

TakeAway[®]

FOOD PACKAGING

PLAQUETTE DE PRÉSENTATION
2016



« *Solution d'emballage alimentaire innovant* »

LE CONCEPT *TakeAway*[®]

FOOD PACKAGING



DOGGY-BAG



VENTE À EMPORTER



DELIVERY

À l'issue de quatorze mois de recherche & développement, TakeAway[®] a créé un ensemble de produits innovants, aux caractéristiques uniques sur le marché du packaging mondial.

TakeAway[®] a deux objectifs principaux :

- S'efforcer de dynamiser le marché de la «vente à emporter» et de la «delivery» pour en favoriser l'essor, grâce à des contenants répondant mieux aux attentes du secteur.
- Lutter contre la hausse du gaspillage alimentaire, en proposant aux professionnels de la restauration de mettre à la disposition des consommateurs le concept du «doggy-bag».

Ainsi, dans le respect des valeurs qui sont les nôtres, nous travaillons chaque jour aux côtés de nos clients pour répondre à leurs attentes, en nous appuyant sur des produits et sur un service que nous voulons d'une grande qualité.

L'Equipe TakeAway



- INNOVATION
- ECO-RESPONSABLE
- PROXIMITÉ
- SATISFACTION
- QUALITÉ
- INTÉGRITÉ

- problématique des professionnels -
de la restauration



Fidélisation
de la clientèle



Packaging adapté
(pratique, répondant
aux attentes clients)



Livraison : respect du produit,
afin de ne pas nuire à la
réputation du restaurateur

- Un procédé industriel innovant -

Grâce à un procédé industriel innovant de pliage / collage intérieur avec des soufflets et une plateforme technique spécifique, nous avons mis au point une innovation mondiale sur le marché de l'emballage. Plus besoin de sac en Kraft pour la transporter, ni de barquette en plastique pour garantir l'étanchéité.



Cette innovation a permis à TakeAway[®] de remporter
l'Oscar de l'emballage 2015
dans la catégorie consommation.



LES PRODUITS *TakeAway*[®]

FOOD PACKAGING



Micro-ondable 700w
Four traditionnel 150°C



Étanche



Recyclable



Empilable



3 niveaux de
personnalisation possibles



Grammage



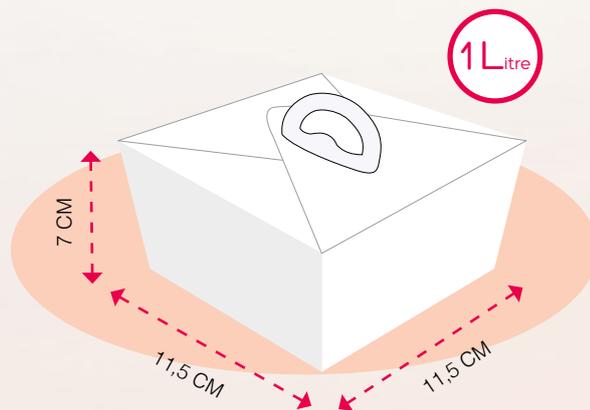
Transportable



Fermeture
3 secondes



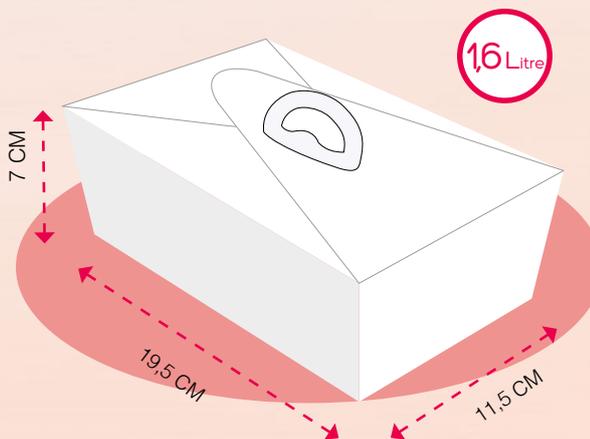
TakeAway[®]
La Box



CONDITIONNEMENT : CARTON DE 100 (2 COLONNES DE 50)
POIDS : 3,5KG / **DIMENSIONS CARTON** : 59 X 38 X 20 CM



TakeAway[®]
La Box XL



CONDITIONNEMENT : CARTON DE 100 (2 COLONNES DE 50)
POIDS : 4,3KG / **DIMENSIONS CARTON** : 59 X 36 X 28,5 CM

LES PRODUITS *TakeAway*[®]

