L'évolution du comportement



A.

Les critères permettant de définir les profils

Trois critères permettent de comprendre les différences de comportement face à l'aérosol

La nature des besoins

Les attitudes des consommateurs face à l'aérosol dépendent fortement

- du caractère et de la diversité de leurs activités telles que le ménage et le bricolage
- mais aussi de la présence d'enfants à leur domicile

L'âge

C'est un facteur important pour comprendre les différents profils d'utilisateurs :

- Ceux qui ont connu les tâches ménagères sans les aérosols et
- Ceux qui ont toujours vécu avec ce conditionnement

La conscience et le choix du packaging

Les consommateurs ne recherchent pas tous de manière consciente une facilitation de leur gestuelle et de leur quotidien

- Cette conscience est un critère dépendant fortement de la nature des besoins et de l'âge



A.

Les critères permettant de définir les profils

Globalement, il est possible de distinguer trois types d'attitude conduisant à des comportements différents

Ceux qui réfléchissent en terme de bénéfice

L'aérosol apporte des avantages utilitaires

«C'est un conditionnement pratique»
«Il y en a pour soigner, pour nettoyer, pour décorer...»

Ceux qui se laissent guider

Le choix n'est pas raisonné, ils utilisent ce qu'on leur propose sans réel arbitrage

«J'achète le produit dont j'ai besoin, pas parce qu'il est en aérosol»

Ceux qui sont séduits

Des éléments tels que l'aspect ludique, le design, l'esthétique ou l'innovation en général peuvent faire basculer l'appréciation d'un produit et d'un conditionnement

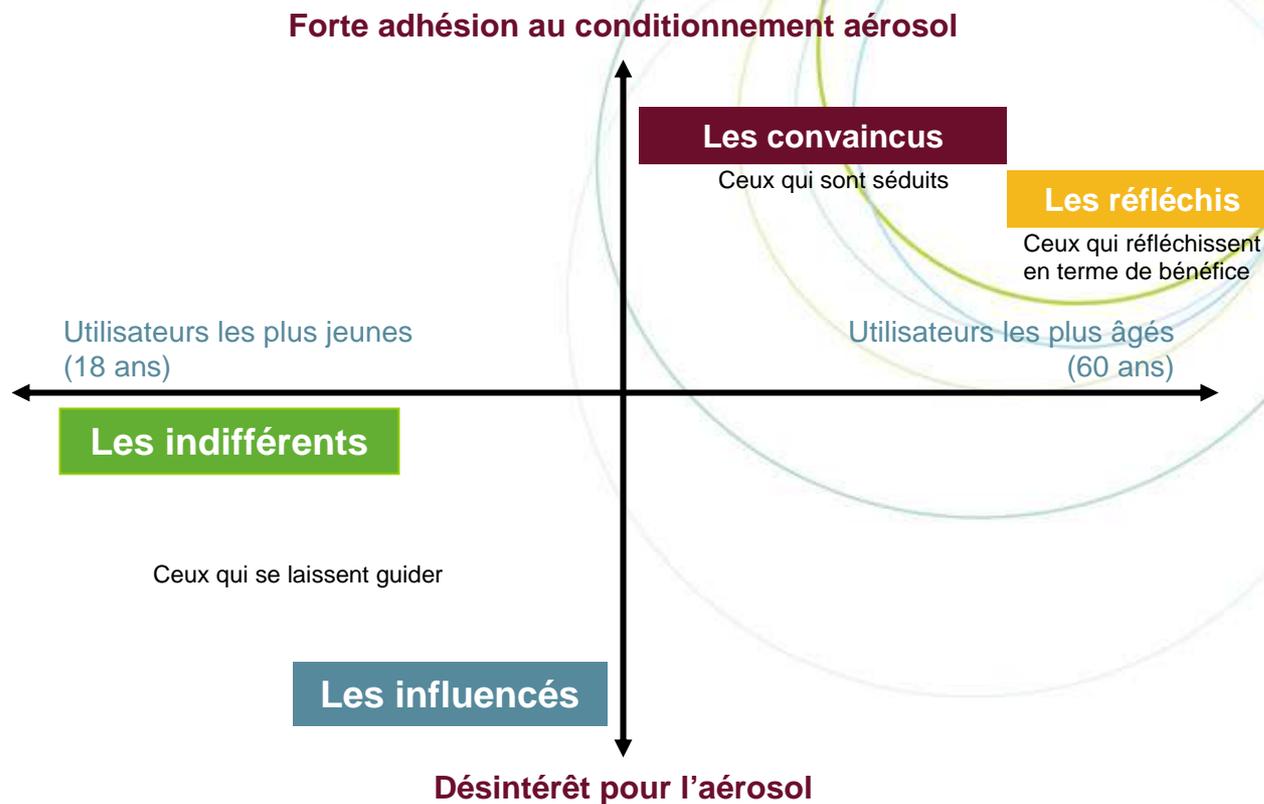
«Pour plein de domaines c'est amusant, c'est vite fait, hop !»

Le croisement de ces trois critères principaux associés aux différentes attitudes permettent de distinguer 4 profils d'utilisateurs d'aérosols



B.

Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol



B.

Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol

Les indifférents

18-25 ans

«Il y a certains produits que j'utilise de manière mécanique»

Les utilisateurs les plus jeunes qui ont peu conscience de l'avantage des aérosols

Une utilisation quotidienne dépourvue de volontarisme

L'aérosol n'est pas critiqué, il est juste intégré dans le quotidien sans que son utilisateur ait conscience des avantages

Une utilisation machinale

«Je n'ai pas envie d'en avoir plus» «C'est un besoin naturel dans ma vie quotidienne»

Peu de conscience du bénéfice associé au conditionnement

«C'est juste un petit plus» «S'il n'y en avait plus ça m'embêterait mais je m'adapterais»

Des personnes qui se laissent guider par l'offre des marques pour les produits dont ils ont besoin

«J'achète le produit et pas un aérosol»

Des jeunes utilisateurs qui utilisent quotidiennement l'aérosol sans intégrer les avantages qu'ils en retirent. Ils sont peu impliqués dans les tâches ménagères et réfléchissent peu en terme de bénéfice produit.

Il leur manque un attrait supplémentaire, au niveau du design ou de l'utilisation qui puisse rendre ce conditionnement motivant.



B.

Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol

Les influencés

Des jeunes utilisateurs, influencés à deux niveaux

20-25 ans

Familial

«On a été conditionnés étant petits»

Ils restent dans la croyance que l'aérosol peut être nocif, sans savoir exactement pourquoi et comment.

C'est un discours parental entendu dans leur enfance et qui n'a pas été dépassé

«On sait que c'est pas bien»

Leurs justifications sont floues

«S'il n'y a plus de saisons aussi, ça vient de là»

Sociétal

«Le mouvement aujourd'hui, c'est de revenir à des trucs traditionnels»

Ils sont sensibles aux modes et à l'air du temps, propice à un discours prônant le retour au naturel.

La revendication d'un conditionnement utilitaire va à l'encontre du naturalisme et s'associe à une «consommation à outrance»

«Ce n'est pas indispensable en soi, c'est un confort, on peut s'en passer»

Les «influencés» ont peu de besoins en termes d'activités ménagères, familiales et possèdent rarement de voiture
L'aérosol ne vient pas combler de manque en terme de praticité

Ils n'ont pas conscience des avantages concernant les aérosols qu'ils utilisent, totalement inclus dans leur vie quotidienne
Un profil d'utilisateurs en retrait du conditionnement, plus par souci de l'image sociale que pour des raisons objectives et concrètes de rejet



B.

Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol

Les réfléchis

35-60 ans

«S'il y a une possibilité, je prendrai le manuel, pas le sophistiqué»

Des utilisateurs qui mettent en balance différents conditionnements

Une utilisation maîtrisée et un choix justifié

Ces utilisateurs réfléchissent en terme de bénéfice

- Ils reconnaissent les avantages liés aux aérosols, mais se renseignent sur les inconvénients possibles liés notamment aux types de gaz ou au recyclage
«Je regarde quel gaz est utilisé pour pulvériser le produit»
- Ils sont utilisateurs d'aérosols pour l'utilité incontestée, ayant des besoins multiples : ménage, bricolage, santé...
«C'est difficile de s'en séparer»

Il ne s'agit pas d'une facilitation générale de leur gestuelle, l'aérosol doit apporter un plus réel comparé à un autre conditionnement pour le même produit

«Si j'ai la possibilité d'utiliser quelque chose de manuel je ne prends pas le sophistiqué»

Des utilisateurs matures tant sur le plan de l'âge que sur l'angle d'approche de ce conditionnement choisi pour des avantages concrets



B.

Les profils d'utilisateurs et leur comportement face à l'aérosol

Les convaincus

30-45 ans

«C'est un plus incontestable»
Des inconditionnels de l'aérosol

Une utilisation fréquente et surtout recherchée

Ces consommateurs se font séduire par l'aérosol qui constitue une réelle avancée

Au niveau de l'utilité associée : ils sont conscients des avantages apportés dans leur vie quotidienne et ce dans tous les domaines d'application

«C'est un conditionnement qui me simplifie la vie»

- La simplification apportée par l'aérosol a majoritairement pris le pas sur les autres conditionnements

«Pour le ménage je ne peux plus m'en passer»

Ils s'animent quand ils parlent du conditionnement aérosol, source d'un réel attachement

«S'il n'y en avait plus, je serais vraiment mal !»

- Pour les «convaincus», la vie sans aérosol serait pénible

«Le quotidien serait une corvée» «Ça serait contraignant, fatiguant» «ça me perturberait dans ma vie quotidienne» «Je ne pourrais pas m'en passer, je passerais beaucoup plus de temps sur tout»

Ce profil d'utilisateurs est séduit, aussi bien par les avantages concrets associés au conditionnement que par les innovations : ils sont à l'affût de nouveaux produits, particulièrement en terme de conditionnement

Les «convaincus» sont les plus conscients des avantages liés à l'aérosol



C.

L'évolution du comportement

Des inconditionnels de l'aérosol

Les influencés



Ils se replient sur leurs croyances sans évoluer

Les indifférents



Ils utilisent les aérosols à la même fréquence sans en avoir conscience

Les réfléchis



Ils se tiennent au courant des évolutions dans la composition des aérosols

Les convaincus



Ils sont attirés par la facilitation et l'aspect ludique de l'aérosol

Il leur manque un attrait supplémentaire : une utilisation plus ludique ou une image sociale valorisante

Ils reconnaissent l'utilité de l'aérosol et sont sensibles aux évolutions de ce conditionnement



Globalement, les profils d'utilisateurs les plus jeunes verbalisent peu de motivations pour utiliser l'aérosol. Ils sont nés avec et ne se posent pas de questions sur son utilité

- Ce sont des consommateurs qui ont avant tout besoin de nouveauté, d'une entrée ludique ou socialement valorisante pour adhérer à un produit ou à un conditionnement



Chapitre 2

Les atouts perçus

A. Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion

B. La graduation de l'importance de l'aérosol :
superficialité, légitimité ou progrès

C. Les points forts généraux



A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion

Le degré d'importance et d'adhésion accordé à l'aérosol dépend de quatre axes

La texture

- L'aérosol est différemment considéré suivant qu'il contienne du liquide, de la crème ou de la mousse

La nocivité

- Les avantages sont intrinsèquement liés à la dangerosité du produit contenu : le caractère indispensable de l'aérosol, notamment de l'absence de contact avec le produit sera différent si le produit est très nocif ou s'il est inoffensif

La présence de produits «versus»

- Pour certains produits, trouver une alternative à l'aérosol est difficile voire impossible. Les atouts de ce conditionnement sont donc bien plus mis en valeur dans les cas où un produit ne peut pas être utilisé sous une autre forme

L'étendue et l'accessibilité de la zone à traiter

- La superficie est un critère important dans l'adhésion au conditionnement, de même que la difficulté à atteindre l'endroit qui doit être ciblé



A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion



La crème



La texture la moins intéressante pour l'aérosol :

- La diffusion ne permet pas d'amélioration notable
- Le produit doit tout de même être étalé
«J'en aurai de toutes façons plein les mains»



La mousse



Une légitimité pour l'aérosol qui permet d'obtenir une texture différente

- La mousse ne peut pas être réalisée par un autre moyen
«Je ne me vois pas faire ma mousse avec mon blaireau le matin»
- L'attrait dépend aussi fortement de la nécessité, parfois peu évidente, que le produit soit une mousse (cf. gel douche vs mousse de douche)
«Il n'y a pas grand avantage, les aérosols ne sont pas assez grands et ça part très vite»

Le liquide



C'est la texture la plus légitime pour l'aérosol

- Le conditionnement apporte une diffusion aérienne et une propulsion impossibles par un autre biais
«Il n'y a que l'aérosol qui permette de propulser du liquide»

La texture

A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion



Aucune



Le conditionnement aérosol peut être intéressant lorsque le produit est inoffensif si :

- La texture est liquide
- Le contenu doit être appliqué dans un endroit peu accessible
- Le produit ne dispose pas de versus



Moyenne



Même si le produit n'est pas dangereux en soi, il est intéressant de ne pas entrer en contact avec certains produits, salissants ou peu agréables à toucher

- **Lorsqu'on ne veut pas toucher le produit**
«Avec le dépeussierant c'est l'idéal, on n'en a pas plein les mains»

La nocivité

Importante



L'aérosol permet une sécurité supplémentaire en évitant de toucher le produit

- **Lorsqu'on ne peut pas toucher le produit**
«Un produit toxique comme le Décap Four, on n'est pas à son contact»



A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion

La présence de produits «versus»



Courants



L'aérosol doit proposer d'autres qualités pour que l'arbitrage tourne en sa faveur

- Les «réfléchis» et les «influencés» choisiront préférentiellement l'autre conditionnement, à moins que l'aérosol soit plus intéressant que le versus pour d'autres raisons (rapidité, fraîcheur, conservation...)

«Je ne vais pas forcément choisir l'aérosol s'il y a une autre possibilité»



Complexes



Même si l'alternative existe, les utilisateurs préféreront se simplifier la tâche

- Le versus «complexes» fait toujours pencher la balance en faveur de l'aérosol

«Je ne me vois pas faire ma chantilly toute seule»

Aucun



Lorsqu'il est impossible d'arriver à un même résultat sans aérosol, son caractère indispensable est évident

«C'est impossible de regonfler un pneu crevé, il faut aller changer la roue»

- L'absence de produit ou de comportement versus est toutefois rare



A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion



L'étendue et l'accessibilité de la zone à traiter



Une grande étendue accessible



Le conditionnement aérosol est particulièrement apprécié quand la vaporisation permet d'atteindre une zone importante

«Je peux nettoyer un meuble en un seul pshit»
«J'en mets partout très rapidement»

- Un critère souvent croisé avec la texture liquide

Une localisation précise et peu accessible



L'aérosol permet d'appliquer un produit dans des endroits compliqués à atteindre par un autre moyen
«On peut accéder aux recoins»

- Plus que la précision de la localisation, c'est l'avantage de l'accessibilité qui est mis en avant



A.

Les arguments décisifs pour comprendre l'adhésion



Les leviers permettant d'accéder aux aérosols ne dépendent pas d'un secteur particulier, mais de ces différents axes qui sont représentés par des produits emblématiques.

- Quelques produits sont intéressants conditionnés en aérosol, mais leur utilité reste superficielle comparée à un autre conditionnement pour le même produit.
- Une partie des produits conditionnés en aérosol sont légitimes, apportant un bénéfice supplémentaire.
- Certains produits conditionnés en aérosol sont représentatifs d'une avancée importante pour la simplification du quotidien.



