



PACKAGING PROCESSING PRINTING LOGISTICS

# Sondage IFOP et innovations sur les emballages

# SOMMAIRE

**1- ALL4PACK 2020 : plus que jamais d'actualité**

---

**2- Perception des Français sur les Emballages**  
Sondage IFOP

---

**3- Exemples d'innovations : les exposants**  
d'ALL4PACK

---

**4- L'Emballage fait sa Révolution !**

---

**5- FOOD, les tendances de l'innovation par**  
l'Emballage

---

**6- Annexe technique**

---

# 1- ALL4PACK 2020 plus que jamais d'actualité !

**Olivia MILAN**

*Directeur du salon ALL4PACK Emballage Paris 2020*



# ALL4PACK Emballage Paris, un salon qui existe depuis 1947



## Salon Généraliste dans l'offre :

Toute la filière du Packaging, Processing, Printing, Logistics qui s'adresse aux visiteurs de toutes les industries (Agroalimentaire, Pharma, Automobile etc...).

### ✓ 1 DATE

Du 23 au 26 novembre 2020

### ✓ 1 LIEU

Paris Nord Villepinte FRANCE

### ✓ 2 HALLS

Hall 6 & Hall 7

### ✓ 1 OFFRE

Salon Biennal BtoB, positionné salon généraliste multi-expertises  
(Processing, Printing, Handling, Packaging)  
4 Univers complémentaires

**79 000**

Professionnels de la zone EMEA attendus  
35% d'internationaux (chiffre annoncé)

**1 350**

Exposants et marques représentées  
50% d'internationaux

**600**

Machines en fonctionnement  
Pendant les 4 jours du salon

# Une nouvelle plateforme de marque

## VISION

L'emballage sera toujours nécessaire et stratégique pour les marques. Il est indispensable mais il est arrivé à **la fin d'un cycle**. L'avenir est à sa **réinvention**.

## AMBITION

Devenir **le salon de l'emballage et de la logistique innovant, durable et responsable**.

## MISSION

Faire de ce salon une **source d'inspirations** pour l'avenir via le décodage des innovations et réglementations, et la présentation de solutions d'emballage et de logistique durables.

## POSITIONNEMENT

Salon **International précurseur de toutes les solutions durables d'Emballage et de Logistique**. ALL4Pack, c'est aussi une offre de **machines qui couvre l'ensemble de la ligne de production**.

## VALEURS

Avant-gardisme  
Impartial  
Responsable (RSE)  
Durable

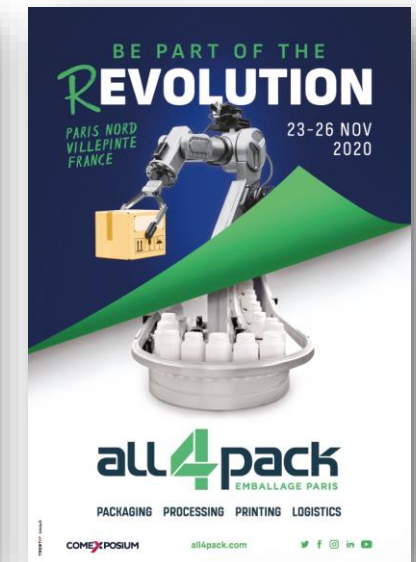
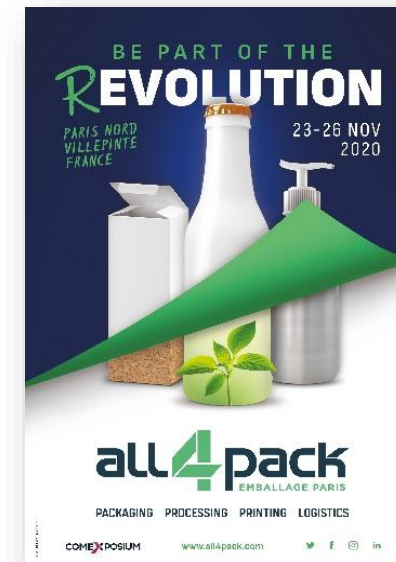
## PERSONNALITE / TONALITE

Expert  
Dynamique  
Décrypteur de tendances  
Ouverture internationale

Sérieux  
Efficace  
French Touch  
Internationale

## BRAND SIGNATURE

Be part of the Revolution



# Les grands rendez-vous d'ALL4PACK Emballage Paris 2020 !

## LES CONFERENCES



Be part of the Revolution ! Afin de vous permettre de mieux comprendre, analyser, décrypter et échanger sur les tendances, les solutions d'avenir, mais aussi la réglementation et les nouvelles normes, ALL4PACK Emballage Paris vous propose une programmation exceptionnelle.

## L'ESPACE INNOVATIONS



Inspirant, prospectif et créatif, l'espace ALL4PACK INNOVATIONS décrypte les tendances et permet de découvrir les nouveautés des secteurs couverts par le salon. Cette animation majeure est aussi un concours qui récompense les produits, les machines / équipements, services ou processus de fabrication de la filière de l'emballage, du conditionnement et de l'intralogistique présentant un caractère nouveau ou utilisant une technologie nouvelle issue de la recherche.

## L'ESPACE OBJECTIF ZERO IMPACT



Cette édition de lancement annonce l'ambition d'ALL4PACK : devenir le rendez-vous international de référence pour des solutions durables et responsables en matière de packaging, de processing, de printing et d'intralogistique. Avec "Objectif Zéro Impact", un évènement hybride unique qui aspire à être une plateforme d'échanges et un Think Tank, le salon propose un espace concret pour trouver des solutions d'actions.

## PETNOLOGY EUROPE 2020



La conférence PETnology Europe 2020 offrira une plateforme aux spécialistes pour échanger des idées, développer des solutions et les présenter. Développement durable, partenariats, circularité, stratégie, ingénierie et technologie... tous ces aspects se retrouveront sous les projecteurs !

