**Fin gaveinnpakning gir fornøyde kunder!**

**En undersøkelse gjennomført av Ipsos på vegne av Serviteur – en av Norges ledende leverandører på innpakning og profilemballasje – viser at forbrukerne synes gaveinnpakningen er viktig! Her har butikkene mulighet til å utvikle et konkurransefortrinn, kanskje spesielt i forhold til nettbutikkene.**

- Undersøkelsen vi har gjennomført viser at spesielt kvinner og de litt eldre, som faktisk står for størstedelen av gaveinnkjøpene\*, synes det er viktig at gaver de skal gi bort har en fin innpakning. Nær 2 av 3 sier at det er viktig at gaver de skal gi bort har en fin innpakning, og blant kvinner mener hele 77 prosent at det er viktig, sier Tone Kjørven, markedsansvarlig i Serviteur.

**Forventningen blir ofte til skuffelse**

Nordmenn bruker 49,3 milliarder\* på gaver hvert år, og 1 av 3 mener at gaveinnpakningen de får i butikken ikke innfrir verken når det gjelder selve innpakningen eller materialene som brukes. Kun halvparten av forbrukerne mener at butikkansatte er flinkere enn folk flest til å pakke inn gaver, og hele en av fem kvinner pakker ofte gaver pakket inn i butikk inn på nytt når de kommer hjem.

Når forbrukerne blir bedt om å rangere ulike bransjer etter hvor gode de er på innpakning, skårer bokhandelen midt på treet, noe som kan ha sammenheng med at bokhandlerkjedene ofte bruker logo på innpakningspapir – mens de fleste forbrukerne foretrekker nøytral innpakning. Her er det muligheter for de som tenker annerledes, det skal ikke så mye til å skille seg ut og bli best i bransjen, sier Tone Kjørven, markedsansvarlig i Serviteur.

Å havne i den gruppen butikker hvor forbrukerne velger å pakke inn gavene på nytt fordi de ikke liker gaveinnpakningen, kan være direkte ulønnsomt. Da blir gaveinnpakningen en kostnad som også gir misfornøyde kunder.

**Fra kostnad til inntekt *og* fornøyde kunder**

Det viser seg at annenhver kunde synes det er helt greit å betale for innpakning, forutsatt at de ser hva de betaler for og at gaveinnpakningen de betaler for faktisk er ekstra fin.

- Kundene er nok ikke villige til å betale for den innpakningen butikkene tilbyr i dag, men det ligger en mulighet for butikkene i å ta seg betalt for en ekstra fin gaveinnpakning. Kanskje skal de gjøre begge deler - tilby gratis innpakning (med butikkens logo) OG en ekstra fin innpakning (uten butikkens logo), som de tar seg betalt for, foreslår Kjørven.

1 av 5 forbrukere (1 av 4 kvinner) foretrekker å handle i butikker som tilbyr fin innpakning. Her har butikken muligheter for å utvikle et konkurransefortrinn fremfor nettbutikkene – å tilby service som kundene kommer tilbake for å få, sier Kjørven.

**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.

\*Undersøkelse gjennomført av Nordea 10. - 22. februar 2011