



Pernod Ricard

ACCORD EUROPEEN SUR LA RESPONSABILITE SOCIETALE DE L'ENTREPRISE (RSE)

PREAMBULE

Après avoir défini la RSE, Responsabilité Sociale des Entreprises, comme « un concept qui désigne l'intégration volontaire, par les entreprises, de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes », la Commission européenne a proposé, dans sa communication du 25 octobre 2011, de redéfinir la RSE comme étant « la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société ».

Pour assumer cette responsabilité, il faut au préalable, selon la Commission, que les entreprises respectent la législation en vigueur et les conventions collectives conclues entre partenaires sociaux.

Dans cet esprit, Pernod Ricard et l'EFFAT ont décidé de conclure le présent accord européen sur la responsabilité sociétale de l'entreprise.

Depuis plusieurs années, Pernod Ricard a multiplié les initiatives visant à développer sa politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), traduite dans une plateforme RSE et faisant aujourd'hui référence auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Parce que le Groupe est convaincu que sa performance financière est indissociable de sa performance sociale et environnementale, il a toujours œuvré au développement parallèle de ces deux dimensions et a joué un rôle pionnier par l'action de ses fondateurs. Ainsi, dès les années 1960, Paul Ricard agissait en précurseur et visionnaire dans ce domaine en créant en 1966 l'Observatoire de la Mer, qui deviendra plus tard l'Institut Océanographique éponyme, et Jean Hémard créait dès 1971 l'IREB (Institut de Recherches Scientifiques sur les boissons).

Grace à sa profonde empathie et un sens aigu de l'observation du monde, Paul Ricard était convaincu que la protection de la Méditerranée et de l'environnement en général était, est et sera le plus grand défi que l'humanité aura à relever. L'institut Océanographique Paul Ricard est encore à ce jour la seule initiative de mécénat environnemental privé en Europe.

En 2009, le Groupe a souhaité aller plus loin en réaffirmant les priorités stratégiques de sa politique RSE : respecter et coopérer avec les parties prenantes, promouvoir la consommation responsable, respecter l'environnement, promouvoir l'esprit entrepreneur et partager les cultures.

L'esprit entrepreneurial est au cœur de l'identité de Pernod Ricard. C'est un élément essentiel de la philosophie du Groupe du fait de sa nature décentralisée. Entreprendre, c'est être capable de faire des choix, de prendre des décisions. Les collaborateurs sont donc valorisés pour leur qualité de leadership, leur capacité à assumer les responsabilités et à prendre des risques mesurés. En contrepartie, Pernod Ricard admet le droit à l'erreur, considérant que cela permet de renforcer l'esprit d'initiative.

Le respect et la coopération avec les parties prenantes, au premier rang desquelles ses salariés, est un prérequis au cœur de la plateforme stratégique RSE. Chaque année, plusieurs initiatives sont développées localement par les filiales ou à échelle mondiale par le Groupe. Elles ont pour but de continuer à proposer aux collaborateurs des conditions de travail en ligne avec les valeurs défendues par le Groupe, fondées sur le sens de l'éthique, la confiance mutuelle et l'esprit d'entreprise. En prônant la convivialité comme mode relationnel au sein de l'entreprise, le Groupe affiche son souci de créer les conditions favorisant l'engagement collectif de ses équipes pour générer de la performance.

Parmi les récentes initiatives associant directement les salariés, le Groupe a entrepris des démarches pour l'évaluation et la gestion des Talents, en particulier à travers la création d'un Leadership Model, la promotion de la consommation responsable, notamment à travers le Responsib'All Day, ou encore les efforts entrepris par le Groupe sur le plan de la protection de l'environnement et de ses salariés dans ses procédés industriels.

L'EFFAT, la fédération européenne des travailleurs et travailleuses de l'agriculture, de l'alimentation et du tourisme, considère que la RSE constitue un moyen qui permet à une entreprise, en complément des accords collectifs, de préciser et de réaffirmer ses engagements à l'égard de différentes parties prenantes dans des domaines qui ne relèvent pas de la négociation collective.

L'EFFAT considère comme positive la démarche de Pernod Ricard d'aller au-delà de ses engagements relatifs au respect des droits de ses propres salariés en informant périodiquement les salariés du groupe, notamment à travers le Comité d'entreprise européen, sur les initiatives qu'il entreprend conformément à ses priorités stratégiques, en ce qui concerne notamment ses relations avec ses fournisseurs, ses sous-traitants, ses clients et consommateurs, ses instances de gouvernance et les communautés, la promotion de la consommation responsable et l'environnement.

La Direction Générale du Groupe et l'EFFAT, en consultation avec le Comité d'entreprise européen, ont élaboré le présent accord qui matérialise, dans un support unique, la démarche volontaire de Pernod Ricard de développer une politique de RSE formulant les engagements, principes et procédures applicables à l'ensemble des filiales européennes du Groupe en la matière.

