

## PepsiCo France adopte ses premiers camions électriques en partenariat avec GXO



Dans le cadre du programme de développement durable pep+ (PepsiCo Positive) et dans une volonté de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, le groupe PepsiCo France continue d'innover dans le domaine du transport de sa marchandise.

L'objectif est clair : réduction de 40% des émissions<sup>1</sup> de CO<sub>2</sub> d'ici 2030, et c'est avec cette vision que PepsiCo France signe un partenariat avec GXO, un des principaux fournisseurs mondiaux de solutions de logistique, pour inaugurer ses premiers camions électriques.

Les premiers, composés de batteries Volvo Trucks, ont commencé à circuler le 22 juillet 2024, premier jour des Jeux Olympiques de Paris 2024, depuis le site de Lagny-Le-Sec, opéré par GXO.

Chaque trajet effectué par ces nouveaux camions permettra de se rapprocher de cet objectif de décarbonation de ses transports grâce aux nombreux avantages qu'ils présentent :

- Véhicules 0 émissions qui permettent d'éviter 50 tonnes de CO<sub>2</sub> sur une année.
- Camions silencieux : moins de nuisances sonores pour les livraisons urbaines et pour le confort du conducteur.
- Prise en compte des nouvelles réglementations telles que la Taxe Carbone et les ZFE (zones à faibles émissions).
- Autonomie de 300km avec une puissance jusqu'à 490kW et Poids Total Roulant à 44 tonnes.

Les camions électriques de PepsiCo France circulent dans la région parisienne pour livrer les clients du circuit hors domicile et réapprovisionner les entrepôts PepsiCo France. Les conducteurs de GXO assurent, d'une part, la livraison aux clients de PepsiCo France et sont en charge de réapprovisionner les stocks de l'entrepôt depuis l'usine de La Courneuve. Une étude est en cours pour l'installation de bornes de recharge sur le site de Lagny-Le-Sec, tandis que les camions se rechargent actuellement à la station Enerjump de Mitry-Compans, ouverte en juin 2024.

À l'horizon 2025, PepsiCo France prévoit d'introduire 5 camions électriques supplémentaires dans le nord de la France.

---

<sup>1</sup> Par rapport à 2015

\*\*\*

À propos de PepsiCo :

Dans près de 200 pays, chaque jour, les produits PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois. En 2023, le groupe a enregistré plus de 91 milliards de dollars en revenus annuels, grâce à un large portefeuille de produits alimentaires et de boissons qui comprend 23 marques, dont en France, Lay's, Doritos, Benenuts, Quaker, Pepsi, Lipton Ice Tea, 7Up ou encore Rockstar. Chacune de ces marques génère un chiffre d'affaires annuel mondial estimé à plus d'1 milliard de dollars.

La feuille de route PepsiCo Positive (pep+) traduit la vision du groupe PepsiCo en tant que leader mondial des produits alimentaires et des boissons. PepsiCo Positive reflète l'ambition de PepsiCo d'accélérer sa croissance de manière durable, d'insuffler de la responsabilité dans toutes ses actions et de susciter un changement positif pour l'homme et la planète.

Depuis octobre 2024, PepsiCo est officiellement labellisée FRET21. Un label qui atteste de la maîtrise des données d'activité, des pratiques de réduction GES mises en œuvre dans le cadre du transport des produits vendus et/ou distribués par l'entreprise et de l'organisation mise en place.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com).

À propos de pep+ :

Avec PepsiCo Positive (pep+), l'entreprise a pour objectif d'accélérer la transformation globale de l'entreprise et d'ancrer son développement au sein d'un modèle qui impulse un changement positif pour la planète et les consommateurs. PepsiCo Positive (pep+) articule les mesures à prendre autour de 3 piliers principaux : une agriculture positive, une chaîne de valeur positive et des choix positifs.