FOOD PACKAGING



Recyclable



3 niveaux de
personnalisation possibles



Grammage

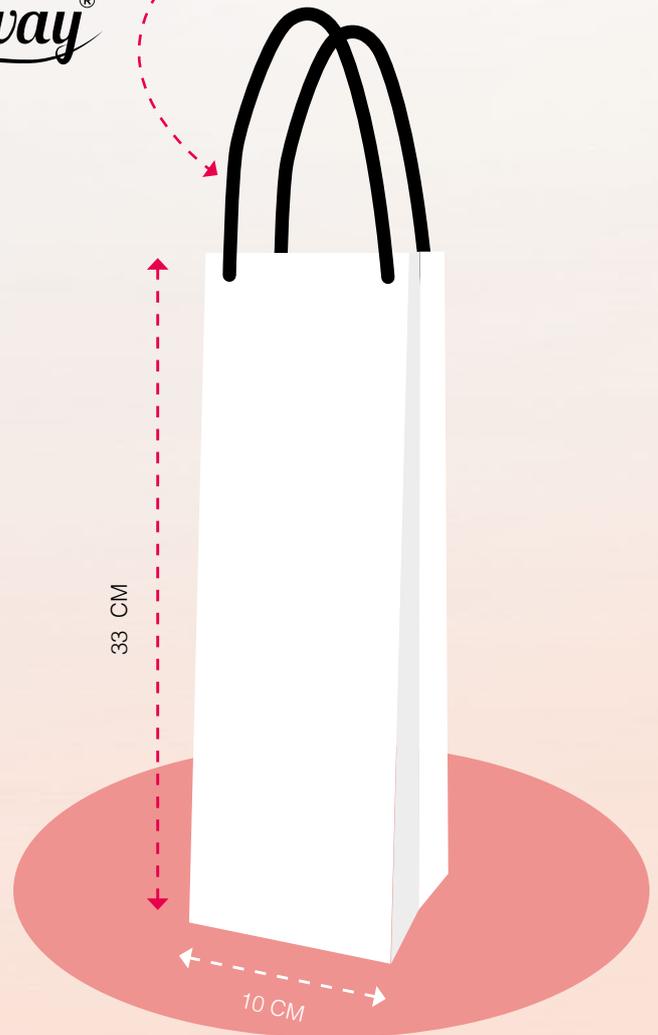


100% Coton



TakeAway[®]
Le Baq

100% COTON
COLORIS AU CHOIX



CONTENANCE : 1 BOUTEILLE

CONDITIONNEMENT : CARTON 100 (10 SACHETS DE 10)
POIDS : 4,3KG / **DIMENSIONS CARTON** : 59 X 36 X 28,5 CM

POURQUOI ADOPTER *TakeAway*[®] ?

FOOD PACKAGING

Aujourd'hui, cela ne sera plus un problème de ne plus avoir d'appétit ou de manquer de temps pour terminer son repas au restaurant... Le restaurateur est en mesure de proposer à ses clients une solution adaptée. En effet TakeAway réinvente la fin des repas dans la restauration commerciale grâce à des produits qualitatifs, au design travaillé et épuré. Cette innovation apporte un nouveau service «anti-gaspillage alimentaire» au sein des restaurants, tout en permettant aux restaurateurs de bénéficier d'un nouveau support de communication, grâce à la personnalisation des produits.

- Avantages Doggy Bag -



Solution contre le gaspillage alimentaire



Service supplémentaire pour le consommateur



Augmentation du ticket moyen



Image eco-responsible

La box TakeAway s'adapte aussi facilement au marché de la vente à emporter, à la fois grâce à l'addition de ses caractéristiques (ingrassable, étanche, passage au four et micro-ondes) mais aussi grâce à sa poignée intégrée qui permet d'éviter tout suremballage. L'image du restaurateur est véhiculée grâce aux différentes possibilités de personnalisation.

- Avantages Vente à Emporter -



Développement de la Vente à emporter



Emballage qualitatif



Supprime le suremballage



Pratique à emporter

• **INGRAISSABLE**

• **LIVRÉES PLIÉES, COLLÉES, EMPILÉES**

• **FERMETURE EN 3 SECONDES**

• **100% PERSONNALISABLE**



• ORIGINAL

Les produits TakeAway[®] au design sobre et chic conviennent parfaitement à la vente à emporter.



• PERSONNALISÉ

Plusieurs formules de personnalisation vous sont proposées, notre service graphisme s'occupe de créer les produits à votre image selon vos attentes.



• SPONSORING

Des annonceurs prennent place sur les produits TakeAway[®] pour vous permettre de les obtenir à un prix plus avantageux..



• ÉVÉNEMENT

Les produits TakeAway[®] à votre effigie pour vous permettre de communiquer et de promouvoir votre événement, votre opération ou votre cause.