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable



Superficiel



Les aérosols ne présentant aucun des arguments essentiels

- Texture liquide ou mousse
- Produit versus inexistant ou complexe
- Localisation difficile ou vaporisation sur une grande surface
- Produit nocif ou salissant

Leur utilité semble donc limitée

Légitime



Les aérosols présentant une plus-value

- Pour la texture
- Pour l'utilisation plus simple qu'un produit versus
- Sur l'application : localisation ou vaporisation plus pratiques
- De propreté, contenant un produit salissant

mais avec un arbitrage concurrentiel avec d'autres conditionnements

Indispensable



Des produits pour lesquels l'absence d'aérosol constituerait un manque ou l'impossibilité de les utiliser

- La vaporisation est essentielle
- Le produit versus est complexe ou n'existe pas
- La précision de la localisation est impossible autrement
- Le produit est toxique



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable



Superficiel

Cosmétique
La mousse coiffante
La crème solaire

Ménager
Lave vitre

Santé
Le spray nasal

Bricolage
Le cirage
La colle

Une utilité limitée



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Superficiel - Cosmétique

Les produits dont le versus semble aussi intéressant

- La mousse coiffante

Peu d'avantages sont a priori associés à la texture mousse VS la laque ou le gel

«Le gel est aussi efficace que la mousse»

«Je ne vois pas d'avantages»

- La crème solaire

L'application nécessite de toutes façons d'étaler le produit à la main

«On se salit les doigts de toutes façons»

«Je ne vois que l'avantage de ne pas avoir de sable autour du bouchon, et encore, ça bouche la sortie de l'aérosol !»

Superficiel - Ménager

Lorsque l'innovation aérosol n'apporte pas d'intérêt majeur

- Lave vitre

Le pistolet permet le même résultat. La gestuelle de nettoyage n'est pas simplifiée par l'aérosol

«J'ai essayé mais il n'y a aucun avantage»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Superficiel – Santé

- **Le spray nasal**

Le sérum physiologique est aussi pratique d'utilisation pour un résultat semblable

«Il faut pomper, autant utiliser du sérum physiologique»

Superficiel - Bricolage

- **Cirage**

L'application semble trop large pour cibler la chaussure et l'application nécessite de toutes façons un accessoire

«Il faut mettre un chiffon pour lustrer quand même»

- **Colle**

L'utilisation est restreinte à de larges affiches ou pour des utilisations exceptionnelles

«Pour des expos ça fait une couche uniforme»

«En tant qu'animateur c'était plus simple que les bâtons pour éviter les pâtés»

«C'est pour les grandes surfaces, on ne va pas mettre ça dans les sacs d'école !»



Quelques produits, pour chaque domaine d'application, ne représentent pas de plus-value à être présentés en aérosol

Il ne s'agit pas de produits très importants au quotidien



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable



Légitime

Cosmétique
Déodorant
Autobronzant
Coloration festive

Ménager
Dépoussiérant
Détachant vêtement
Nettoyant moquette

Santé
Collutoire
Désinfectant
Anti-brûlure
Pansement
Arnica mousse

Bricolage
Dégivreur
Dégrippant
Peinture «classique»
(murs entiers)

Une plus-value mais un arbitrage concurrentiel avec d'autres conditionnements



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime - Cosmétique

- Le déodorant. Deux plus-values comparé au stick ou à la bille : la fraîcheur

- «J'aime bien la notion de rafraîchissement le matin»
- «C'est agréable en été»
- «C'est plus efficace»
- «C'est moins gras qu'un stick»

l'hygiène par l'absence de contact avec la peau

- «On peut le prêter»
- «C'est beaucoup plus hygiénique qu'un stick»

mais un versus intéressant

- «Avec les autres on ne salit pas les vêtements et ça sent moins fort»
- «Les déo en spray sont assez étouffants au niveau de l'odeur, ça attaque»
- «Le déo en bille est plus doux»

- L'autobronzant, une praticité relative

Les utilisatrices de ce produit apprécient l'uniformité de la diffusion mais le contact avec le produit reste nécessaire pour l'application, restreignant ainsi les avantages

- «Je n'aurai pas une grosse couche»
- «C'est plus régulier»

- La coloration festive

L'aérosol permet une application rapide mais l'utilisation est exceptionnelle

- «L'application est ultra rapide, ça permet de faire une mèche pour le réveillon»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime – Ménager

- Les dépoussiérants

Largement utilisés, ils présentent l'avantage de la rapidité et de la largeur de la diffusion

«C'est facile, d'un seul geste et paf»

«On n'en a pas sur la main»

«Il va partout et il ne coule pas»

Les lingettes rentrent en concurrence pour la rapidité mais sont critiquées pour le coût, la faible durée de conservation et leur caractère moins écologique

«Ce n'est pas recyclable du tout»

«ça pollue plus»

«On va utiliser 10 lingettes pour un pshit»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime - Ménager

- Les détachants pour vêtements

L'aérosol permet de cibler la tâche et de ne pas imprégner ses mains de produit

«C'est plus pratique car en liquide ça tombe à chaque fois à côté»

«ça ne coule pas partout»

«C'est plus ciblé»

«Il n'y a aucune chance de se salir avec»

«ça ne peut pas se renverser»

L'avantage est intéressant mais la bouteille reste encore utilisable sans inconvénient majeur

«Je ne savais pas que ça existait en aérosol mais en bouteille c'est aussi bien»

- Les nettoyeurs pour moquette

La texture mousse est un avantage pour ce produit :

elle permet de ne pas imbiber la moquette, d'agir de manière plus ciblée et rapidement

«On n'a pas besoin de sortir le seau et l'éponge»

Le produit semble cependant moins économique qu'un shampoing en bouteille



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime - Santé

- Le collutoire

La possibilité de cibler rapidement la gorge

- «Ça va plus loin»
- «Ça fait plus sérieux»
- «J'ai l'impression que ça va directement là où j'ai mal»
- «C'est plus rapide, ça va vraiment au fond de la gorge»
- «Quand tu as plus mal tu prends le spray»

mais des utilisateurs préfèrent les pastilles, donnant l'impression d'une action sur le long terme

- «On a le goût plus longtemps donc on se dit que ça agit encore»
- «La pastille je me dis que ça dure plus longtemps, le vapo c'est immédiat et plus hygiéniques que l'embout à insérer dans la bouche »
- «Les pastilles on peut se les passer»

- Le désinfectant/l'anti-brûlure

Les convaincus défendent l'aérosol de désinfectant, permettant de ne pas toucher la plaie, avantage pour l'hygiène, pour le confort

- «Mon fils a été brûlé au second degré dans le dos, l'aérosol a été génial parce que si on avait dû le toucher je ne sais pas comment on aurait fait»
- «On n'a pas à penser à le refermer»
- «Ça évite d'infecter davantage en touchant à la plaie et de faire mal en appuyant avec la compresse»

L'aérosol est également plus ludique et plus sécurisant avec de jeunes enfants

- «C'est moins dangereux qu'une bouteille d'alcool avec laquelle les enfants peuvent jouer et essayer de boire»
- «C'est très pratique, les enfants sont contents ça fait pshit pshit»

Mais la plus-value n'est pas évidente pour tous

- «Il faut un coton de toutes façons»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime - Santé

- Le pansement

**Des plus-values telles que la transparence
donc l'esthétisme si la plaie est visible, la tenue au contact à l'eau**

«Le pansement s'enlève sans arrêt, ça part dans l'eau alors qu'avec ça j'ai pu faire la vaisselle»

«ça fait moins moche»

«Le côté invisible c'est appréciable pour les petites coupures du visage»

mais les «réfléchis» et les «influencés» préfèrent les pansements classiques

«C'est un gadget, c'est sympa, ça change du pansement habituel mais ça n'a pas de réelle utilité»