**Les 23 et 24 novembre 2020, ALL4PACK Emballage Paris accueillera la 25<sup>ème</sup> Conférence PETnology à Paris Nord Villepinte.**

# 2- PERCEPTION DES FRANÇAIS SUR L'EMBALLAGE

Sondage IFOP (mai-2020)

**Hélène TSOUNGUI**

*Directeur communication d'ALL4PACK*



# Présentation de l'étude







## Objectifs



Cette étude vise à cerner auprès des Français :

- 01** L'utilité perçue des emballages
- 02** L'évolution des habitudes d'achat de produits avec moins d'emballage entre la période avant Covid-19 et maintenant
- 03** La perception des efforts réalisés par les industriels dans le développement d'emballages durables.



## Méthodologie



### Omnibus online

Les informations ont été recueillies auprès d'un échantillon national représentatif de **1001 individus âgés de 18 ans et plus.**



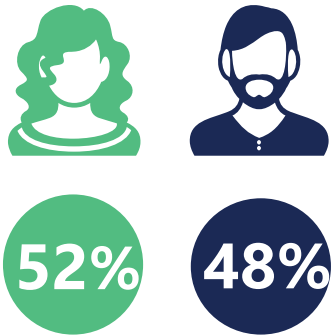
## Date de terrain



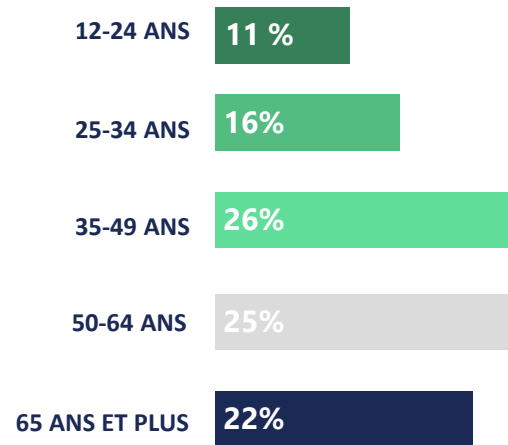
Cette étude a été menée du



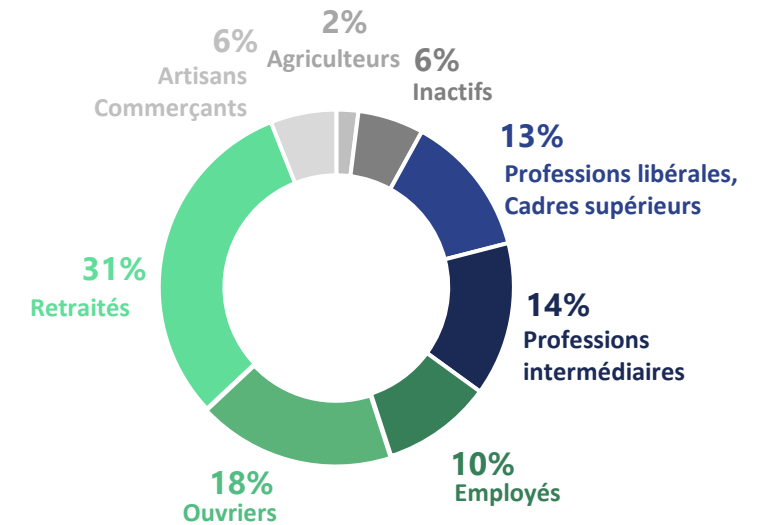
# RÉPARTITION PAR SEXE



# ÂGE



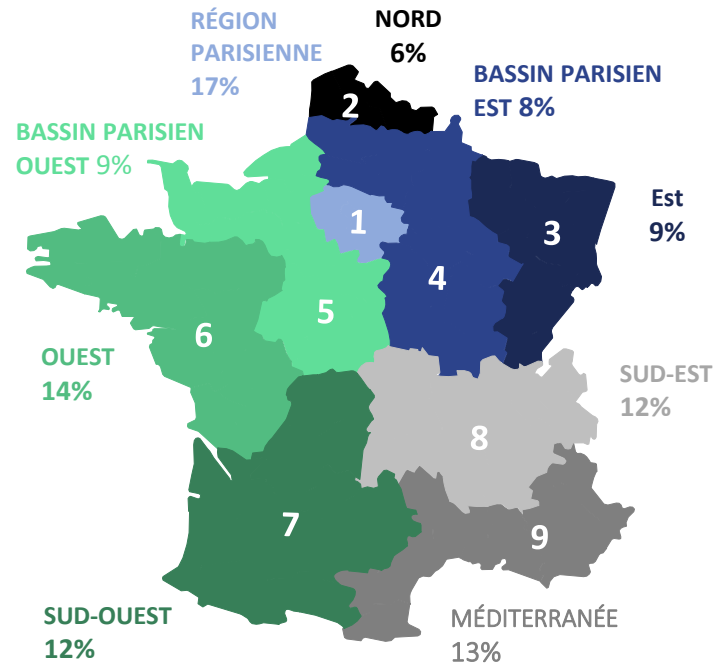
# CSP DE L'INTERVIEW



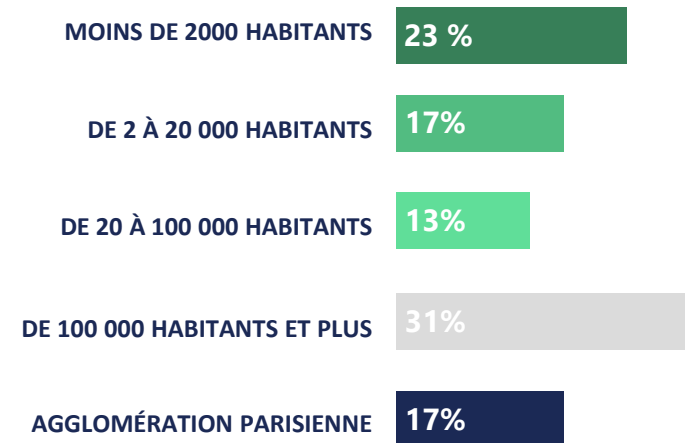
**Base = 1001**



## PAR RÉGION



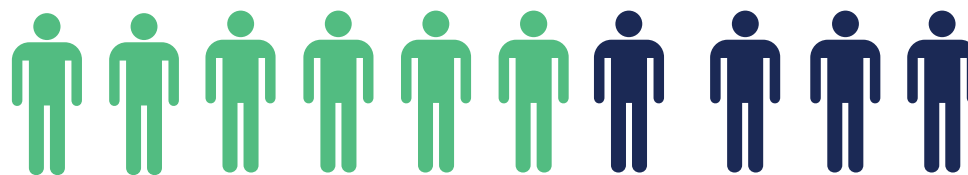
## PAR CATÉGORIE D'AGGLOMERATION



**Base = 1001**

# Synthèse de l'étude





**6 Français /10**

considèrent l'emballage extrêmement ou très utile.

---

Les seniors âgés de 65 ans et plus sont significativement plus nombreux à partager cette opinion (66%).



## AVANT LE CONFINEMENT



**8 Français / 10**

privilégiaient des produits avec moins d'emballage.

**1/3** le faisait régulièrement

## AVEC L'ÉPIDÉMIE DE COVID 19,

**40%** d'entre eux déclarent acheter, aujourd'hui, davantage de produits avec emballage.

Il s'agit notamment des millennials responsables des achats (47%), des habitants du Nord Est (48%) et des grandes agglomérations (45%). Des personnes qui jugent que les emballages sont très utiles (61%) et que les industriels font des efforts dans la conception d'emballages durables (58%).

## AUJOURD'HUI MALGRÉ LA PANDÉMIE



**1 Français / 2**

continue d'acheter des produits avec moins d'emballage.



# 61%

**Une large majorité de Français (61%) considère que les entreprises ne font pas suffisamment d'efforts dans la conception d'emballages durables.**

---