- Kit communication -



- Référencement -



Je sors en ville, partenaire de TakeAway[®] aura la charge de référencer l'ensemble de nos clients. Il saura mettre en valeur l'ensemble des établissements, grâce à un site original, simple d'utilisation, à la présentation précise et soignée.
Liste des participants sur Takeaway-group.com

- VIGNETTE VITRINE Diamètre : 10 cm
- VIGNETTE MENU Diamètre : 4 cm
- FLYER A5 & AFFICHE A3

ILS FONT CONFIANCE À **TakeAway**[®]
FOOD PACKAGING



- Et bien d'autres -



- Nos partenaires -



Jean-Paul LACOMBE : (Léon de Lyon)

Fort de 40 ans d'expérience gastronomique et grand chef anciennement étoilé, Jean-Paul LACOMBE nous accompagne dans l'aventure TakeAway. Engagé dans la lutte contre le gaspillage, il propose déjà nos produits dans deux de ses restaurants.



Grégory CUILLERON : (Cinq mains)

En effet le thème du gaspillage alimentaire lui tient à cœur. Il a d'ailleurs été l'ambassadeur de la première journée nationale pour la lutte contre le gaspillage alimentaire qui a eu lieu le 16 Octobre 2013.



Alain ALEXANIAN : (Créateur des thés Kamélya)

D'origine arménienne, ce chef écolo s'est converti à la cuisine saine et aux produits d'origine bio. Il se positionne aujourd'hui dans la lutte anti-gaspillage alimentaire.

- Nos distinctions -



AVRIL 2014

Prix de l'innovation «Catégorie service»



MAI 2015

Exposition Universelle Milan 2015 - Pavillon France



OCTOBRE 2015

Award ONLY LYON



NOVEMBRE 2015

Oscar de l'emballage «Catégorie consommation»



OCTOBRE 2016

Partenaire officiel du SIAL «La Cuisine VAE»

ILS PARLENT DE *TakeAway*[®]

FOOD PACKAGING



- Télévision -



- Radio -



- Presse -



- presse spécialisée -



LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

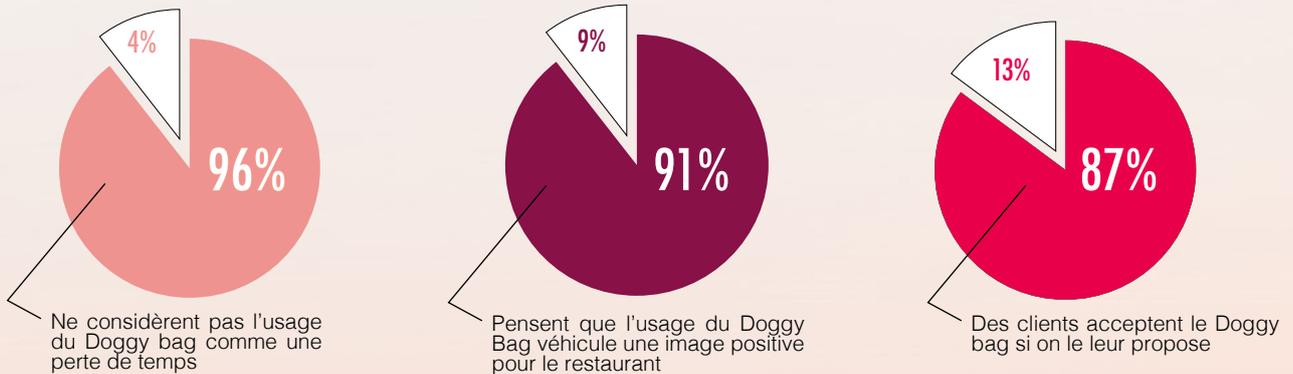
Selon une étude menée en France par la DRAAF (Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt de Rhône-Alpes), la restauration commerciale est à l'origine d'environ 58% du gaspillage alimentaire total de notre pays. Au vu de ce résultat, la DRAAF a mis en place un Plan National pour la prévention des déchets. Ce plan oblige les établissements servant plus de 160 repas par jour à trouver une solution depuis 2016 pour trier et valoriser leurs déchets alimentaires. L'idée du «sac à emporter» a été proposée comme solution, permettant aux consommateurs d'emporter les portions non consommées.



Selon une analyse menée en 2011 par la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), on estime que la quantité de gaspillage alimentaire dans le monde s'élève à 1,3 milliard de tonnes par an. Au niveau mondial, 1/4 de la nourriture produite est jetée sans avoir été consommée. Chiffres choquants lorsque l'on sait que 13 % de la population mondiale souffre de sous-alimentation. Ce gaspillage représente 750 milliards d'euros.

