

PEPSICO FRANCE : OBJECTIF 50 % DE MATÉRIAUX RECYCLÉS DANS SES BOUTEILLES EN PLASTIQUE D'ICI 2025

[5 septembre 2018] PepsiCo France annonce aujourd'hui son objectif d'utiliser **50 %** de matières plastiques recyclées (rPET) dans les bouteilles en plastique de ses boissons à horizon **2025**. Cette démarche ambitieuse s'inscrit pleinement dans les objectifs de la Feuille de Route pour l'Économie Circulaire du Gouvernement français présentée en mai dernier.

PepsiCo France, un acteur déjà engagé en matière d'incorporation de rPET

- En 2017, les bouteilles en plastique du portefeuille boissons de PepsiCo France contenaient déjà en moyenne 32% de rPET.
- Pour *Lipton Ice Tea*, le taux de rPET contenu dans les bouteilles s'élève à 46%.
- En juillet dernier, à Paris et à Marseille, PepsiCo France a participé avec ses marques *Pepsi MAX* et *7UP* à la campagne de communication de Citeo « Vous triez, nous recyclons » pour sensibiliser les consommateurs à l'importance du geste de tri et du recyclage.

L'incorporation de rPET concerne toutes les marques de boissons de PepsiCo France utilisant du PET : *Pepsi*, *Pepsi MAX*, *7UP*, *Lipton Ice Tea*, *Tropicana*, *Naked*, *Pure Leaf*.

Au niveau européen, le Groupe PepsiCo annonce également des objectifs concrets en matière d'utilisation de rPET.

50% de rPET dans ses bouteilles d'ici **2030** en Europe, après une première étape de **45 %** d'ici **2025**, tel est l'objectif que PepsiCo annonce aujourd'hui. Le groupe va ainsi tripler la quantité de matières plastiques recyclées utilisées, pour atteindre plus de 50 000¹ tonnes de bouteilles rPET en Europe.

Cette annonce s'inscrit dans le cadre des engagements volontaires demandés par la Commission européenne en faveur du recyclage des matières plastiques, ayant pour objectif que d'ici 2025,

¹ Ce chiffre inclut une augmentation globale de la consommation totale de PET au cours des 13 prochaines années (2018-2030)

dix millions de tonnes de matières plastiques recyclées soient utilisées dans la fabrication de nouveaux produits à destination du marché de l'Union Européenne.

L'objectif de PepsiCo au niveau européen concernera tous les pays de l'Union européenne à horizon 2025², ainsi que toutes les marques de boissons du Groupe utilisant du PET (le plastique le plus répandu dans ses bouteilles) telles que *Pepsi, Pepsi MAX, 7UP, Tropicana et Naked*. Il s'étendra par ailleurs à toutes les activités de production de boissons dont PepsiCo est propriétaire et les partenaires d'embouteillage franchisés ont également accepté de s'y conformer. Au sein de l'Union Européenne, PepsiCo est également un important utilisateur de matières plastiques recyclées (rPET) à usage alimentaire, avec environ 13% de rPET dans ses activités de production de boissons situées dans l'UE en 2017.

Silviu Popovici, Président Europe et Afrique subsaharienne déclare : « *Chez PepsiCo, nous prenons notre responsabilité très au sérieux, surtout quand il est question de protéger l'environnement et de trouver des procédés de fabrication durables. Depuis plusieurs années, nous participons à différentes campagnes qui encouragent et soutiennent la collecte et le recyclage des emballages au sein de l'Union Européenne. Aujourd'hui, j'ai le plaisir d'annoncer que nous allons intensifier notre utilisation de matières plastiques recyclées dans nos emballages en nous engageant en faveur d'un nouvel objectif, à savoir que 50 % de nos bouteilles soient fabriqués à partir de matières plastiques recyclées d'ici 2030.*

Nous avons conscience que le chemin à parcourir pour atteindre ce nouvel objectif est semé d'embûches, notamment car la capacité d'approvisionnement en plastique recyclé adapté aux emballages alimentaires est loin d'être suffisante. Nous enjoignons ainsi les acteurs publics et privés du secteur du recyclage, dont la Commission européenne, à se joindre à nous et à réaliser les investissements nécessaires pour accroître les capacités de recyclage. Si des progrès suffisants sont réalisés en matière d'amélioration des taux de collecte des emballages et de technologie de retraitement, nous pourrions poursuivre encore plus loin notre engagement actuel ».