Si les résultats montrent clairement que, pour les Français, les industriels ne font pas suffisamment d'efforts dans la conception d'emballages durables, on n'observe pas de « note sanction » de la part des consommateurs (la valeur extrême négative ne s'élève qu'à 17%).

La majorité des sondés se positionne dans le « probablement » positif ou négatif, ce qui met en évidence **une absence de certitude dans ce domaine sûrement liée à un manque de connaissance sur les actions entreprises par les industriels.**

# Résultats de l'étude







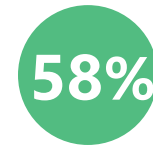
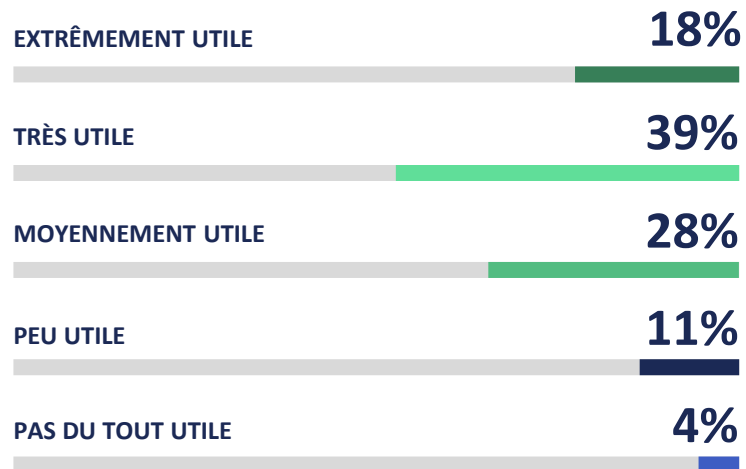
Utilité  
de l'emballage  
pour la sécurité  
alimentaire

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



Q1. Avec l'épidémie de COVID-19, diriez-vous que pour votre sécurité alimentaire, l'emballage est ...

“  Près de 6 Français sur 10 considèrent l'emballage extrêmement ou très utile. ”



Notamment auprès :  
des 65 ans et plus (66%)



Notamment auprès :  
 • Des 18-24 ans (22%)  
 • Des foyers dont le chef de ménage est cadre (22%)  
 • Les agglomérations de moins de 2000 hab.(18%)



Individus âgés de 18 ans et plus (1001 = 100%)

Aucun écart significatif (positif, négatif) par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance de 95%



Produits  
avec moins  
d'emballage  
privilégiés avant  
l'épidémie du  
Covid-19

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



Q2. Avant l'épidémie de COVID-19, lorsque vous effectuiez vos achats, privilégiez-vous des produits qui nécessitaient moins d'emballage ?

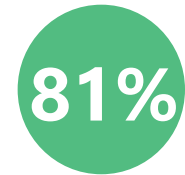
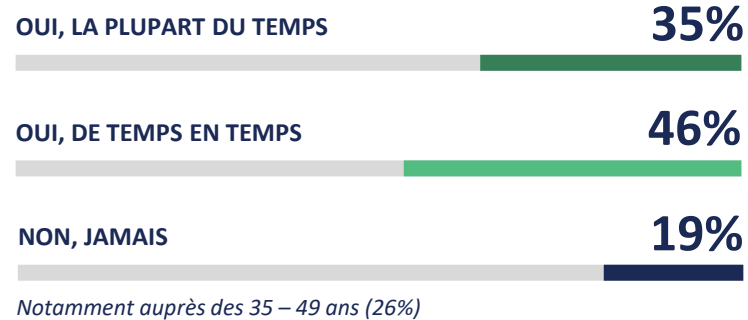
« 1/3 des Français privilégiait régulièrement les produits avec moins d'emballage avant la COVID-19. »

## AVANT LE CONFINEMENT



**8 Français sur 10**

privilégiaient des produits avec moins d'emballage



Notamment auprès des 50 à 64 ans (86%)



Individus âgés de 18 ans et plus (1001 = 100%)

Aucun écart significatif (positif, négatif) par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance de 95%



Modification du  
comportement  
vis-à-vis  
des emballages,  
après le Covid-19

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



Q3. Avec l'épidémie de COVID-19 avez-vous modifié votre comportement vis-à-vis des emballages ?

