Coca-Cola Europacific Partners France et Domino's Pizza France lancent la 2ème édition de leur campagne de sensibilisation au tri des emballages

Le 1er juillet 2025

Pour la deuxième fois, Domino's Pizza France et Coca-Cola Europacific Partners France s'associent pour lancer une campagne nationale de sensibilisation aux gestes de tri. Cette nouvelle édition, bénéficiant d'une visibilité renforcée sur les réseaux sociaux des deux enseignes, est diffusée du 30 juin au 13 juillet 2025.

Intitulée **#Atoidejouer!**, la campagne s'appuie sur des visuels colorés et des formats dynamiques pour transmettre des messages simples et accessibles, développés par l'éco-organisme CITEO. Ses objectifs sont les suivants :

- **Rappeler les bons réflexes de tri,** que ce soit sur place, à emporter ou en livraison,
- **Illustrer les possibilités de seconde vie des emballages**, lorsqu'ils sont correctement triés,
- **S'adresser plus particulièrement aux jeunes consommateurs**, dès 15 ans, via une campagne spécifiquement pensée pour les réseaux sociaux.

Selon l'ADEME, si 69% des 15-25 ans en France se disent bien informés sur les sujets environnementaux, le tri des déchets ne fait pas encore partie des gestes systématiques pour la majorité d'entre eux[1].

La campagne sera déployée sous forme de *Stories* sur les réseaux sociaux et via une campagne emailings. Pour la première fois, en plus de **LinkedIn et Facebook**, elle sera également relayée sur **Instagram** afin de toucher un public encore plus large.

[1] Etude Ademe 2023

Domino's Pizza et Coca-Cola Europacific Partners: un engagement commun pour une économie circulaire des emballages

Domino's s'est engagé très tôt sur la voie de l'éco-responsabilité en proposant notamment des boites à pizza entièrement recyclables pour une consommation sur place ou à emporter. Dès 2015, l'enseigne a introduit des vélos et scooters électriques dans son réseau en France (*aujourd'hui, près de 80% du réseau en est équipé, avec un objectif de 100% d'ici 2030*). Par ailleurs, les cartons et plastiques à usage unique ont été remplacés par des cagettes réutilisables pour le transport des matières premières.

Dans le cadre de son "Plan Climat", Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) s'est engagé à atteindre le "Net Zéro" en 2040, avec un objectif intermédiaire de –30% d'émissions de gaz à effet de serre entre 2019 et 2030 [2]SBTi). En 2024, en France, l'entreprise a ainsi déjà réduit ses émissions de –20,9% par rapport à 2019[3].
Les emballages représentant près de la moitié de ses émissions, CCEP déploie une stratégie fondée sur les principes "Réduire, Recycler, Réutiliser". Par exemple, CCEP France fabrique désormais la totalité du corps de ses bouteilles petit format (40cl et 50cl) et la gamme complète de ses marques Fuze Tea et Tropico à partir de plastique recyclé (rPET)[4], et a pour objectif que 100 % de ses gammes de bouteilles PET soit fabriquées à partir de plastique recyclé d'ici 2030.

Une collaboration durable pour progresser ensemble sur les enjeux environnementaux et sociétaux

Partenaires de longue date, Domino's Pizza France et CCEP France ont conçu ensemble cette campagne d'information et de sensibilisation dans le but de renforcer leur impact auprès du grand public, et d'engager les consommateurs.

Reconduite pour une deuxième édition, cette initiative s'inscrit dans une collaboration plus large des deux entreprises autour des enjeux de RSE. A titre d'exemple, les deux entreprises s'engagent ensemble pour favoriser l'insertion professionnelle des jeunes des Quartiers Prioritaires de la Ville (QPV) avec l'association Sport dans la Ville (dont CCEP France est partenaire). Elles organisent régulièrement des actions concrètes telles que des journées "Découverte Métiers" dans plusieurs villes de France, ou des opérations "Produit-partage" au bénéfice de l'association.

***

Retrouvez ici les comptes participant à la campagne #Atoidejouer! :

- Coca-Cola Europacific Partners: LinkedIn @Coca-Cola Europacific Partners
- Domino's Pizza : Instagram @dominospizza_france / Facebook : dominospizzafrance Linkedin : Domino's Pizza France

[2] * SBTi est un partenariat entre le CDP, the United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) and the World Wide Fund for Nature (WWF) dont le but est d'aider les entreprises à fixer des objectifs climatiques en cohérence avec les accords de Paris qui consistent à limiter le réchauffement à + 1,5 °C.

[3] Rapport intégré 2024 - Coca-Cola Europacific Partners

[4] Emballages comportant au moins 83% de matières recyclées

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, Sprite, Fanta, Fuze Tea, Minute Maid, Powerade, Tropico ...) ainsi que la distribution de Monster en France.

Les 2 500 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 œuvre une démarche Net Zéro d'ici 2040. Pour en savoir plus : www.cocacolaep.com/fr

A propos de Domino's Pizza France :

Domino's Pizza a été récompensée par les consommateurs français pour la 9ème année consécutive en remportant le trophée de « Meilleure Pizza de l'année 2025 - 2026». Avec près de 450 points de vente, l'enseigne emploie plus de 7000 salariés en France et a réalisé un chiffre d'affaires réseau de 293 millions d'euros (ht) en 2024. Domino's Pizza France est propriété du master-franchisé Domino's Pizza Entreprises Limited (DPE) qui développe la marque dans plus de 10 pays.