

Rapport de crédibilité de la démarche de Responsabilité Sociétale du groupe Pernod Ricard

(document établi à des fins de communication externe)

A la suite de la demande qui nous a été faite en notre qualité de tiers experts indépendants, nous avons procédé entre juin et octobre 2012 à des travaux visant à rédiger un rapport de crédibilité de la démarche de Responsabilité Sociétale - RS - du groupe Pernod Ricard. Ces travaux ont été réalisés sur la base de la norme expérimentale française XP X 30-027 : « Rendre crédible une démarche de responsabilité sociétale basée sur l'ISO 26000 ».

Nature et étendue des travaux

Nous avons mené une démarche d'évaluation et de vérification :

- au niveau de la holding, par des entretiens avec les principaux dirigeants du groupe ainsi qu'avec les personnes en charge de la Responsabilité Sociétale groupe ;
- au niveau de trois filiales du groupe :
 - o Chivas Brothers au Royaume Uni,
 - o Pernod Ricard Italie,
 - o Pernod Ricard Asia,par des entretiens avec les principaux responsables de ces filiales, les correspondants CSR et une sélection de parties prenantes locales ;
- auprès d'une sélection de parties prenantes représentatives des activités du groupe et de ses enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux.

Lors des entretiens conduits avec les personnes du groupe Pernod Ricard, nous nous sommes attachés à identifier les politiques en place, leur formalisation, leur déploiement et les pratiques en découlant.

Lors des entretiens avec les parties prenantes, nous avons souhaité comprendre leurs relations avec le groupe Pernod Ricard et la capacité de celui-ci à dialoguer et à prendre en compte leurs intérêts.

Nous avons également analysé les documents décrivant la stratégie RS du groupe, et en particulier les engagements et objectifs formalisés dans la « CSR Platform » ainsi que les documents de présentation associés.

Nous n'avons, en revanche, pas revu de données ou d'indicateurs susceptibles de rendre compte de l'efficacité globale de la démarche de RS de Pernod Ricard pour l'ensemble des objectifs de la « CSR Platform », de telles informations n'étant pas encore consolidées sous la forme d'un tableau de bord au moment de nos travaux.

La liste des personnes interviewées et des documents étudiés dans le cadre de cette évaluation est donnée en annexe.

Constats

- Le périmètre de la démarche de RS nous est apparu pertinent au regard de la structure du groupe. Son déploiement, appuyé sur un réseau de correspondants formés aux enjeux de RS, a permis de toucher l'ensemble des employés du groupe tout en impliquant un nombre significatif de parties prenantes.
La revue conduite dans ce périmètre a été limitée à la holding et à trois de ses filiales, ce qui a cependant permis de couvrir à la fois une filiale de marque et deux filiales de marchés : un pays avec production et un continent lui-même constitué d'une vingtaine de pays.
- Les principaux engagements de Pernod Ricard ont trait à la « promotion de la consommation responsable d'alcool », au « respect des employés, des consommateurs, des actionnaires, des partenaires et des communautés locales » et au « respect de l'environnement ».
Ces engagements apparaissent en bonne adéquation avec les impacts les plus significatifs des activités de Pernod Ricard et en ligne avec les engagements historiques pris par ses fondateurs, Paul RICARD et Jean HEMARD.
Les autres engagements concernant le « partage des cultures » et la « promotion de l'entrepreneuriat » sont également en accord avec les valeurs du groupe et en particulier sa politique de décentralisation. Ces engagements pourraient néanmoins être enrichis par l'intégration de certains domaines d'actions de l'ISO 26000.
- Le dialogue avec les parties prenantes nous est apparu satisfaisant quant aux nombreuses collaborations instaurées, en particulier sur le thème de la consommation responsable, mais aussi avec les salariés, les fournisseurs où les collectivités territoriales à proximité des sites. L'engagement de Pernod Ricard en matière de RS est perçu comme sincère par les parties prenantes et les positionnements relatifs à la consommation responsable et au respect de l'environnement sont conformes aux attentes des acteurs interrogés, même si certaines parties prenantes du domaine de la santé n'ont pas souhaité nous rencontrer.
D'une manière générale, la cohérence entre les discours et les actions du groupe est reconnue, mais un support de la holding serait utile pour favoriser l'échange de bonnes pratiques en matière de dialogue avec les parties prenantes..
- Les objectifs de RS sur la consommation responsable, sur le respect de l'environnement et sur le respect des parties prenantes internes et externes nous semblent correctement traités par les filiales que nous avons revues.
L'organisation d'événements annuels sur la consommation responsable est d'ailleurs une initiative performante impliquant la grande majorité des collaborateurs du groupe via l'ensemble de ses filiales.
En revanche, les objectifs en matière d'entrepreneuriat et de culture sont nettement moins considérés par les acteurs des filiales revues.
- Bien que des indicateurs de mesure de progrès existent, il est encore difficile d'évaluer l'amélioration continue du groupe en matière de RS sur l'ensemble des thématiques, du fait de la formalisation récente de la démarche et d'une remontée limitée d'indicateurs par les filiales.
Nous pouvons néanmoins constater un engagement réel des filiales revues et la majorité des parties prenantes interviewées ont reconnu les efforts conduits en matière de responsabilité sociétale.