“ Un tiers des Français privilégiait régulièrement les produits avec moins d'emballage avant le COVID-19, parmi eux 40% ont augmenté leurs achats de produits depuis l'épidémie. ”

## AVEC L'ÉPIDÉMIE DE COVID 19,

**40%** d'entre eux déclarent acheter, aujourd'hui, davantage de produits avec emballage.



## ZOOM

- Il s'agit notamment des millennials, responsables des achats (47%), des habitants du Nord Est (48%) et des grandes agglomérations (45%). Des personnes qui jugent que les emballages sont très utiles (61%) et que les industriels font des efforts dans la conception d'emballages durables (58%)(\*).
- On observe la même répartition quelle que soit la fréquence à laquelle les individus privilégiaient des produits avec moins d'emballage avant la pandémie (la plupart du temps ou de temps en temps).



Individus âgés de 18 ans et plus (1001 = 100%)

(\*): Ecart significatif (positif, négatif) par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance de 95%



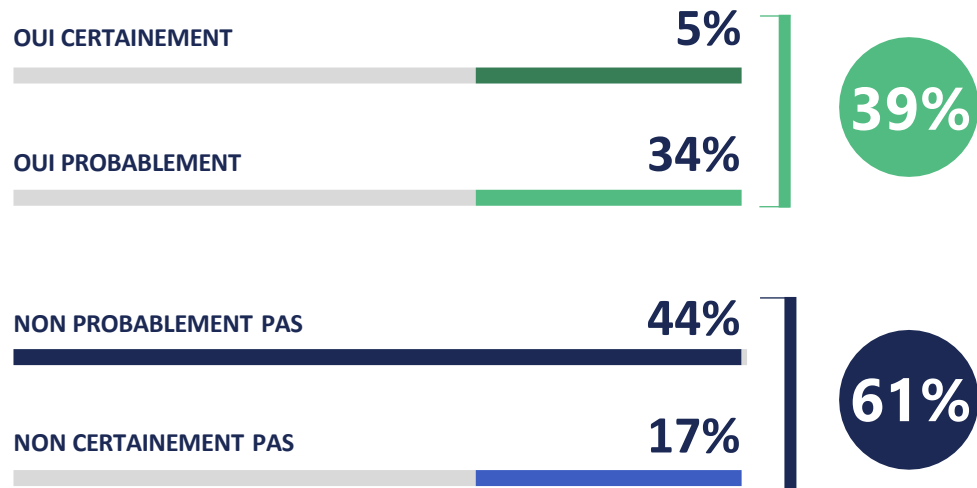
Agrément vis-à-vis  
des efforts  
des industriels  
dans la conception  
d'emballages  
durables

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



Q4. Diriez-vous que les industriels font suffisamment d’efforts dans la conception d’emballages durables ?

“ Une large majorité de Français considère que les industriels ne font pas suffisamment d’efforts dans la conception d’emballages durables. ”



Notamment auprès... des foyers CSP+ (19%) et intermédiaire (27%)



## ZOOM

- Si les résultats montrent clairement que, pour les Français, les industriels ne font pas suffisamment d’efforts dans la conception d’emballages durables, on n’observe pas de « note sanction » de la part des consommateurs (la valeur extrême négative ne s’élève qu’à 17%).
- La majorité des sondés se positionne dans le «probablement» positif ou négatif, ce qui met en avant un manque de certitude dans ce domaine, sûrement lié à un manque de connaissance sur les actions entreprises par les industriels.



Individus âgés de 18 ans et plus (1001 = 100%)

Aucun écart significatif (positif, négatif) par rapport à la population complémentaire, au seuil de confiance de 95%



# 3- EXEMPLES D'INNOVATIONS

Les exposants d'ALL4PACK 2020

**Intervention de**

**Madame Olivia MILAN**

*Directeur du salon ALL4PACK*





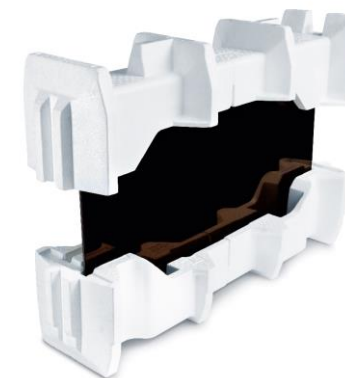
Invention de  
nouvelles matières  
pour répondre  
aux défis  
environnementaux

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



# Invention de nouvelles matières pour répondre aux défis environnementaux

- STOROpack (spécialiste de l'emballage) présentera au salon le rEPS, une nouvelle matière première recyclée composée à 100% de PSE (polystyrène isotherme) recyclé provenant de produits de post-consommation



Une révolution puisque ce matériau est parmi ceux les plus utilisés au monde pour les emballages de protection

- STOROpack fabrique également des emballages biodégradables à partir d'une nouvelle matière biosourcée compostable, répondant à la norme EN 13432 et contenant une part très élevée de matériaux renouvelables



Une innovation très intéressante car elle peut être compostée industriellement avec les autres déchets alimentaires, sans nettoyage préliminaire. Elle constitue également un compost pour l'agriculture, contribuant ainsi à l'économie circulaire



Des emballages  
réutilisables,  
solution de demain  
pour le  
e-commerce

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



## Des emballages réutilisables, solution de demain pour le e-commerce

- La start-up LivingPackets a développé, en direction du commerce en ligne, « The Box », une caisse de transport réutilisable, pliable et entièrement recyclable faite en PPE (polypropylène expansé). Elle est garantie pour plus de 1000 utilisations afin de limiter l'impact environnemental et les coûts de transport.