«C'est transparent donc c'est bien mais sinon ça colle aux vêtements»

- L'arnica en mousse

**Des avantages pour la fraîcheur et le nomadisme qui en font un produit intéressant même s'il est possible d'agir
autrement**

«Ma copine a eu un accident, heureusement qu'elle avait ça, ça l'a calmée tout de suite»

« L'effet froid c'est bien pour l'anti douleur »



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime – Bricolage

- Le dégrissant

Une plus-value importante : accéder à des endroits difficiles à atteindre

«C'est pratique pour atteindre un petit endroit»

«J'ai un aérosol avec une canule c'est précis et performant, ça va dans les coins»

«Je ne vois pas autre chose que l'aérosol»

Le versus reste encore intéressant et utilisé

«Moi j'utilise le produit avec une pipette»

- Le dégivreur

L'aérosol facilite le résultat, le versus consistant à gratter la glace

«C'est très pratique ça va très vite»

Il n'est pour autant pas indispensable

«Je gratte ça part très bien»

«Un coup d'eau chaude c'est bon»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Légitime – Bricolage

- La peinture «classique»

L'aérosol permet une application facilitée, large, rapide et homogène avec une durée de conservation intéressante

«Le produit se garde dans le temps»

«On n'a pas besoin de nettoyer le pinceau»

Il semble cependant encore trop cher pour ces travaux, relativement au pot de peinture

«Pour une pièce entière c'est beaucoup plus cher»

- Les serpentins

Les utilisateurs les plus jeunes sont particulièrement sensibles aux produits ludiques et sont les seuls à citer ces aérosols qui leur apportent un bénéfice

«C'est plus rigolo que de les jeter avec la main, ça va plus loin»

Un grand nombre de produits conditionnés en aérosol se situent dans cette famille intéressante

- Des avantages pratiques mais la possibilité d'agir autrement



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable



Indispensable

Cosmétique
Mousse à raser
Laque
Brumisateur

Ménager
Décap'four
Désodorisant
Insecticide (maison)

Santé
Ventoline

Alimentaire
Chantilly

Bricolage
Peinture
(pour certaines surfaces)
Anti crevaison
Imperméabilisant
Insecticide (plantes)
Air pulsé (claviers)

Des produits emblématiques du caractère indispensable de l'aérosol

B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Indispensable – Cosmétique

- La mousse à raser

Le versus (la crème et le blaireau) représente un ancien temps : la texture mousse et donc l'aérosol sont indispensables pour ce produit

«On n'imagine même plus faire sans»

«C'est une habitude»

«C'est déjà embêtant de se raser, alors s'il n'y avait pas la mousse à raser ça ne serait pas pratique !»

- La laque

Même les non utilisateurs reconnaissent l'impossibilité de réaliser une fixation totale de la coiffure sans un aérosol de laque

«Ça évite de faire des paquets, c'est pas pareil que du gel»

«Je n'arrive pas à l'imaginer dans un autre conditionnement en fait»

«Si on voulait appliquer de la laque à la main ça serait impossible»

«C'est impossible autrement, on ne pourrait pas étaler uniformément»

- Le brumisateur

Il n'existe aucune alternative permettant de produire le même effet : fraîcheur, vaporisation large et fine

«On ne peut pas faire autrement à part de plonger la tête dans un seau d'eau !»

«Je ne vois pas comment on pourrait faire autrement avec une aussi fine couche, c'est très léger»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Indispensable – Ménager

- Le nettoyeur four

La nocivité extrême du produit convient au conditionnement aérosol qui facilite la manipulation

«C'est puissant» «On n'a pas envie de nettoyer et ça le fait tout seul» «ça va partout»

Le versus «mécanique» ne permet pas un résultat aussi efficace

«On met la pyrolyse mais il faut nettoyer derrière»

- Le désodorisant

Un produit qui ne peut être remplacé : la diffusion et la rapidité du résultat ne sont pas égalables par un versus, même s'il existe d'autres possibilités pour « parfumer » son intérieur

«C'est plus direct, quand il y a une odeur forte c'est mieux» « L'avantage c'est que c'est immédiat alors qu'avec les bougies il faut attendre»

- L'insecticide (intérieur)

La possibilité de cibler ou au contraire de traiter toute une pièce constituent les avantages majeurs

«On peut cibler le moustique» «On a un champ d'action plus grand»

Il permet de garder une distance avec l'insecte

«On n'est pas au contact du bourdon !»

Les autres moyens sont limités

«à part mettre du papier collant pour les mouches...»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Indispensable - Santé

- La ventoline

Incontestablement importante

- «Ça va directement dans les voies respiratoires»
- «Ça agit tout de suite, c'est plus percutant»
- «C'est rapide, ça va directement dans les bronches»
- «Le gaz envoie une bonne pression donc ça va loin»

Indispensable - Alimentaire

- La chantilly

Le seul produit alimentaire connu et utilisé est situé dans la famille des produits incontournables :

Un moyen rapide et facile d'obtenir un aliment, rentré dans les habitudes

- «C'est irremplaçable»
- «C'est un instantané»
- «J'ai essayé d'en faire mais je n'y suis jamais arrivé»
- «La Chantilly chez soi c'est compliqué il faut battre à la main et si on bat trop elle n'est plus bonne»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable

Indispensable – Bricolage

- La peinture : pochoirs, surfaces difficiles à peindre (métaux) ou difficilement accessibles (radiateurs, portails)

«Pour les endroits inaccessibles c'est un gain de temps»

«Le radiateur c'était fait en 15 mn alors qu'il faut 2 heures avec le pinceau»

L'inconvénient du surcoût disparaît dans ces cas, laissant la place à une prédominance d'avantages : homogénéité, absence de contact avec le produit, propreté, durée de conservation et même économie

«Il y a beaucoup moins de perte, on n'en met pas plein le pinceau»

«C'est plus homogène, il n'y a pas la trace du pinceau»

- L'anti-crevaison

Un aérosol quasi indispensable

«Ça permet de faire quelques kilomètres jusqu'au garage»

- L'imperméabilisant

Moins de nécessité, mais un résultat impossible à obtenir autrement pour cette application

«C'est régulier»

«Pour étaler sans toucher»

- L'air pulsé

Une utilisation occasionnelle mais l'apport indispensable de l'aérosol

«Le clavier c'est un nid à bactéries, ça permet vraiment de nettoyer et désinfecter»

- Les insecticides pour plantes

La rapidité du traitement

«Il y a un contact superficiel sur l'ensemble de la plante en un rien de temps. Avec un autre truc il faut barbouiller»



B.

La graduation de l'importance de l'aérosol : Superficiel, légitime ou indispensable



Chaque secteur possède un ou plusieurs aérosols emblématiques du caractère indispensable de ce conditionnement.
Quel que soit le profil, l'absence d'aérosol serait un manque pour certains produits.

- Les plus jeunes (influencés et indifférents) utilisent surtout des produits cosmétiques et pour le bricolage qui revêtent une grande importance au quotidien.
- Les plus âgés (réfléchis et convaincus) sont surtout dépendants aux produits aérosols du secteur ménager et de la santé.

L'aérosol propose un progrès pour tous les secteurs.



C.

Les points forts généraux

Les utilisateurs distinguent de nombreux avantages au conditionnement aérosol

Des avantages primordiaux

Décisifs dans le choix de ce conditionnement

RAPIDITÉ

SIMPLICITÉ

ÉTENDUE DE LA VAPORISATION

HYGIÈNE/PROPRETÉ

FRAÎCHEUR

Des avantages secondaires

Intéressants mais pas moteurs pour l'acte d'achat

DURÉE DE CONSERVATION

PRÉCISION/DOSAGE

NOMADISME

RANGEMENT

SOLIDITÉ

LUDIQUE



C.