Appréciation globale sur la pertinence et l'efficacité de la démarche

L'évaluation que nous avons conduite a mis en exergue la forte implication des dirigeants de Pernod Ricard en matière de Responsabilité Sociétale, implication reposant sur des valeurs historiques issues de la personnalité de ses fondateurs, Paul RICARD et Jean HEMARD. La valeur la plus souvent citée pour supporter cette démarche est le « respect », valeur qui au fil du temps est devenue « l'ADN du groupe ».

Nous avons constaté la réalité du déploiement de la démarche au niveau des entités que nous avons revues. Ce déploiement gagnerait cependant à être davantage adapté aux contextes locaux et l'efficacité de la démarche pourrait aussi être renforcée par une meilleure mise en commun des pratiques et une plus grande coordination.

Nous avons constaté que les engagements RS du groupe étaient bien perçus tant par l'encadrement que par le personnel qui en reconnaît le bien-fondé. Les parties prenantes externes que nous avons interviewées ont également reconnu l'implication du groupe en matière de RS sur ses impacts majeurs, Pernod Ricard étant perçu comme un des leaders sur le thème de la consommation responsable.

Le groupe devrait néanmoins afficher davantage ses engagements, en cohérence avec sa stratégie de RS, et envisager des priorités complémentaires au vu des questions centrales de la norme ISO 26000 et de leurs domaines d'actions. La mesure de l'efficacité de la démarche sera aussi un élément d'amélioration pour les années à venir.

De façon globale et au vu de nos travaux, la démarche de RS du groupe Pernod Ricard nous est apparue pertinente au regard de l'implication de ses dirigeants, de la qualité du dialogue avec les parties prenantes et de la pertinence des engagements formalisés. Son efficacité est satisfaisante compte tenu de l'avis donné par les parties prenantes internes et externes interviewées, mais le suivi d'indicateurs de progrès devra confirmer cette efficacité.

Paris, le 29 octobre 2012

Isabelle BLAES
Dirigeante
Okoumé Conseil

Gérard CAPPELLI
Senior Consultant - Gérant
Croissance PMI

Pascal BARANGER
Directeur – PwC Département
Développement Durable

Thierry RAES
Associé – PwC Département
Développement Durable

Annexes :

Liste des dirigeants de Pernod Ricard interviewés :