Présentant des technologies intelligentes (capteurs, connexion Internet, mécanisme de verrouillage intégré...), THE BOX n'est pas destinée à une application ponctuelle, l'idée étant de l'utiliser comme un service.

Innovation récompensée par le concours PackTheFuture dont la cérémonie aura lieu sur le salon All4Pack 2020

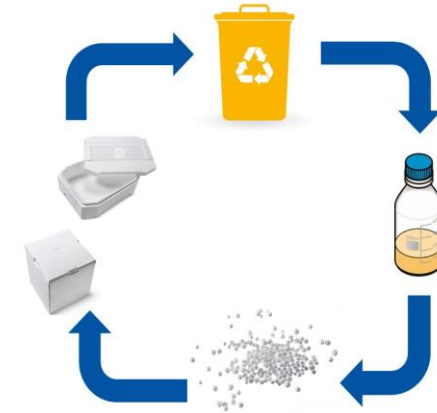


De nouvelles  
solutions de  
recyclage pour  
fabriquer les  
emballages de  
demain

all  pack  
EMBALLAGE PARIS

# De nouvelles solutions de recyclage pour fabriquer les emballages de demain

- Pour offrir une alternative plus durable que l'incinération et l'enfouissement des déchets, STOROpack a mis en place un processus innovant de recyclage chimique qui permet de recycler les plastiques mélangés et contaminés. Ces nouveaux emballages sont destinés aux denrées alimentaires fraîches (poissons...).



**>>** Un projet en phase pilote. Des aspects technologiques, économiques et réglementaires doivent encore être clarifiés. Et les échanges sur le salon pourront aider le projet à aboutir à une certaine « maturité commerciale ».



Des innovations  
répondant aux  
exigences  
industrielles et à la  
sécurité des  
consommateurs

all  pack  
EMBALLAGE PARIS





## Des innovations répondant aux exigences industrielles et à la sécurité des consommateurs

- Afin de faciliter le recyclage et éviter les problèmes liés à la poignée adhésive, Polypack a créé une solution d'emballage avec poignée intégrée entièrement en film polyéthylène (classique, biosourcé ou compostable). Il est compatible avec une grande variété de produits notamment les bouteilles, aussi bien en verre qu'en plastique, les canettes ou encore les briques.



Tri pour le consommateur final facilité avec les prédécoupes pour dégager la poignée  
Tri également facilité car cet emballage est mono-produit et mono-sourcé



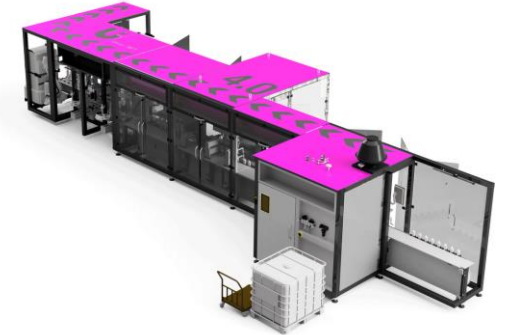
Des innovations  
machines qui  
permettent de  
s'adapter très  
rapidement aux  
besoins nouveaux

all  pack  
EMBALLAGE PARIS



# Des innovations machines qui permettent de s'adapter très rapidement aux besoins nouveaux

- Le fabricant Français UNISTA et sa nouvelle ligne complète d'emballage propose aux entreprises et industriels des lignes de production complètes et « clé en main » (redresseur de flacons, solution de remplissage, bouchage et étiquetage...). Tous les éléments sont parfaitement accordés et le changement de format de production peut être effectué en quelques minutes seulement...



>>

Dans la période actuelle, quand beaucoup d'entreprises ont eu besoin de changer leur production en un claquement de doigts pour produire du gel hydroalcoolique ou d'autres produits, il est très important d'avoir des machines capables d'effectuer un changement ultra-rapide

- Le fabricant d'emballage BARDET développe une chaîne de production de masques de protection à destination des soignants et du grand public. En quelques semaines, l'entreprise de Seine-et-Marne (la première du département à produire des masques) est capable de sortir 2 millions d'unités par mois.



- Spécialiste du matériel de convoyage, le groupe HELLOMOOV' s'est basé sur une innovation révélée en mars pour contribuer à la lutte contre la propagation du virus : un robot convoyeur, conçu à l'origine pour transporter des pièces dans les usines, et converti en robot nettoyeur. RED (pour Robot Expert de Désinfection), est capable de désinfecter 100m<sup>2</sup> par minute. La PME propose également des sas de confinement pour les hôpitaux.



# 4- L'EMBALLAGE FAIT SA REVOLUTION

**Fabrice PELTIER**

*Expert, designer et Consultant*



# 70%

**des Français se disent préoccupés  
par les emballages**

ObSoco – mai 2019 – 4 000 personnes



Trop d'emballages  
= trop de déchets !



2019 début 2020

# Une révolution législative...



## La France va sortir progressivement du plastique jetable



**2020** : gobelets, assiettes, coton-tiges + dans la restauration scolaire : bouteilles d'eau



**2021** : pailles, couverts, touillettes, assiettes, boîtes fast-food en polystyrène, etc.



**2022** : sachets de thé, jouets en plastique distribués dans les fast-food, emballage des fruits et légumes



**2023** : dans la restauration rapide : couverts et emballages pour les repas et boissons consommés sur place



**2025** : dans les cantines scolaires, de la crèche à l'université : contenants alimentaires de cuisson, de (ré)chauffe et de service.

...

**2040** : Plus aucun emballage plastique à usage unique sur le marché.



# Sur la même période Des engagements à faire mieux...







Une idée qui n'a pas cessé de progresser ces dernières années...