Les points forts généraux

RAPIDITÉ/SIMPLICITÉ

- Les clefs d'entrée primordiales dans le choix du conditionnement aérosol

«Pour le désodorisant, il n'y a pas le temps d'attente qu'il y aurait avec une bougie»

«On vaporise et hop on essuie»

«Quand c'est en bombe on a l'impression qu'on travaille moins qu'avec son produit et son chiffon»

L'utilisation instantanée ne nécessite pas d'ustensiles supplémentaires

La gestuelle est accessible à tous

«Pas besoin d'avoir un Bac + 10»

- Pour les produits constituant une avancée, ces atouts sont flagrants : les utilisateurs ne pourraient pas obtenir le même résultat, aussi simplement et rapidement, par aucun autre moyen

«Si on n'avait pas d'aérosol, le quotidien serait contraignant, plus fatiguant, ça serait une corvée !»

ÉTENDUE DE LA VAPORISATION

- C'est un avantage propre à l'aérosol et décisif

Le conditionnement aérosol permet de répartir de manière homogène un produit et de le diffuser largement

«On peut traiter toute une pièce avec l'anti-moustiques»

- Si le caractère aérien de la diffusion peut constituer une gêne relative à l'inhalation du gaz, il est un avantage indéniable pour certains produits

«On met un coup de pshit sur le chiffon, sur le meuble et après vous pouvez frotter. Par rapport à la bouteille il y a plus de portée, la bouteille il y a un tout petit impact de la taille du rond de la bouteille»



C.

Les points forts généraux

HYGIÈNE/PROPRETÉ

- L'aérosol permet de ne pas être au contact direct du produit

Cet avantage est particulièrement intéressant lors de la manipulation de produits toxiques

Il est aussi important lorsque le produit est salissant ou nécessite de se laver les mains s'il est manipulé :
peinture, produit ménager

«On ne se salit pas les mains avec l'aérosol» «Avec le chiffon ou les lingettes on en a plein les mains»

Le conditionnement en lui-même reste propre extérieurement, évitant les coulures des autres conditionnements

«Il n'y en a jamais sur la bouteille»

- L'aérosol permet de ne pas toucher les parties du corps à traiter dans le domaine de la santé, avantage essentiel lorsqu'il est souligné par les utilisateurs

«On peut désinfecter même si on n'a pas les mains propres»

FRAÎCHEUR

- Pour certains produits, il s'agit de l'avantage conduisant au choix de ce conditionnement

Si ce bénéfice n'est pas spontanément associé à l'aérosol, il permet de distinguer certains produits pour lesquels la fraîcheur est importante : **brumisateurs, déodorants**

«Le matin en été c'est agréable» «Ça reste constamment frais»



C.

Les points forts généraux

LA DURÉE DE CONSERVATION

- Un avantage qui apparaît dans un second temps

Il n'est pas évident pour les produits ménagers ou cosmétiques, mais devient important pour le bricolage : peinture, vernis

«On peut laisser de côté et s'en servir après, ça ne sèche pas»

«Ça évite de mettre le vernis au frigo»

«C'est important comme le bois on le traite tous les trimestres, ça ne se garderait pas»

et bien sûr l'alimentaire

«En plus la Chantilly maison ne se conserve pas longtemps»

L'aérosol permet de réutiliser un produit une fois ouvert, ce qui est plus difficile avec un autre conditionnement

«On peut garder le produit plus longtemps, c'est important pour les produits cosmétiques ou alimentaires»



C.

Les points forts généraux

LA PRÉCISION / LE DOSAGE

- L'aérosol permet de cibler et de ne pas verser trop de produit

Avec une vaporisation sur un insecte, de manière rapide ce qui est impossible par un autre moyen

«On peut faire la chasse à l'insecte»

Sur une tâche, opération plus délicate avec une bouteille

«ça coule en dehors du tissu avec une bouteille, le liquide peut glisser»

- Le dosage associé permet de concentrer le produit sur une zone précise

«Ça diffuse juste ce dont on a besoin»

«Il y a moins de gaspillage ; ça répartit mieux, ça met moins d'épaisseur»

- Cet avantage est secondaire, certains utilisateurs opposant le fait qu'il soit fréquent de trop diffuser lors de la vaporisation

«On a tendance à rester appuyé longtemps»

L'économie associée à l'aérosol est discutable : soit le consommateur voit l'avantage de choisir la quantité souhaitée, soit il pense que la vaporisation «gâche» le produit qui se diffuse dans l'air

«On finit la bouteille plus rapidement»



C.

Les points forts généraux

NOMADISME / RANGEMENT / SOLIDITE

- **La forme cylindrique de l'aérosol semble pratique pour le rangement**

«On trouve facilement où le ranger»

«C'est facile de rangement parce que c'est fin, dans un placard on trouve sa place»

- **L'hermétisme de ce conditionnement, sa solidité et l'impossibilité de renverser le produit permettent un transport plus facile qu'une bouteille**

«On ne risque pas de l'écraser ou de le casser»

«Dans un sac c'est solide»

LUDIQUE

- **Cet aspect est surtout remarqué par les jeunes : associé à la simplicité, l'angle ludique est une raison de l'attrait pour les aérosols**

«C'est des gros jouets finalement»

«C'est amusant, on presse sur la gâchette»

«C'est beaucoup plus ludique l'instantané»

**Les utilisateurs associent de nombreux avantages au conditionnement aérosol.
La simplification du quotidien est importante**

- Praticité et rapidité du geste par une vaporisation simple et large mais potentiellement précise

- Propreté et hygiène grâce à l'absence de contact

- Fraîcheur et durée de conservation

- Transport et rangement aisés

- Solidité

- et un aspect ludique en filigrane



Chapitre 3

Les freins

A. Le packaging : design et utilisation

B. La sécurité : contenu et contenant

C. L'écologie : craintes et croyances



A.

Le packaging : design et utilisation

Les freins relatifs au packaging sont peu mis en avant :
il s'agit davantage d'une absence d'attrait que d'un rejet

L'opacité

Il est impossible de vérifier le
niveau de produit restant dans
l'aérosol

«On ne sait jamais combien il en
reste»

Le manque d'originalité

Globalement, les aérosols sont jugés tous
semblables

«On peut les confondre»
«C'est banal»

Ils sont surtout associés au ménage,
domaine peu attrayant pour les plus jeunes
«Ça ne m'attire pas»
«On l'achète parce que c'est pratique pas
parce que c'est joli»

La forme cylindrique

Peu moderne et associée aux années
60 ou aux années 80, elle est surtout
critiquée par les 18-25 ans

«C'est eighties»
«Ça fait années 60,
industrialisation, quand il y a eu
l'émergence de ces produits»



A.

Le packaging : design et utilisation

L'utilisation de l'aérosol peut entraîner deux types d'inconvénients

La surconsommation

Ce conditionnement peut sembler peu économique :
Il est facile de diffuser une trop grande quantité

«La mousse on en fait sortir plus qu'il n'en faut, ça pousse à la consommation»

«Ça se finit rapidement et puis ça coûte très cher au bout du compte»

À produit égal, l'aérosol est plus cher (peinture, colle...)

La largeur de la diffusion

Si l'aérosol est précis pour accéder à des endroits difficiles, il diffuse le plus souvent largement

«La pression est assez forte donc pour l'imperméabilisant je préfère mettre sur un chiffon sinon ça se diffuse trop largement»

La largeur de la diffusion est un avantage pour de grandes surfaces, mais elle peut être critiquée pour certains usages : le produit peut se déposer en dehors de la zone souhaitée

«Souvent ça part à côté de la cible»

et surtout le produit peut se déposer sur soi

«On en reçoit plein»

«Il y en a qui tombe sur nous»

Visuellement, l'aérosol n'est pas un packaging porteur d'un univers attirant

- La praticité est surinvestie au détriment du rêve et de l'envie

- Il reste utilitaire, les critiques concernant sa manipulation étant peu importantes



B.