- Patrick RICARD – Président
- Pierre PRINGUET – Directeur Général ; membre du Bureau Exécutif
- Thierry BILLOT – DG Adjoint Marques ; membre du Bureau Exécutif
- Gilles BOGAERT – DG Adjoint Finances ; membre du Bureau Exécutif
- Pierre COPPERE – PDG de Pernod Ricard Asia
- Philippe DRÉANO – PDG de Pernod Ricard Americas
- Philippe GUETTAT – PDG de The Absolut Company
- Laurent LACASSAGNE – PDG de Pernod Ricard Europe
- Anna MALMHAKE – PDG de Irish Distillers, Ireland
- Bruno RAIN – DG Adjoint Ressources Humaines et RSE ; membre du Bureau Exécutif
- Alexandre RICARD - DG Adjoint Réseau Distribution ; membre du Bureau Exécutif
- Philippe SAVINEL – PDG de Ricard SA

Liste des autres personnes interviewées au niveau de la holding :

- Fanny BABEY – CSR Manager
- André HEMARD – VP Corporate Social Responsibility
- Patrice ROBICHON – Conseiller Scientifique du Président

Liste des personnes de Pernod Ricard interviewés lors des revues en filiale :

- Chivas Brothers :
 - o Rick CONNOR, Vice-President of international public affairs Pernod Ricard - Chivas Brothers Director of Public affairs - CSR leader Pernod Ricard UK
 - o Douglas CRUICKSHAND, Production manager Chivas Brothers
 - o Hervé FETTER, Financial Director Chivas Brothers
 - o Jack GEMMELL, Public Affairs UK, CSR leader Chivas Brothers
 - o Scott LIVINGSTON, Human Resources Director Chivas Brothers
 - o Alister MACINTOSH Manufacturing manager Chivas Brothers
 - o Mary MOOHAN, Union Labor representative, Chivas Brothers
 - o Christian PORTA, CEO Chivas Brothers
 - o Paul SCANLON, Commercial Director Chivas Brothers
 - o Amanda Hamilton STANLEY, General counsel Chivas Brothers
- Pernod Ricard Italie :
 - o Gianluca BATTIST, Responsable QSE
 - o Pierstefano BERTA, Directeur industriel
 - o Maurizio BODANO, DRH
 - o Franco BONADEO, RP et Corporate Vice President
 - o Antonio DUVA, Directeur commercial
 - o Michel MAURAN, DG
 - o Laura MAYR, Responsable Communication
 - o Rodrigo SANCHEZ-CESPEDES MIELGO, Directeur administratif et financier
 - o Andrea SANZANI, Responsable Achats
 - o Laurent SCHUN, Directeur Marketing
- PR Asia :
 - o Nancy AGNIHOTRI – Communications Manager & & Responsib'ALL Day Leader PR India
 - o Pooja BEDI – Company Secretary PR India
 - o Xavier BEYSECKER – Managing Director PR Hong Kong
 - o Glen BRASINGTON – Vice President Marketing PR Asia
 - o Michelle CHAING – Public Affairs Assistant Manager PR Asia

- Adam GAGEN – Public Affairs Manager PR Asia
- Nitin GHATE – AVP-Manufacturing PR India
- Belinda MCKENZIE – Duty Free and Internal Communications Manager & Responsib' ALL Day Leader PR Japan
- Thibaut de POUTIER – Managing Director Duty Free PR Asia
- Cyril SAYAG – Vice President Public and Legal Affairs PR Asia
- Helene de TISSOT – Vice President Finance PR Asia
- Maria TSANG – HR Director PR Asia
- Chavalit VONGSUWANLERT – HR & Corporate Affairs Director & CSR Leader PR Thailand
- Hosung YOUNG – Public Relations Director & Responsib' ALL Day Leader PR Corea
- Frances ZHAN – Corporate Communication Associate Director & CSR Leader PR China

Liste des parties prenantes externes interviewées au niveau groupe :