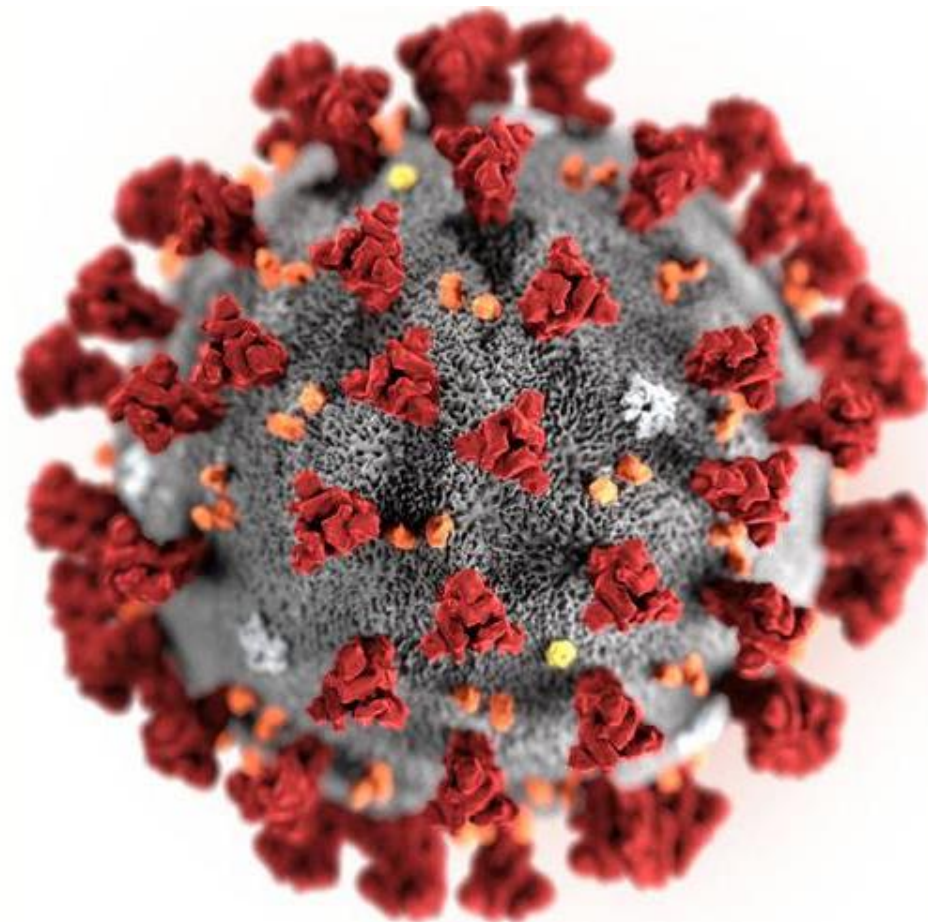
**65 %** des Français souhaitent « *beaucoup moins d'emballages* »

**44 %** des Français déclarent « *on pourrait s'en passer* »

Éco Emballages – Ademe - 2014

# L'emballage ça sert à rien !

# Et patatrac !



19 mars 2020

# L'emballage devient stratégique pour la vie de notre pays...



« On doit maintenir le minimum d'activité économique nécessaire à la vie du pays. Un exemple qui peut sembler trivial mais qui est important. Lorsqu'une chaîne logistique s'interrompt, lorsqu'une usine qui produit du papier ou du carton ou des emballages s'arrête, on se dit, l'emballage, ce n'est pas stratégique pour le pays. Sauf que, lorsque vous n'avez plus cette usine d'emballages, vous vous retrouvez dans une situation où vous ne pouvez plus préparer la façon dont l'agroalimentaire, les masques, ou les médicaments sont distribués. Et donc, vous vous retrouvez dans une situation matérielle extrêmement dangereuse. Autrement dit, nous devons absolument conserver, même en période de confinement, le minimum d'activité économique nécessaire à la vie du pays et à la préparation du rebond. »

L'emballage ça sert à rien  
sauf qu'on en a plus que  
jamais besoin...

# 76%

des Européens souhaitent disposer  
d'emballages fonctionnels  
et faciles à utiliser

Tetra Pak (Étude pan Européenne)









# 135€

**Un projet de décret prévoit d'augmenter de 68 à 135€  
l'amende pour abandon de déchets sur la voie publique.  
L'annonce, faite ce dimanche 7 juin, par la secrétaire  
d'État à la Transition écologique Brune Poirson.**