Pernod Ricard et l'EFFAT considèrent, conformément aux principes affirmés par la communication de la Commission Européenne que la responsabilité sociétale des entreprises concerne les actions de celles-ci qui vont au-delà des obligations qui leur incombent légalement à l'égard de la société et de l'environnement. Ils inscrivent le présent accord dans ce cadre.

A travers ce texte, les signataires soulignent l'importance du dialogue social en lui donnant un cadre à l'échelle européenne. Sans être contradictoires aux droits des pays de l'Union Européenne couverts par l'accord, les principes promulgués se veulent pragmatiques et

doivent permettre à chaque filiale couverte par le texte de se positionner, selon ses moyens et sa culture, dans les meilleures pratiques locales de son secteur d'activité. Pernod Ricard convient donc de la mise en œuvre progressive de ce texte au sein de ses filiales de l'Union Européenne dans des délais raisonnables.

A partir de ces principes et engagements, les entités du Groupe hors de l'Union Européenne, dans le respect du principe de subsidiarité (c'est-à-dire en fonction des caractéristiques économiques, culturelles, professionnelles ou réglementaires du pays considéré), détermineront les modalités de leur déclinaison et le calendrier de leur mise en œuvre.

En signant ce texte qui a vocation à s'appliquer à toutes les filiales du Groupe au sein de l'Union Européenne, qui représentent plus de la moitié des effectifs mondiaux, Pernod Ricard et l'EFFAT expriment leur volonté de voir le Groupe encadrer son internationalisation croissante en incitant ses filiales à aller au-delà des obligations légales et réglementaires dans le domaine de la RSE.

SOMMAIRE

PREAMBULE.....	1
SOMMAIRE	4
CHAMP D'APPLICATION	6
TEXTES DE REFERENCES AUXQUELS SE REFERE PERNOD RICARD.....	6
ENGAGEMENTS EN MATIERE DE RESPONSABILITE SOCIETALE DE L'ENTREPRISE (RSE).....	7
1. Respect des parties prenantes	7
1.1 Respect des salariés.....	7
1.1.1 Respect des Droits Humains.....	8
1.1.2 Santé et Sécurité au travail	8
1.1.3 Evaluation, Formation et développement des Compétences.....	9
➤ Entretien individuel annuel	9
➤ Job descriptions.....	10
➤ Leadership Model.....	10
➤ Formation	10
➤ Mobilité Interne.....	10
1.1.4 Protection Sociale.....	11
1.1.5 Lutte contre les discriminations	11
1.1.6 Anticipation, consultation et accompagnement social des restructurations	11
1.1.7 Dialogue Social	12
➤ Respect des organisations syndicales.....	12
➤ Droit d'affiliation à un syndicat	12
➤ Représentation des salariés européens	12
1.1.8 Environnement de travail.....	13
➤ Enquête d'opinion	13
➤ Prévention des risques psycho-sociaux.....	13
1.1.9 Rémunération et emploi	13
1.2 Respect des sous-traitants et fournisseurs	13
1.3. Respect des clients et des consommateurs	15
1.3.1 Qualité des Produits	15
1.3.2 Sécurité sanitaire.....	15
1.4 Respect des instances de gouvernance.....	16
1.4.1 Relations Actionnaires.....	16

1.4.2	Encouragement des salariés à l'actionariat	16
1.5.	Respect des Communautés : contribution au développement économique et social	16
1.5.1.	Jeunes et entreprise	16
1.5.2.	Salariés et actions bénévoles de solidarité	17
1.5.3.	Relations avec les communautés locales	17
2-	Promotion de la consommation responsable	17
2.1	Les priorités d'action du Groupe	17
2.2	Charte Interne sur la Consommation Responsable.....	18
2.3	Code de Pernod Ricard sur les Communications Commerciales.....	18
2.4	Sensibilisation Interne	19
2.5	Contribution aux engagements de l'industrie contre la consommation excessive ou inappropriée	19
3 -	Respect de l'environnement	19
3.1	Déployer des systèmes de management environnemental efficaces.....	19
3.2	Promouvoir une agriculture durable et préserver la biodiversité	20
3.3	Préserver les ressources en eau	20
3.4	Réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO2	21
3.5	Réduire l'impact du conditionnement et des déchets	21
4 -	Partager les cultures.....	22
4.1.	Partager les cultures des pays où Pernod Ricard opère.....	22
4.2.	Aide aux jeunes artistes.....	22
5.	Mise en œuvre.....	22
5.1.	Communication de l'accord.....	22
5.2	Modalités de suivi et Bilan	23
5.3	Modalités d'adhésion à l'accord par les sociétés du Groupe.....	23
5.4	Durée de l'accord	24

CHAMP D'APPLICATION

Le texte s'applique aux sociétés du Groupe au sein de l'Union Européenne.