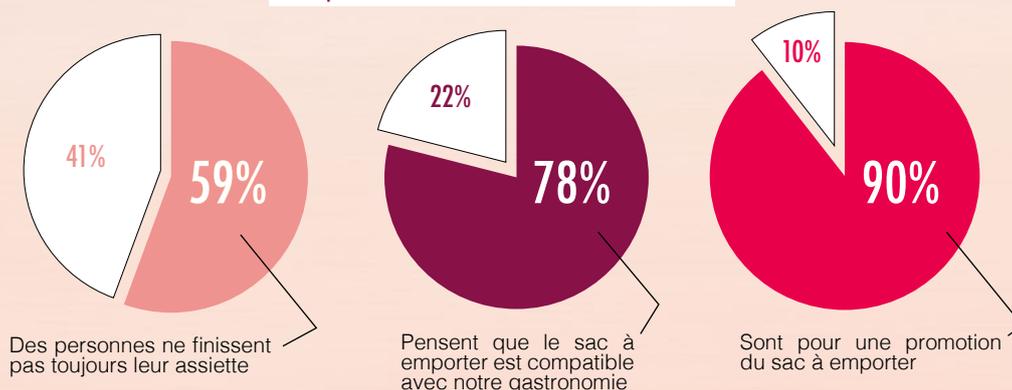
- Quelques chiffres -

Les restaurateurs qui l'ont essayé



Sources : Enquête menée par la DRAAF sur un échantillon de 68 restaurants sur une période de 2 mois

Du point de vue des consommateurs



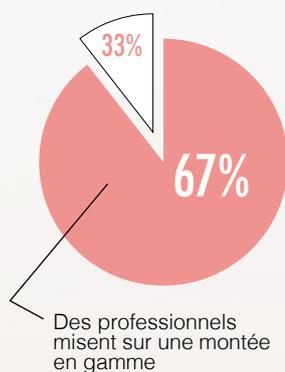
Sources : Enquête menée par la DRAAF sur un échantillon mixte de 2752 personnes âgées de 18 à 50 ans

LE MARCHÉ DE LA VENTE À EMPORTER

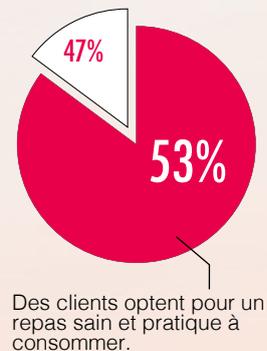
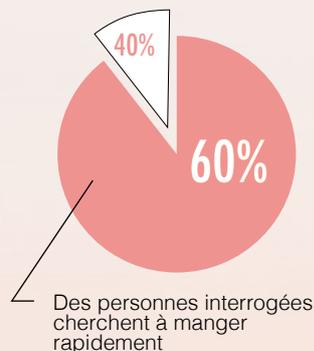
En 2016, un actif prend 7 repas sur 10 en dehors de chez lui. Le marché de la vente à emporter est donc en plein essor. Il représente en effet un chiffre d'affaires de 35 milliards d'euros avec plus de 24 000 points de vente et un ticket moyen calculé à 8€20. Les professionnels de la vente à emporter ont pour objectif d'apporter une réponse qualitative aux consommateurs à travers des innovations.

- Quelques chiffres -

Le point de vue des restaurateurs sur la VAE



Ce qu'attendent les consommateurs de la VAE



Source : Agence Wellcom, baromètre VAE, 2012





MILANO 2015

TakeAway®, par l'intermédiaire de son produit «La Box TakeAway®», a été sélectionné à l'Exposition Universelle de Milan 2015 sur le thème «Nourrir la Planète, Energie pour la vie». C'est Alain BLOGOWSKI, conseiller scientifique au Commissariat Général de la France qui a souhaité mettre en avant l'innovation réalisée sur l'emballage. S'inscrivant comme un acteur principal de la lutte contre le gaspillage alimentaire, «La Box TakeAway®» de par ses caractéristiques, respecte les aliments, et permet une consommation de ces derniers dans la meilleure des conditions.

Pendant six mois (1er mai au 31 octobre 2015), plus de 12 millions de visiteurs sont venus en Italie pour parcourir les pavillons des quelques 137 pays représentés. C'est au sein du Pavillon France que «La Box TakeAway®» a naturellement trouvé sa place.

La France qui a réalisé un Pavillon sur le thème «Produire et Nourrir autrement», souhaite dans les années à venir «promouvoir un modèle qui réponde à l'ensemble des enjeux de durabilité de l'alimentation grâce à sa politique publique de l'alimentation, qui comprend à la fois des actions sur la production et sur la consommation».





Victor MAROSTEGAN, Ludivine VAJOU & Nicolas DUVAL sont les trois co-fondateurs de la société TakeAway créée à Lyon en mars 2014.

www.takeaway-group.com
contact@takeaway-group.com



Contact

+33 4 78 82 93 45

Bureau et Siège social

17 Cours de la Liberté
69003 - Lyon

TakeAway[®]
FOOD PACKAGING