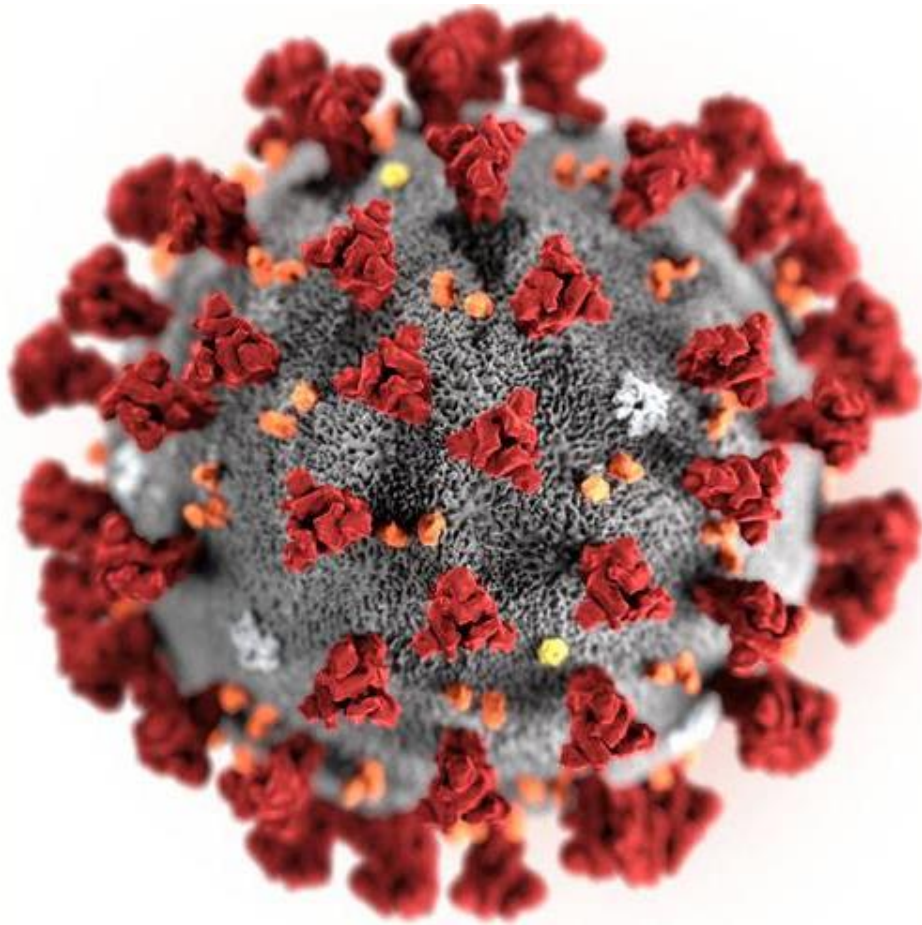


***« Tout obstacle renforce la détermination. Celui qui se fixe un but ne change pas. »***

Léonard de Vinci



# Rien n'a changé !



# 61%

**des Français demandent  
aux industriels d'avantage d'efforts pour la  
conception de leurs emballages**

Sondage IFOP – 13 mai 2020

all4pack  
EMBALLAGE PARIS

LA  
**REVOLUTION**

EST EN COURS

Novembre 2020

## Les « 3 R » et encore plus :

- Réduire toujours
- Réutiliser si possible
- Recycler à 100%
- Réintégrer la matière recyclée
- Revenir au renouvelable
- Réinventer les emballages
- Rendre visite à ceux qui vont emballer demain...



# FOOD LES TENDANCES DE L'INNOVATION PAR L'EMBALLAGE

**Xavier TERLET**

*Directeur de la société ProtéinesXTC  
Expert / Consultant ALL4PACK & SIAL Paris*



# L'EMBALLAGE : UN FORT LEVIER D'INNOVATION



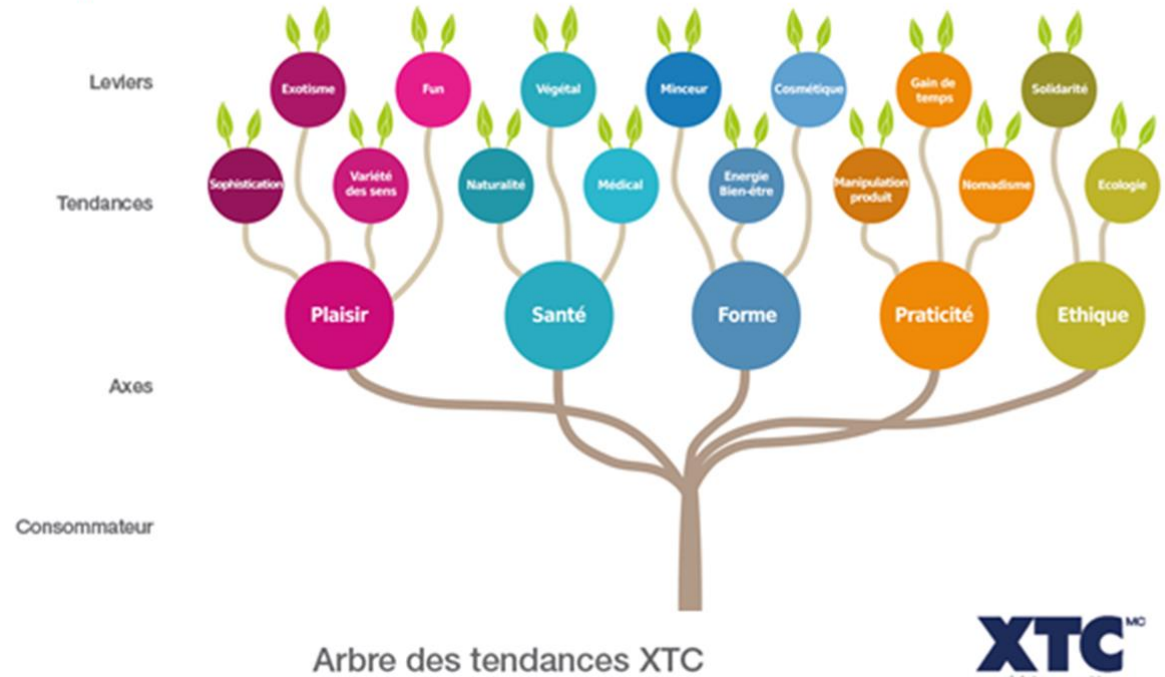
Dans le monde en 2019, près d'une innovation alimentaire sur cinq est une innovation par l'emballage\*

*\*source : Baromètre Mondial de l'Innovation ProtéinesXTC*


# L'EMBALLAGE, UNE RÉPONSE AUX DIFFÉRENTES REVENDICATIONS DES CONSOMMATEURS

**Plaisir, Santé, sécurité, praticité, écologie ...**

L'emballage est le support de nombreuses réponses aux tendances de l'innovation et aux nouvelles attentes consommateurs







# FOOD : LES TENDANCES DE L'INNOVATION PAR L'EMBALLAGE

## 1. LE PLAISIR

Variété des sens

Le partage, la générosité et le réconfort

Faire soi-même

## 2. LA SANTÉ

L'emballage protecteur

## 3. L'ETHIQUE

L'emballage eco-conçu

L'emballage anti-gaspi

Vrac et innovation emballage





# 1- LE PLAISIR VARIÉTÉ DES SENS

Rupture dans les habitudes, fun, positionnement grâce à la forme, la couleur, la texture de l'emballage



