**Gullsmeder – best på gaveinnpakning!**

**I en undersøkelse gjennomført av Ipsos på vegne av Serviteur – en av Norges ledende leverandører på innpakning og profilemballasje – har forbrukerne rangert ulike bransjer etter hvor flinke de er på gaveinnpakning. Gullsmedbransjen rangeres ikke overraskende som beste bransje.**

Nær 2 av 3 synes det er viktig at gaver de skal gi bort har en fin innpakning, og blant kvinner mener hele 77 prosent at det er viktig. For gullsmedbutikker, som både selger mange gaver og som rangeres som bransjen som er best på gaveinnpakning kan det være utfordrende, men viktig, å skille seg ut fra konkurrentene med gaveinnpakningen.

**Innpakningen uttrykker gavens verdi**

Undersøkelsen viser at det er viktigere for forbrukeren at gaver de skal gi bort har en fin innpakning, enn at gaver de skal motta har en fin innpakning, sier Tone Kjørven, markedsansvarlig i Serviteur. Forbrukerne svarer rasjonelt, men i virkeligheten handler gaveinnpakning om følelser. Selv om man kanskje ikke vil innrømme det blir nok de fleste mer glad for en gave som ser dyr ut enn for en gave som ser billig ut – og gaveinnpakningen har jo betydning for oppfattelsen av gavens verdi.

1 av 5 forbrukere foretrekker å handle i butikker som tilbyr fin innpakning. Her har butikken muligheter for å utvikle et konkurransefortrinn, kanskje spesielt fremfor nettbutikkene, ved å tilby service som kundene kommer tilbake for å få, sier Kjørven.

**Innpakning og poser påvirker kundenes oppfatning av butikken**

68 prosent av forbrukerne svarer at innpakningen i meget eller ganske stor grad reflekterer butikkens profil. Kundene ser ikke posen som en del av innpakningen, men den er like vel en viktig del av totalopplevelsen. Valg av gaveinnpakning og poser påvirker således kundenes oppfatning av butikken.

Nær 60% av kvinnene tar vare på de eksklusive posene som ofte benyttes av gullsmedbutikker for gjenbruk. Med lang levetid får disse posene en ekstra reklameverdi for butikkene, sier Kjørven. Fokus bør derfor være på budskap, funksjon og kvalitet ved valg av poser.

**Første gang kundene blir spurt**

- Så vidt vi vet er dette den første undersøkelsen som er gjort for å avdekke forbrukernes holdning til butikkemballasje og da med fokus på gaveinnpakning, poser, profil- og blomsteremballasje. Det har gitt et resultat som mange innkjøpere vil ha interesse av, sier markedsansvarlig i Serviteur, Tone Kjørven.

Undersøkelsen ble gjennomført i juni 2014.

\* \* \*

**For mer informasjon**

Tone Kjørven, markedsansvarlig, tlf 22 80 11 22, e-post tone.kjorven@serviteur.no

**Bakgrunn for undersøkelsen**

Vi ønsket å gjennomføre en forbrukerundersøkelse om butikkemballasje (med fokus på gaveinnpakning, poser og blomsterinnpakning) for å kunne tilby faktabasert rådgivning til våre kunder. Mens det finnes masse dokumentasjon på betydningen av produktemballasje finnes det ingen informasjon om betydningen av poser og innpakning for butikker. Og vi fikk et svært spennende resultat.

**Om Serviteur**

Serviteur ble etablert i 1958 og er markedsleder innen butikkemballasje, og produserer og distribuerer emballasje og konseptløsninger til hele det skandinaviske markedet. Sortimentet er bredt innen gavepapir, silkepapir, bånd, bæreposer, blomsteremballasje og en rekke andre produkter. Serviteur har en egen designavdeling som kan bistå med emballasjedesign og totalpakker for profilering.

I Norge er Serviteur en av de størst i sitt segment. Bedriften eies av Tenvig, har ca 30 ansatte og en omsetning på rundt 130 millioner. Hovedkontoret er på Økern i Oslo, med salgsavdelinger i Sverige og Danmark.