



**Comité Français des Aérosols**

---

*Quelle est l'image réelle de l'aérosol ?*

*Quelles sont aujourd'hui les attentes des consommateurs ?*

*Quels sont les points forts du produit et les éventuelles résistances psychologiques et culturelles à son utilisation ?*

Le CFA a souhaité apporter des indicateurs à la profession à travers l'étude

« **Mon Ami l'Aérosol** » - L'image des aérosols

réalisée, à notre demande, par le cabinet QUALIPSY, institut d'études qualitatives, spécialisé dans le test de produits, packagings, communication, analyse et orientation de stratégie, évaluation d'image de marque.

Cette étude remplit 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.

Elle se décompose en 1 préambule et 4 grands chapitres (voir sommaire ci-dessous) et aboutit à une synthèse et des recommandations précieuses pour chacun des acteurs de l'industrie des aérosols.

**Outil unique et indispensable pour une bonne approche du marché, « Mon Ami l'Aérosol » est disponible au CFA**

**Au prix de :**

**1.600 euros (HT) l'unité (pour les sociétés non adhérents)**

**Disponible gratuitement dans la zone adhérents, pour les sociétés membres du CFA**

(Version bilingue français/anglais, sur CD).

[Accès au bon de commande](#)

Consultez le sommaire ci-dessous.

## **Sommaire**

### ***Préambule :***

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

### ***CHAP. I : 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*

### ***CHAP. II : LES ATOUTS PERÇUS***

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

### ***CHAP. III : LES FREINS***

- A. Le packaging : design et utilisation*
- B. L'écologie : craintes et croyances*
- C. La sécurité : contenu et contenant*

### ***CHAP. IV : QUELLE ÉVOLUTION POUR L'AÉROSOL ?***

- A. Les innovations packaging : formes et dimensions*
- B. La transparence*
- C. Le secteur alimentaire*