En plus des objectifs concrets annoncés aujourd'hui par PepsiCo, le Groupe collabore parallèlement avec différentes parties prenantes afin de développer la conception d'emballages durables, notamment par sa participation à la New Plastics Economy (nouvelle économie des plastiques), un projet de 3 ans mis en place par la [Fondation Ellen MacArthur](#) visant à créer une dynamique vertueuse en faveur d'un système de recyclage du plastique efficace. Afin de garantir une disponibilité accrue des matières plastiques recyclées, il est essentiel de s'assurer que les bouteilles soient captées dans le système de recyclage et ne se retrouvent pas dans la nature.

²Cet objectif ne s'appliquera pas au Royaume-Uni puisque PepsiCo a déjà signé le « UK Plastics Pact », en matière de recyclage des matières plastiques.

Pour cela, PepsiCo s'engage dans plusieurs initiatives visant à améliorer les taux de collecte et de recyclage au sein de l'Union Européenne. Cet engagement inclut notamment des campagnes destinées à sensibiliser les consommateurs à l'importance du tri via des messages apposés sur les étiquettes des emballages, comme la campagne *Every Can Counts* (« *Chaque canette compte* ») en Autriche. Définir une approche efficace à long terme en matière d'emballages durables implique un effort à différents niveaux et PepsiCo s'est engagé à collaborer avec l'ensemble des parties prenantes pour contribuer au développement de l'économie circulaire du plastique.

Des objectifs en cohérence avec le programme international de PepsiCo, Performance With Purpose

L'ensemble de ces initiatives s'inscrit en cohérence avec l'objectif pris par PepsiCo au niveau mondial de concevoir 100 % de ses emballages en matières recyclables, compostables ou biodégradables et ainsi de réduire son empreinte carbone d'ici 2025. Cette démarche fait partie du pilier Planète du programme [Performance with Purpose](#). Aujourd'hui déjà, 90 % des emballages de boissons commercialisés à travers le monde par PepsiCo sont totalement recyclables.

- Fin -

Contacts presse PepsiCo France :

Laure de Chastellux: laure.dechastellux@we-agency.fr / Laëtitia Abbar: laetitia.abbar@we-agency.fr

À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont dégustés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. PepsiCo a enregistré un chiffre d'affaires net de plus de 63 milliards de dollars en 2017, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'épicerie et de boissons: Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker et Tropicana. Composé d'une large gamme de boissons et de produits d'épicerie savoureux, le portefeuille de produits PepsiCo comporte notamment 22 marques phares générant chacune un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.



Au cœur de PepsiCo se trouve le projet Performance with Purpose, notre profonde conviction que la performance de l'entreprise est intimement liée à la durabilité du monde dans lequel nous évoluons.

L'amélioration continue de notre portefeuille, le respect de l'environnement, l'accompagnement au développement des populations, est ce qui permet à PepsiCo d'être une entreprise mondiale performante qui crée de la valeur à long terme pour la société et pour nos actionnaires. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com

Déclarations prospectives

Ce communiqué contient des « déclarations prospectives » basées sur les informations disponibles à la date de sa publication, ainsi que sur nos plans opérationnels et sur des projections relatives à des tendances et des événements futurs. Comme leur nom l'indique, les déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes. Pour obtenir des informations supplémentaires sur certains facteurs qui pourraient faire susceptibles d'entraîner un écart important entre les événements et les résultats réels, veuillez-vous reporter aux documents déposés par PepsiCo auprès de la Securities and Exchange Commission, notamment son rapport annuel le plus récent dans le formulaire 10-K et les rapports suivants dans les formulaires 10-Q et 8-K. Les investisseurs sont priés de ne pas se baser sur ces déclarations prospectives, qui ne sont valables qu'à la date où elles sont faites. PepsiCo n'est soumise à aucune obligation de mettre à jour les déclarations prospectives, que ce soit par l'envoi de nouvelles informations, par le biais d'événements futurs ou de toute autre manière.