- Gouvernance
 - Laurent BRUGEILLES, directeur commercial Vigéo
 - Thomas GIRARD, Natixis, Senior SRI Analyst, Equity Markets
- Droits de l'Homme
 - Conrad ECKENSCHWILLER, Pacte Mondial
 - Relations et conditions de travail
 - Jean Luc COUDURIER, Médecin du travail chez Pernod-Ricard
- Environnement
 - Claude BASCOMPTE, Les Amis de la Terre
 - Eric BRAC DE LA PERRIERE, directeur général éco-emballage
 - Emmanuel DELANNOY, Inspire institut
- Bonne pratique des affaires
 - Christian BOISSY, CBC Asia, POS Creative Asia
 - Valérie TOUCHON, écovadis
 - Fabienne GRALL, Saint Gobain, directrice marketing international
 - Jean Christophe BUGEON, Raphaëlle Simunek, Jacky NGUYEN, Smurfit kappa
 - Patrick RYSSSEN, Ryssen groupe
 - Erik BAEKSTED, fournisseur de blé à Pernod Ricard Suède
 - Edith GIFFARD, groupe Giffard
- Implication locale
 - Estelle MORANGE, Claire CROCHEMORE, Planet Finance
 - Mme DAOUST, rectrice d'université, projet de recherche sur la consommation responsable
- Parties prenantes n'ayant pas souhaité participer à cette évaluation
 - ANPAA - Paris
 - OMS - Genève

Liste des parties prenantes externes interviewées au niveau local pour les filiales revues :

- Chivas Brothers :
 - Alan Rettie, St-Thomas Primary School Parent Council
 - Georges Macdonald, Grampian Police Chief Inspector (Operations) - Aberdeen Division Force
 - Jackie Baillie, Scottish Parliament
 - Douglas MEIKLE, Scotch Whisky Association Policy Manager
- Pernod Ricard Italie :
 - Silvia Garnerò, assesseur chargée des événements de la Province de MILAN
 - Gian Luca Volpi, délégué général CASA - Fédération FEDERVINI
 - Gian Luca, de l'UIL, et Roberto, du CISL - syndicats de salariés
 - Paolo Gandolfo, assesseur de la Commune de CANELLI
 - Diego Servetti, président administrateur délégué d'EXPERT, fournisseur de services
 - Fabrizio Panza, directeur commercial de ROBINO GALANDRINO, fournisseur
 - M. le Directeur de FIMER, fournisseur

- Luca Deambrogio, contrôleur financier d'AROL, fournisseur
- Mme la présidente et son fils, directeur de SIRIO ALIBERTI, fournisseur
- PR Asia :
 - JS AHLAWAT - Administrator for the Dispensaries & all activities initiated under Charitable Funds – India
 - Brett BIVANS – Senior Vice President of ICAP (International Center for Alcohol Policy) - China
 - Youngwoong KIM – Manager of KALIA (Korean Alcohol and Liquor Industry Association) Corea
 - Ivy NGAN – Assistant Director – Hong Kong University of Science and Technology
 - Lan Huong NGYUEN – ICAP Country Manager Vietnam
 - Trong Tai NGUYEN – General Director of National Traffic Safety Committee – Vietnam
 - Kevin SEO – Vice Labor Union Leader – Corea
 - Dr Meenakshi SHUKLA – Associated with the Gurgaon Dispensary for 6 years – India
 - Chung TANG – Director of KELY – Hong Kong Youth NGO

Liste des documents Groupe revus :

- CSR Platform et supports de formation des CSR leader
- Group Environmental Roadmap
- Politique RH
- Pernod Ricard Policy on Responsible Procurement - 2011
- Procurement code of ethics - March 2009
- Rapport Annuel et document de référence 2011
- Liste des PP avec le type de relation en œuvre avec elles
- Charte DD_2006 et Projet Nouvelle SD Charter PR 2012 v3
- Pernod Ricard Charter
- Synthèse de l'enquête d'opinion « I Say »
- Document de réponse aux questionnaires des agences de notation
- Critère d'attribution des bonus