La sécurité : contenu et contenant

Un constat : la sécurité n'est pas une préoccupation majeure lorsqu'il s'agit de l'aérosol

- Les utilisateurs y associent des précautions simples d'emploi non contraignantes

Ils laissent l'aérosol hors de portée des enfants, souvent davantage à cause du produit contenu que du conditionnement

«Je le mets en hauteur»

«Je mets des systèmes pour qu'ils n'ouvrent pas les portes des placards»

Ils ne fument pas après une vaporisation importante

Ils ne l'entreposent pas en plein soleil

«Je fais attention à ce que ça ne reste pas en plein soleil»

- Aucun utilisateur rencontré ne craint une explosion de l'aérosol lors d'une utilisation dans des conditions normales

Les plus jeunes ont défié le danger en le détournant : quelques 18-25 ans ont raconté les expériences menées étant adolescents

«On vaporisait puis on allumait un briquet»

«Je dessinais par terre et j'allumais la flamme par terre»

«En colo j'ai essayé d'en faire exploser dans du feu»



B.

La sécurité : contenu et contenant



- Le terme bombe reste cependant employé et souvent relié à un caractère dangereux potentiel plus qu'à sa forme

«C'est parce que ça peut exploser»

L'aérosol ne fait pas peur

«C'est le contenu qui tue, pas le contenant»

C'est un conditionnement inoffensif dans le cadre d'une utilisation normale, pour tous les utilisateurs rencontrés

C.

L'écologie : craintes et croyances

L'écologie est un frein important à plusieurs niveaux

Environnemental

- Les croyances autour de la couche d'ozone
«C'est mauvais pour l'environnement» «On culpabilise un peu d'être à l'origine du trou dans la couche d'ozone» «Dans ma tête l'aérosol on dit toujours que ça tue la couche d'ozone mais jamais que c'est bien pour nous»
- Le recyclage

Individuel

- Les craintes relatives à sa santé
«Si on le respire ce n'est pas bon, ce n'est pas sain»

**De manière générale, mais plus particulièrement pour les «influencés»,
l'écologie est dans l'air du temps**

«Etre moderne c'est être écolo en ce moment !»

«C'est plutôt bien vu d'avoir son chiffon et sa bouteille»

«A chaque fois qu'on utilise un aérosol on est montré du doigt»

Ces craintes n'entraînent pourtant aucune diminution de la fréquence d'utilisation de l'aérosol

«Je n'y pense pas à chaque fois que je vais vaporiser»

«Ce qui est gênant c'est que ça dégrade la couche d'ozone mais ça ne m'empêche pas d'en acheter»



C.

L'écologie : craintes et croyances

Une grande majorité des utilisateurs rencontrés pense que les aérosols sont nocifs pour la couche d'ozone : c'est le frein le plus cité spontanément

A l'annonce de la suppression des CFC (introduite en groupe), l'étonnement est grand

- Quasiment aucune des personnes rencontrées n'était au courant de la disparition de ces gaz

«Il y a une image qui dure, je l'ai encore»

«Je pensais qu'il y en avait encore»

- L'étonnement laisse souvent place à de l'incrédulité

«Je suis persuadé qu'il en reste toujours»

«Je reste toujours avec un point d'interrogation» «Je suis quand même perplexe sur les gaz utilisés, le jour où ils ont utilisé les CFC ils ont dit que c'était très bien aussi»

- Ou à un soulagement

«J'utiliserai les aérosols avec moins de scrupules»

«Je vais moins culpabiliser !»



C.

L'écologie : craintes et croyances

Le pictogramme présent sur certains aérosols est différemment perçu



Pour les «réfléchis», et globalement les personnes de plus de 40 ans, il est le signe d'un effort fait en matière d'écologie

- Il rassure, sans savoir exactement ce qu'il signifie

«Maintenant il y a un dessin qui dit que c'est moins dangereux»

«La main je ne suis pas sûr de ce que ça veut dire, peut-être le côté protection de la planète»

Pour les plus jeunes, le pictogramme a souvent produit un effet inverse à celui escompté : un accroissement des craintes au lieu d'une rassurance

«Le pictogramme, s'ils l'ont mis c'est que ça ne fait pas de bien à la planète»

- Beaucoup d'utilisateurs ont été mis en garde par le logo mais sans en connaître la signification exacte

«C'est pas très clair ce dessin»

«Je me dis que ça doit être lié à l'environnement mais je ne savais pas ce que ça voulait dire»

Le caractère aléatoire de sa présence peut également donner l'impression que les aérosols ne présentant pas le pictogramme sont plus nocifs que ceux présentant l'image

«Ceux qui n'ont pas le pictogramme ne correspondent peut-être pas à la norme»



C.

L'écologie : craintes et croyances

Les plus jeunes ont deux sortes de réactions face à l'environnement

Désintéressée

Les 18-25 ans Parisiens et Marseillais, «indifférents» se sont montrés peu impliqués par cette question

- **Le problème écologique leur semble déconnecté de leur réalité : ils ne sont pas préoccupés par le trou dans la couche d'ozone, sur lequel ils ne pensent pas pouvoir agir**

«Je ne me suis pas tellement intéressé, j'en utilise toujours»
«ça ne change rien qu'il y ait des CFC ou pas»

- **Il ne leur semble pas légitime de s'inquiéter à ce sujet**

«Quand je suis dans ma salle de bain, je n'y pense pas»
«C'est le dernier de mes soucis»

Très impliquée

Les jeunes Dijonnais «influencés» de 25 ans ont un discours très tranché

- **L'aérosol leur paraît anti-écologique, aussi bien pour la couche d'ozone que pour le recyclage**
«C'est nocif, ça a été prouvé»
«Ça fait beaucoup de déchet»

Globalement, le recyclage est une question sous-jacente pour toutes les tranches d'âge

Les utilisateurs ne savent pas si l'aérosol se recycle

- **Ils le jettent dans une poubelle classique, mais se posent la question**

«J'ai un petit pincement au cœur quand je le jette dans ma poubelle»

- **Les «réfléchis» essaient de recycler l'emballage vide**

«Je le mets dans la poubelle autres déchets»



C.

L'écologie : craintes et croyances

L'aérosol induit différentes peurs dues au caractère invisible du gaz

- La toxicité de l'inhalation est centre de nombreuses craintes

Les utilisateurs se demandent si l'inhalation du gaz peut avoir des conséquences sur la santé

«Je vaporise rapidement, j'ai peur d'inhaler»

«On en respire et on reçoit beaucoup»

«Les retombées sur moi, j'ai l'impression de devoir esquiver en permanence»

- Globalement, l'aérosol est un conditionnement qui manque de transparence dans tous les sens du terme

Au sens propre, l'opacité ne permet pas de visualiser le jus, ce qui laisse imaginer des textures inquiétantes

«On ne sait pas trop quelle couleur ça a à l'intérieur»

Au sens figuré, la composition des gaz et leurs effets une fois vaporisés ne sont pas clairs

«Je ne sais pas quelles peuvent être les conséquences»

«On ne sait pas les répercussions que ça donne sur nous aussi»

«C'est peut-être pire que la cigarette»

«C'est peut-être toxique»



A ce jour, les utilisateurs d'aérosol ont toujours des doutes et des méconnaissances concernant les CFC. Ils posent de plus en plus de questions sur le recyclage du conditionnement vide. Les consommateurs ont besoin d'être rassurés sur les effets de l'aérosol dans le domaine écologique. Les croyances sont ancrées, la diffusion de gaz effraie, aussi bien pour l'écologie au sens large que pour la santé de chaque individu.

Finalement, l'aérosol inquiète car on ne sait pas ce qu'il contient ni ce qu'il diffuse, Les consommateurs ont besoin d'être rassurés dans ce domaine.

Chapitre 4

Quelle évolution pour l'aérosol ?

A. Les innovations packaging : formes et dimensions

B. La transparence

C. Le secteur alimentaire



A.

