

Communiqué – Paris, 3 Avril 2019



*“Good Times from a Good Place”**
**Pernod Ricard lance son plan
de développement durable et responsabilité sociétale 2030**

Le Groupe annonce 8 engagements clés couvrant l'ensemble de ses activités

*Pour suivre en direct la présentation de cette nouvelle stratégie RSE
annoncée à 11H depuis Cognac, cliquez [ici](#)*

Pernod Ricard lance aujourd'hui sa feuille de route RSE 2030, partie intégrante de son nouveau plan stratégique, *Transform & Accelerate*. Cette feuille de route se décline en 8 engagements ambitieux et concrets, en ligne directe avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) fixés par les Nations Unies et sera dévoilée aujourd'hui à la Distillerie Martell, à Cognac. Le Groupe prend des mesures audacieuses pour répondre à la fois aux préoccupations environnementales, avec la préservation des terroirs dont sont issus ses produits, et aux enjeux de responsabilité sociétale, en luttant contre la consommation inappropriée d'alcool.

C'est en septembre dernier à New York, lors du Sommet des Dirigeants du Pacte mondial des Nations Unies, que Pernod Ricard a été la seule entreprise du secteur des vins et spiritueux à être reconnue membre du Global Compact LEAD, démontrant ainsi son engagement constant en faveur des [10 Principes](#) de ce dernier et des 17 ODD des Nations Unies.

Depuis sa création, Pernod Ricard a placé la RSE au cœur de son action. Il y a 50 ans déjà, son fondateur, Paul Ricard, créait l'Institut Océanographique qui porte son nom et qui contribue à faire progresser la préservation des océans. Depuis lors, le Groupe et ses marques ont multiplié les initiatives (tels que le fonds Chivas Venture ou le partenariat d'Absolut Elyx avec Water for People) et avancé significativement dans la réalisation des objectifs environnementaux qu'ils s'étaient fixés sur la décennie 2010-2020. Ainsi, au cours des 8 dernières années, 93% de ses sites de production ont été certifiés ISO 14001 et 95% des vignobles ont obtenu une certification environnementale locale. De plus, le Groupe a réduit sa consommation d'eau par litre d'alcool de 20%, ses émissions de carbone de 30% par unité de production et ses déchets mis en décharge sont passés de 10 253 tonnes à seulement 748 tonnes.

Les 8 engagements clés de sa feuille de route 2030 s'inscrivent dans 4 grands domaines d'action couvrant l'ensemble des activités du Groupe : **la préservation des terroirs, la valorisation de l'humain, la production circulaire et la convivialité responsable**. Ils répondent aux grands enjeux auxquels le Groupe et le Monde sont confrontés, tels que le changement climatique, le respect des Droits de l'Homme ou encore l'élimination des déchets. Chacun de ces engagements est décliné en objectifs quantifiables et mesurables pour 2030.

Préserver nos terroirs

Chaque produit Pernod Ricard tire sa spécificité de la terre où il a été cultivé.

Avec ces engagements, le Groupe se donne pour ambition de préserver la biodiversité de ses terroirs tout en répondant aux défis du changement climatique. Pernod Ricard entend ainsi garantir la « qualité environnementale » de ses matières premières pour aujourd'hui et les générations à venir.

1. **Biodiversité** - d'ici 2030, 100% des entités du Groupe mèneront un projet stratégique autour de la biodiversité.
2. **Agriculture raisonnée** - d'ici 2025, le Groupe mettra en place des projets pilotes d'agriculture raisonnée au sein de 8 de ses régions viticoles (Argentine, Californie, Cognac, Champagne, Espagne, Australie, Nouvelle-Zélande et Chine). Ces projets reposent sur des solutions inspirées de la nature avec pour objectifs : l'amélioration de la qualité des sols, la gestion équilibrée des ressources en eau et la préservation des écosystèmes. Puis d'ici 2030, le Groupe travaillera en partenariat avec plus de 5 000 agriculteurs pour partager ses connaissances acquises en la matière.

Valoriser l'humain

La convivialité, c'est le partage, la bienveillance et le respect de tous.

Le Groupe encourage cet état d'esprit en renforçant la diversité et l'égalité au sein de ses collaborateurs.

- 3 **Egalité et développement**- d'ici 2022, l'ensemble du Groupe assurera l'égalité des salaires, et d'ici 2030 le top management sera paritaire en termes de genres. De plus, 100 % des employés recevront, au moins tous les trois ans, une formation pour acquérir de nouvelles compétences et mieux anticiper l'avenir.
- 4 **Partage des connaissances et apprentissage** - d'ici 2030, le Groupe formera 10 000 barmen pour les aider à accueillir leurs consommateurs de manière plus responsable et durable avec une approche « zéro » déchet et sans plastique.

