



Coca-Cola Europacific Partners France et Domino's Pizza France lancent une campagne nationale commune pour sensibiliser leurs consommateurs au tri des emballages

Le 12 octobre 2023

Domino's Pizza France et Coca-Cola Europacific Partners France lancent une campagne nationale de sensibilisation aux gestes du tri. Cette campagne 360° sera diffusée du 2 octobre au 7 novembre sur l'ensemble des réseaux sociaux des deux enseignes ainsi que par email.

Depuis plusieurs années engagées dans une politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), les deux enseignes ont travaillé conjointement pour créer cette campagne d'information et de sensibilisation à destination du grand public.

Cette campagne, dont le fil rouge est **#Àtoidejouer** ! vise à montrer les bons gestes à adopter, sur place, à emporter ou en livraison, à informer sur l'évolution des emballages des deux entreprises et à engager les consommateurs.

A travers des visuels colorés et des formats dynamiques, les messages de cette campagne sont simples et valorisent les actions mises en place par CCEP et Domino's Pizza France:

- **L'écoconception des emballages** avec notamment l'allègement du poids des boîtes à pizza, des canettes et des bouteilles ;
- **Le geste de tri** que ce soit en magasin, à emporter ou à la maison ;
- **La seconde vie des emballages s'ils sont bien triés**, avec par exemple les boîtes à pizza Domino's qui peuvent devenir des boîtes à chaussures ou les bouteilles en plastique de Coca-Cola qui peuvent redevenir de nouvelles bouteilles.

Cette campagne se déploiera sous forme de stories sur les réseaux sociaux ainsi que via emailings.

Les visuels seront donc visibles sur les comptes Instagram, Facebook et LinkedIn des deux marques :

- Domino's Pizza : IG : @dominospizza_france / Facebook : dominospizzafrance
- CCEP : LinkedIn : Coca-Cola Europacific Partners



Valoriser la collecte pour offrir une seconde vie aux emballages

Alors que seulement 40% des 15-25 ans trient de manière systématique, contre 51% pour la moyenne française¹, la sensibilisation au recyclage et aux gestes de tri pour cette population, très présente sur les réseaux sociaux, est un enjeu majeur pour atteindre les objectifs de collecte des emballages de la France.

#Àtoidejouer : l'occasion de rappeler les engagements environnementaux des deux enseignes

Domino's s'est engagée très tôt sur la voie de l'éco-responsabilité avec notamment :

- La mise en place de vélos et scooters électriques dès 2015 au sein du réseau en France (*aujourd'hui, près de 80% du réseau est équipé en vélos et scooters électriques et l'objectif est d'arriver à 100% d'ici les 12 prochains mois*).
- Chez Domino's, il n'y a pas de suremballage et les boîtes à pizza sont entièrement recyclables en magasin, à la maison, ou sur le lieu de travail.
- L'engagement à tous les niveaux de la chaîne logistique avec un objectif 0 plastique dans les centres logistiques (*les cagettes réutilisables ont remplacé les cartons et les emballages plastique à usage unique*).

Depuis 2020, CCEP a engagé une accélération de son Plan Climat, qui doit mener l'entreprise vers le Net Zéro en 2040. La réduction de l'empreinte carbone de l'entreprise passera notamment par l'évolution de ses emballages au travers de la stratégie 3R : Réduire, Recycler, Réutiliser. Depuis 2022, CCEP France propose des bouteilles dont le corps est 100% en plastique recyclé (rPET) pour l'ensemble de ses bouteilles de 50 cl.

CCEP France a également à cœur d'accompagner ses clients, comme Domino's Pizza France, dans la réduction de leur empreinte carbone, notamment sur le scope 3 avec des actions conjointes. Cette campagne, travaillé avec l'éco-organisme CITEO, permet d'engager les clients dans la sensibilisation de leurs propres clients, et ainsi de permettre d'agir

¹ Observatoire du Geste de Tri 2019, Citeo



ensemble pour les bons gestes de tri vers le recyclage des emballages.

Avec 59% des 18-24 ans qui estiment que les enseignes qui fabriquent des produits emballés devraient en faire plus pour la réduction des emballages², les deux enseignes sont au rendez-vous avec cette campagne et comptent bien renforcer leurs actions pour les années à venir.

<https://www.swisstransfer.com/d/3cef12c3-dd79-46f1-b161-ced4c5d70b3a>

A propos de Coca-Cola Europacific Partners France

Coca-Cola Europacific Partners France, filiale française de Coca-Cola Europacific Partners (CCEP), premier embouteilleur de Coca-Cola indépendant au monde, est le principal producteur et distributeur de boissons rafraîchissantes sans alcool en France, assurant la fabrication, la commercialisation et la distribution des boissons de The Coca-Cola Company (Coca-Cola Goût Original avec ou sans sucres, Coca-Cola light taste, Sprite, Fanta, Fuze Tea, Minute Maid, Powerade, Tropicana ...) ainsi que la distribution d'autres boissons (Capri-Sun et Monster) en France.

Les 2 700 collaborateurs de CCEP en France sont engagés au quotidien pour produire dans nos 5 usines françaises et distribuer dans près de 400 000 points de vente en France nos boissons aux consommateurs. Parce que notre vision a toujours été de proposer des marques appréciées, conçues et fabriquées de manière durable, CCEP France s'engage pour le climat et s'investit pour la réduction de 30% de ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 et met en oeuvre une démarche de neutralité carbone d'ici 2040.

Pour en savoir plus : www.cocacolaep.com/fr

Suivez-nous sur Twitter : https://twitter.com/CocaColaEP_FR

A propos de Domino's Pizza France :

Domino's Pizza a été récompensée par les consommateurs français pour la 7ème année consécutive en remportant le trophée de « Meilleure Pizza de l'année 2023 - 2024 ». Avec près de 490 points de vente, l'enseigne emploie plus de 7000 salariés en France et a réalisé un chiffre d'affaires réseau de 310 millions d'euros (ht) en 2022. Domino's Pizza France est propriété du master-franchisé Domino's Pizza Entreprises Limited (DPE) qui développe la marque dans plus de 10 pays.

² Source YouGov Profiles 2022.



Domino's®