Les innovations packaging : formes et dimensions

Certaines variantes de forme sont particulièrement appréciées



Les petits formats

- Il permet de faciliter le transport

«C'est mignon et pratique pour le sac, on l'emporte partout»

La diminution de la taille n'est pour autant pas vécue comme une innovation, elle est entrée dans les habitudes

«Il me semble en avoir déjà vu dans des troussees, ce n'est pas nouveau»



Les boutons poussoirs innovants

- L'inclinaison du doigt

Une amélioration de l'utilisation

«L'appui est plus stable»

«On peut le prendre en main en appuyant sur le bouton»



A.

Les innovations packaging : formes et dimensions

Certaines variantes de forme sont particulièrement appréciées

Les innovations de forme ne font que légèrement évoluer l'image de l'aérosol :
il reste un conditionnement pratique et facile d'emploi
mais plus utilitaire qu'attractif

Le corps reste cylindrique

- La forme globale n'est pas
modifiée par le matelassage ou
les reliefs

«Ça ne change pas grand-chose»



Les reliefs sont peu remarqués

- Ils plaisent sans constituer un attrait
supplémentaire très important
Ils contribuent cependant à moderniser l'image
globale du conditionnement

«Ça fait moins années 80»

«C'est plus jeune»



A.

Les innovations packaging : formes et dimensions

Si les différences de forme ne font pas évoluer l'image vers l'attractivité, certains packagings peuvent au contraire entériner le côté dangereux du conditionnement

Le double aérosol



- Il donne l'impression d'un contenu encore plus nocif, associant davantage l'aérosol à des produits dangereux

«C'est encore moins rassurant, ça fait industriel»
«Ça fait bouteille de butane»
«Gros machin toxique»
«On dirait des bouteilles de plongée»
«On dirait un appareil de guerre»

La «goupille»



- Cet aérosol est spontanément associé à une grenade, ce qui n'est pas vécu de manière ludique

«Après la bombe on a la grenade ! »
«On peut le prendre en main en appuyant sur le bouton»

Il interroge sur la manipulation, moins instinctive donc moins facile

Il est associé à un produit dangereux

«Il ne faut pas confondre avec la bombe anti-agression !»

Les innovations de forme et de dimensions sont intéressantes si elles permettent d'amplifier la praticité du conditionnement ou si elles le modernisent clairement

Les différences de design sont peu marquantes, l'aérosol proposant déjà des variations de coloris et de décor

B.

La transparence

Une idée porteuse mais qui peut être à double tranchant

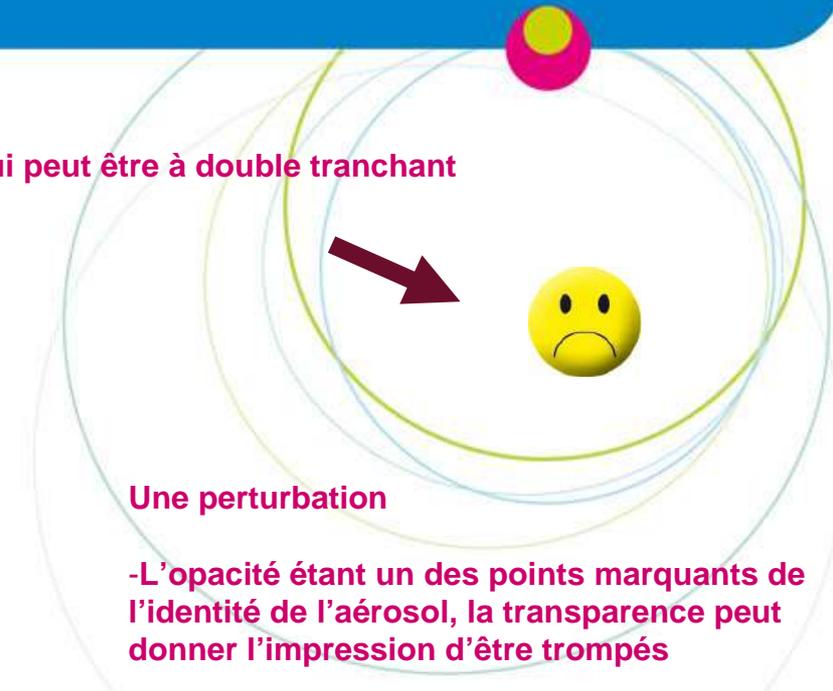


Une rassurance

- La transparence permet de lever les réticences concernant le contenu

La vision du liquide est très importante : elle fait évoluer les impressions négatives concernant la toxicité

- «Ça gomme tous les inconvénients»
- «ça fait plus naturel, moins industriel»
- «ça a l'air moins toxique»
- «C'est du liquide à l'intérieur donc ça fait naturel»
- «ça fait moins chimique»



Une perturbation

-L'opacité étant un des points marquants de l'identité de l'aérosol, la transparence peut donner l'impression d'être trompés

- «C'est pire, on veut nous faire croire que ça n'est pas dangereux»
- «J'ai l'impression qu'on essaye de nous détourner»
- «Ils vont encore nous avoir, c'est faussé»
- Certains utilisateurs craignent de ne pas prendre assez de précautions d'utilisation**
- «Peut-être qu'on va faire moins attention»
- «J'aurais peur de ne pas le ranger au bon endroit»



B.

La transparence

La transparence doit rester légitime : elle doit constituer un argument en faveur des aérosols et être liée à l'utilité

- Elle est intéressante si elle est associée à la vaporisation



Les atouts de praticité sont alliés à un design plus attirant
L'esthétisme est apprécié : l'aérosol passe d'un conditionnement peu attractif à un joli packaging
«C'est plus joli, le petit capuchon fait parfum, ça fait un bel objet»
«Ça donne plus envie d'acheter»

- Elle est moins attractive si elle se cantonne à une innovation visuelle



Pour un aérosol, la transparence est surtout un plus pour rassurer quant à la propulsion de gaz
Lorsque le jus est liquide ou sous forme de mousse, la réassurance a moins lieu d'être et la propulsion est moins légitime
«Il n'y a plus le côté pratique, ça ne sert à rien»
«Il n'y a pas d'intérêt pour le gel douche»

La transparence est une vraie piste d'évolution pour l'aérosol

Visuellement attractive et dans l'air du temps

Permettant de rassurer en visualisant le jus et d'axer le conditionnement sur des notions telles que la pureté ou le naturel

Elle peut également rassurer sur le caractère recyclable du conditionnement vide

«C'est sûrement mieux recyclable quand c'est transparent»



C.

Le secteur alimentaire

L'alimentaire pour l'aérosol doit être considéré sous trois angles



Gastronomique

- C'est le premier réflexe :
le choc aliment traditionnel
contre industrialisation

«C'est la malbouffe»

L'aérosol est mis en parallèle avec
le produit alimentaire habituel

La première approche
MAJORITAIRE



Pratique

- La mise en relation avec les
avantages de l'aérosol vient
dans un second temps

«Ça peut avoir un intérêt si on est pressés
ou pour le transport»

Le conditionnement apporte une plus-
value à la conservation et au transport
des aliments

La rationalisation



Ludique

- Un angle d'approche qui attire
les jeunes, mais aussi les
parents qui projettent ce plaisir
sur leurs enfants

«Je suis sûre que ça l'amuserait d'avoir ça
à la maison»

La manipulation de l'aérosol dans le
secteur alimentaire renforce le caractère
ludique qui apparaissait en filigrane

Le bénéfice
supplémentaire



C.

Le secteur alimentaire



Gastronomie

Les premières réactions sont négatives

- Les utilisateurs associent spontanément l'aérosol alimentaire à la «mal-bouffe»

Le rejet est particulièrement important pour le fromage, représentant de la gastronomie et des traditions françaises

«Je suis jurassienne, le fromage c'est sacré»

«Pas à nous ! Faites ça à des américains»

«ça fait cosmétique»

Il est impossible de voir et de sentir l'aliment, deux sens importants pour ce secteur

«C'est horrible pour moi, l'huile doit être dans une bouteille en verre, c'est culturel»

«La nourriture on ne peut pas la mettre sous métal»

Le glaçage, n'étant pas à proprement parler un aliment, est toléré et souvent assimilé à la crème Chantilly, aliment familier

«C'est sympa, c'est comme la Chantilly»

Les consommateurs sont donc déjà habitués à ce type d'aliment en aérosol



C.