- Le contenant shot souvent associé à une fonctionnalité spécifique du contenu
- La forme évocatrice
  - Moutarde aux recettes élaborées dans un pot en forme de diamant
  - Faisselle forme pis de vache
- L'interactivité / fun : Vin rosé pour femmes dans une bouteille qui révèle un mot doux au contact du froid

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel



# LE PLAISIR LE PARTAGE, LA GÉNÉROSITÉ ET LE RÉCONFORT

Le plaisir d'offrir, le plaisir de partager. Pour des moments empreints de convivialité



- Bière grand format à partager
- Assortiment de bières de spécialité dans un coffret à partager.
- Assortiment de sodas COCA COLA. 5 variétés. 12 canettes de 33cl à partager

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel



# PLAISIR LE FAIRE SOI-MÊME

Faire soi-même est une tendance forte. Satisfaction de réaliser ou produire soi-même les produits que l'on consomme. Une tendance poussée également par la recherche de garantie sécuritaire (contrôler les ingrédients et le process) et enfin une recherche d'économie de coût.



- Box pour réaliser du cidre soi-même en 2 jours. Ajouter de l'eau et la levure. Laisser fermenter 2 jours. Dans un Bag-In-Box pour 10 pintes
- Kit compartimenté pour salade
- Kit pour préparation de jus au chou kale. Contient des fruits et légumes lavés et fraîchement coupés.
- Kit pour faire pousser les champignons

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel



## 2- SANTÉ

# L'EMBALLAGE PROTECTEUR

Le fantasme du zéro emballage a fait long feu notamment à la faveur des craintes de contamination Covid-19. Il laisse place à une logique de l'emballage protecteur (contamination, meilleure conservation) et qui doit aussi être plus écologique. Vers le « juste » emballage.

Protection contamination



Protection conservation



In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel





# 3- ETHIQUE

## L'EMBALLAGE ECO-CONÇU

Moins de plastique, moins de matière, biodégradabilité, matière recyclée .. Sont les nouvelles réponses apportées aux consommateurs de plus en plus conscients de leur éco responsabilité en matière de choix produit.



- Barquette fabriquée avec plus de 55% de matières recyclées
- Briques de lait sans aluminium
- Chocolat poudre : du plastique au sachet en papier recyclable.
- Eau dans une bouteille en matière 100% recyclée
- COCA-COLA en canettes sans suremballage plastique. Suremballage remplacé par un Keel-Clip, un carton qui enserme les canettes par le haut.
- Infusion dans un emballage écologique. Suppression du suremballage autour de la boîte, de la ficelle et de l'étiquette des sachets. Surenveloppes sans dérivé chloré et avec moins de plastique que l'emballage précédent.

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel



# ETHIQUE

## L'EMBALLAGE ANTI-GASPI

Quand l'emballage permet de moins gaspiller. Une revendication forte du consommateur pour des raisons écologiques et économiques.



- Fruits recouvert d'une fine couche végétale pour réduire le gaspillage
- Feta dans un emballage sous-vide fraîcheur et anti-gaspillage. Sans saumure, ce qui permet de réduire le poids et le gaspillage.

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel



# ETHIQUE

## VRAC ET INNOVATION EMBALLAGE ?

Le vrac séduit : Moins cher, moins d'emballage acheté et jeté, la possibilité d'acheter la juste dose sans gaspiller. Présent aujourd'hui dans tous les réseaux bio mais aussi dans trois hypers sur quatre pour un marché de plus d'1Mds d'euros en hausse de 41%.



### Le « Vrac » source d'innovation emballage ?

- Pour se développer, le vrac doit aller au-delà de ses limites actuelles :
  - **l'hygiène** : avec des équipements plus étudiés, plus hermétiques et qui garantissent une absence de contamination extérieure (ex : Franprix)
  - L'appropriation par les entreprises IAA qui voit là une possibilité de répondre aux aspirations des consommateurs **tout en véhiculant leur marque**.
    - Distributeurs brandés (ex. Nestlé en Suisse)
    - Emballage solide réutilisable (Juste Bio)

In reinvention we trust. **ProtéinesXTC**

© Copyright ProtéinesXTC - Document confidentiel

# Annexe technique

## Sondage IFOP (Mai-2020)







# Le questionnaire

Posé à 1001 individus âgés de 18 ans et plus





Sexe, âge, région, catégorie d'agglomération, profession de l'interviewé et du chef de famille taille du foyer, présence d'enfants de moins de 15 ans au foyer.

## Q1 AVEC L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19, DIRIEZ-VOUS QUE POUR VOTRE SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, L'EMBALLAGE EST ...

- Extrêmement utile
- Très utile
- Moyennement utile
- Peu utile
- Pas du tout utile

## Q2 AVANT L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19, LORSQUE VOUS EFFECTUIEZ VOS ACHATS, PRIVILÉGIEZ-VOUS DES PRODUITS QUI NÉCESSITAIENT MOINS D'EMBALLAGE ?

- Oui, la plupart du temps
- Oui, de temps en temps
- Non, jamais



Sexe, âge, région, catégorie d'agglomération, profession de l'interviewé et du chef de famille taille du foyer, présence d'enfants de moins de 15 ans au foyer.

*Si code 1 ou 2 en Q2*

### Q3 AVEC L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19 AVEZ-VOUS MODIFIÉ VOTRE COMPORTEMENT VIS-À-VIS DES EMBALLAGES ?

- Oui, je privilégie plus souvent qu'avant des produits
- avec emballage
- Non, je n'ai pas modifié mon comportement

### Q4 DIRIEZ-VOUS QUE LES INDUSTRIELS FONT SUFFISAMMENT D'EFFORTS DANS LA CONCEPTION D'EMBALLAGES DURABLES ?

- Oui certainement
- Oui probablement
- Non probablement pas
- Non certainement pas