Produire circulaire

Les ressources que la nature met à notre disposition ne sont pas infinies alors qu'elles sont de plus en plus sollicitées.

Pernod Ricard s'engage à limiter sa production de déchets à chacune des étapes du cycle de vie de ses produits et des expériences qu'il fait vivre autour de ses marques. Pour cela, le Groupe développe des méthodes de conception, de production et de distribution qui économisent et préservent les ressources naturelles.

- 5 **Emballages et déchets** : d'ici 2025, Pernod Ricard interdira tous les articles promotionnels en plastique à usage unique et 100 % de ses emballages seront recyclables, compostables, réutilisables ou en matière organique. Par ailleurs, d'ici à 2030, le Groupe pilotera 5 nouveaux projets d'économie circulaire et aidera à augmenter les taux de recyclage dans ses 10 marchés les plus importants ayant les taux les plus faibles.
- 6 **Equilibre de la consommation d'eau et empreinte carbone**
Pernod Ricard a également établi un plan hydrographique d'ici 2030 pour équilibrer sa consommation en eau dans les bassins identifiés à haut risque (comme l'Inde et l'Australie), en réinjectant 100% de sa consommation d'eau sur ces sites. Quant aux émissions de carbone, le Groupe accélère ses efforts en s'engageant à réduire leur intensité de 50% d'ici 2030 en ligne avec l'initiative Science-Based Targets (SBT's).

Etre responsable

Le vin et les spiritueux rassemblent les gens. Pernod Ricard s'est engagé à lutter contre la consommation inappropriée d'alcool en collaborant avec l'ensemble des parties prenantes pour faire évoluer durablement les comportements.

- 7 **La consommation inappropriée d'alcool** - d'ici 2030, chacune des filiales de Pernod Ricard dans le monde aura mis en place au moins un programme majeur, avec des mesures concrètes d'évaluation, pour lutter contre la consommation excessive d'alcool.
- 8 **"Responsible Party"** - d'ici 2030, Pernod Ricard étendra à l'échelle mondiale son programme "Responsible Party" pour sensibiliser au moins 1 million de jeunes adultes à la consommation responsable. Créé il y a 10 ans, en partenariat avec le réseau étudiant Erasmus, cette initiative a déjà touché près de 400 000 étudiants en Europe.

En plus de ces 8 grands engagements, Pernod Ricard a également développé plusieurs initiatives en matière de Droits Humains sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, d'innovation pour la réutilisation des eaux usées ou encore pour l'utilisation de 100% d'électricité renouvelable pour alimenter l'ensemble de ses sites et bureaux.

Alexandre Ricard, Président-Directeur Général, a déclaré « *Nous sommes 19000 « créateurs de convivialité», autant d'hôtes passionnés que de convives respectueux d'une terre qui nous héberge. Partage de la valeur, respect de nos terroirs, promotion d'une consommation responsable sont les conditions d'une croissance durable. Hier, aujourd'hui ou demain, nous continuons d'inscrire notre action dans le temps long, celui de la transmission.* »

Pour Vanessa Wright, Vice-Présidente en charge de la RSE, « *Aujourd'hui, nos clients attendent de nos marques qu'elles soient responsables et respectueuses de l'environnement, des valeurs qui sont au cœur de l'activité du Groupe depuis sa création. Ces engagements ambitieux à 2030 constituent le cadre de toutes nos activités afin d'adresser les plus importantes problématiques de développement durable, pour que nos consommateurs profitent de nos produits de manière conviviale et durable* ».

Un film, qui a été tourné avec 52 fiers employés de Pernod Ricard, vient soutenir le lancement de la nouvelle stratégie, vous pouvez le visionner [ICI](#).

Pour plus d'informations sur les engagements RSE de Pernod Ricard, consultez <https://www.pernod-ricard.com/fr/nos-engagements/>

**Good Times from a Good Place (Préserver pour Partager)*

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 987 millions d'euros en FY18. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka Absolut, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood. Le Groupe compte environ 19 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de Marques » et 86 « Sociétés de Marché » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique.

Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.



Contacts Pernod Ricard

Julia MASSIES / VP, Financial Communication & Investor Relations

+33 (0)1 41 00 42 02

Adam RAMJEAN / Investor Relations Manager

+33 (0)1 41 00 41 59

Olivier CAVIL / Directeur de la Communication du Groupe

+33 (0)1 41 00 40 96

Fabien DARRIGUES / Directeur de la Communication Externe

+33 (0)1 41 00 44 86

Emmanuel VOUIN / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 04