Le secteur alimentaire



Praticité

Les avantages de l'aérosol pour l'alimentation sont ensuite mis en évidence



Pour l'huile alimentaire

- Le dosage

La possibilité de vaporiser uniquement la quantité souhaitée

«On en met trop quand c'est en bouteille»

«Ça peut être bien juste pour dorer sa poêle»

«Ça se répartit bien, ce n'est pas la peine d'en mettre 4 tonnes»

«Actuellement je l'étale avec un sopalin et il y a de la perte de produit»

- La propreté

Un conditionnement qui éviterait le gras autour de la bouteille d'huile

«Le tour sera propre»

- Mais des craintes relatives au contact avec la source de chaleur



C.

Le secteur alimentaire



Praticité

Les avantages de l'aérosol pour l'alimentation sont mis en évidence

Pour le glaçage

- La rapidité d'utilisation et la conservation pour un produit occasionnel

- «On va s'en servir exceptionnellement»
- «C'est déjà tout prêt, c'est sympa»
- «C'est pratique pour écrire les prénoms»

- Et surtout l'impossibilité d'obtenir le même résultat autrement

La valeur ajoutée est réelle : le glaçage n'a pas de «versus»

- «Ça doit être pratique»
- «C'est nouveau»



C.

Le secteur alimentaire



Praticité

Pour le fromage

- La conservation, permettant le nomadisme

Un avantage qui peut être utile dans différentes situations : voyages, randonnées, pique-nique

«Pour faire des sandwiches»

«Pour un hamburger»

«ça ne colle pas au papier»

- La rapidité, surtout pour les plus jeunes

Une consommation immédiate, sans avoir besoin de couvert

«Sur des canapés»

«Sur la route quand on a faim, c'est mieux que de couper son camembert»

«Quand on fait de la voiture pendant les grandes vacances, le mode de conservation est quand même mieux que de transporter de la nourriture comme ça»

et ludique

«Au moment où on veut en manger ça peut être un jeu»

«Les enfants aiment bien tout ce qui est un peu bizarre donc ça peut être amusant»



C.

Le secteur alimentaire



Praticité
Dans le secteur alimentaire, l'aérosol apporte le « grain de folie » qui manquait à ce conditionnement pour les plus jeunes

- Une façon différente de consommer

Les adolescents imaginent intégrer plus facilement cette gestuelle dans leur quotidien
«Comme avec la Chantilly, on met direct dans la bouche»

- Une activité familiale

La facilité de la manipulation permettra un partage parents/enfants
«Je m'imagine faire des décorations sur les gâteaux avec ma fille»

Si le mariage alimentation et aérosol n'est pas rentré actuellement dans les mœurs et choque au premier abord, ce conditionnement est véritablement légitime dans ce domaine.

Les avantages de l'aérosol s'adaptent à l'alimentation : rapidité, simplicité, propreté, fraîcheur, durée de conservation, nomadisme.

Le pôle ludique semble particulièrement intéressant, étant encore peu exploité aujourd'hui.

L'aérosol alimentaire est plus attractif pour les produits liquides et les aliments qui ne sont pas principaux mais plus une «aide» culinaire : le glaçage mais aussi d'autres possibilités évoquées telles que le ketchup, le chocolat, le coulis de fruit ou la pâte à gâteau : «De la mousse au chocolat»; «De la mayo»



Synthèse et recommandations

Il est possible de distinguer quatre profils d'utilisateurs d'aérosols

Les jeunes «influencés» par un discours écologique parental et sociétal

Les «indifférents» qui utilisent le conditionnement par automatisme, sans en percevoir les avantages
Deux profils qui se laissent guider sans volonté de choix ni rejet par rapport à l'aérosol

Les consommateurs «réfléchis» qui effectuent un arbitrage entre le bénéfice apporté
et les aspects sécuritaires ou écologiques

Les «convaincus» investissant l'aérosol et le considérant comme une réelle avancée :
ils sont séduits par le conditionnement
Deux profils qui choisissent en connaissance de cause



Aujourd'hui, les utilisateurs les plus jeunes sont les moins conscients des avantages associés à l'aérosol

C'est un acquis faisant partie de leur quotidien mais ils y attachent peu d'importance

Il leur manque un aspect ludique



Synthèse et recommandations

**Quel que soit le profil d'utilisateur, l'aérosol est reconnu pour sa praticité.
Ses avantages en font un conditionnement préféré pour de nombreux produits.**

L'attrait de l'aérosol pour un produit dépend de :

- La nocivité du contenu
plus le produit est nocif, plus l'aérosol est légitime

- La texture
si l'aérosol constitue une avancée pour la mousse, il est essentiel pour la propulsion aérienne du liquide.
En revanche, l'aérosol peut sembler superficiel pour la texture crème ou gel

- La présence de produits *versus*
lorsqu'il est impossible d'obtenir un même résultat avec un conditionnement autre que l'aérosol, son indispensabilité est mise en évidence

- L'étendue et l'accessibilité de la zone à traiter
l'aérosol est le seul conditionnement permettant
une diffusion large, mais également une localisation précise



Synthèse et recommandations

Globalement, les points forts de l'aérosol sont reconnus par tous

- **La rapidité et la simplicité de l'utilisation**
en font un outil indispensable pour de nombreux cas

- **L'étendue de la vaporisation**
permet de traiter de grandes surfaces mais aussi des cibles inaccessibles
et de ne pas entrer en contact avec la zone à traiter

- **L'aérosol est hygiénique**
on n'entre en contact ni avec le contenu, ni avec l'objet visé

- **La durée de conservation du contenu**
peut être primordiale,
surtout pour certains produits de bricolage ou dans le secteur alimentaire

- De manière moins importante, ces qualités pouvant être retrouvées ailleurs, l'aérosol
est un conditionnement **solide**, qui permet d'être **précis** et de **doser**

- Le **nomadisme** et le **rangement** font également partie de ses points forts



Synthèse et recommandations

Les inconvénients relatifs à l'utilisation sont limités à un risque de vaporisation trop large et à un coût plus élevé pour certains produits

Au niveau du packaging, c'est le design qui est le plus critiqué, la forme n'étant plus innovante et l'opacité ne permettant pas de vérifier la quantité restante

L'aérosol est considéré comme un conditionnement sûr.

Quelques précautions simples d'emploi mises à part, les utilisateurs ne s'inquiètent pas du caractère inflammable du gaz

C'est l'écologie qui constitue aujourd'hui le frein majeur

Une majorité des utilisateurs pense encore que les CFC sont présents dans les aérosols. Cette croyance de conditionnement anti-écologique est amplifiée par la question du recyclage



Synthèse et recommandations

Aujourd'hui, l'aérosol manque surtout d'attrait auprès des plus jeunes

- Les domaines d'application sont plus restreints qu'auprès de la ménagère et du bricoleur
 - Le design n'est pas assez moderne et rattaché aux tâches ménagères
- Les croyances autour de la destruction de la couche d'ozone sont ancrées et les culpabilisent
- C'est le naturel qui est à la mode, ils ne revendiquent pas le choix de la facilité et de la modernité.

Il est nécessaire de continuer à communiquer sur la disparition des CFC, information peu connue du grand public.

Une innovation telle que la transparence est particulièrement intéressante à développer, réunissant la rassurance et l'attractivité.

Le secteur alimentaire peut introduire l'aspect ludique, attractif pour les plus jeunes, tout en apportant des atouts objectifs tels que la praticité pour le transport et la conservation de l'aliment.