L'engagement de celles-ci d'appliquer le présent accord sera formalisé par l'adhésion expresse de chacune d'entre elles à l'accord par la signature de son directeur général.

Comme indiqué dans le préambule, les dispositions du présent accord trouveront leur application dès que les conditions existantes le permettront localement. En l'absence de législation conforme aux engagements internationaux de Pernod Ricard, il sera pris en référence les lois internationales s'appliquant au niveau local. Ainsi, si ces dernières s'avéraient plus favorables aux engagements pris par le Groupe, ce sont celles-ci qui s'appliqueraient, dans le respect strict des lois nationales fixées localement.

Afin de généraliser progressivement le présent accord à l'ensemble de ses sociétés, Pernod Ricard invitera les filiales non européennes et / ou non détenues à 100% par Pernod Ricard, à formaliser leur adhésion à l'accord et à le mettre en œuvre progressivement.

TEXTES DE REFERENCES AUXQUELS SE REFERE PERNOD RICARD

Pernod Ricard adhère et entend respecter les principes et orientations reconnus internationalement dans des textes qui font autorité comme :

- les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales,
- les dix principes définis dans le pacte mondial des entreprises (Global Compact) des Nations Unies,
- la norme d'orientation sur la responsabilité sociale ISO 26000 et la norme XP X30 027,
- la déclaration de principe tripartite de l'OIT sur les principes directeurs des Nations Unies concernant les entreprises multinationales et la politique sociale,
- les principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.

En particulier, le Groupe affirme son respect des conventions de l'OIT régissant les droits sociaux fondamentaux :

- Elimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession (Conventions N° 100 & 111)
- Interdiction du travail des enfants (Conventions N° 138 & 182)
- Elimination du travail forcé et obligatoire (Conventions N°29 & 105)
- Liberté syndicale et droit à la négociation collective (Conventions N° 87 & 98)
- Protection des adhérents et responsables syndicaux, et refus des discriminations antisyndicales (Convention N° 135)
- Droits et égalité des chances pour les salariés des deux sexes ayant des responsabilités familiales et pour les femmes enceintes ou allaitant un enfant (Convention N° 156)

Pernod Ricard entend aussi respecter les textes suivants :

- sur les droits de l'homme : la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, la Déclaration sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, la Déclaration des Droits de l'Enfant et la norme OSHAS 18001,
- sur l'environnement : le protocole GHG, le CEO Water Mandate, la norme ISO 14000, le « Millenium Ecosystem assessment »,
- la qualité des produits : les normes 9001 et 22000,

Au-delà de ces textes et normes internationaux, le Groupe a précisé ses engagements par des documents qu'il a lui-même élaborés :

- la Charte Pernod Ricard,
- les engagements de Pernod Ricard en faveur du développement durable,
- le Code Ethique Achats,
- la politique Achats Responsables,
- le Group Environmental Roadmap,
- le « Supplier CSR Commitment »,
- le Process Groupe d'évaluation RSE des fournisseurs,
- le mini-guide « Fraud Awareness »,
- le Code de Pernod Ricard sur les communications commerciales.

ENGAGEMENTS EN MATIERE DE RESPONSABILITE SOCIETALE DE L'ENTREPRISE (RSE)

1. Respect des parties prenantes

1.1 Respect des salariés

La Charte Pernod Ricard énonce l'intégralité des principes fondamentaux de fonctionnement du Groupe, tant sur le plan organisationnel (modèle économique) que de la culture du Groupe et du respect de ses valeurs fondatrices : sens de l'éthique, confiance mutuelle, esprit entrepreneur. La Charte est communiquée et commentée systématiquement à chaque nouveau collaborateur rejoignant le Groupe, dans chacune de ses filiales. Elle est publiée en 5 langues. Elle est disponible sur l'intranet du Groupe et existe sous forme de support physique.

Pernod Ricard et l'EFFAT considèrent que le respect des droits des salariés et un dialogue social de qualité impliquent nécessairement la mise en œuvre de procédures d'information et de consultation des instances de représentation du personnel conformément aux dispositions européennes et nationales en vigueur.

Ces procédures s'appliqueront notamment dans des domaines tels que le respect des droits de l'homme et des droits syndicaux, la santé et la sécurité au travail, la formation

professionnelle, l'évolution des qualifications et carrières professionnelles, la mobilité interne, la protection sociale, la lutte contre les discriminations, l'anticipation et l'accompagnement des restructurations et les rémunérations.

1.1.1 Respect des Droits Humains

La politique sociale de Pernod Ricard s'inscrit dans le cadre universel des engagements internationaux garantissant le respect de la dignité des personnes et des droits sociaux fondamentaux. Pernod Ricard s'engage à l'échelle mondiale au respect du Pacte Mondial des Nations Unies, dont il est signataire depuis 2003. Cet engagement implique le respect de 10 principes portant sur les Droits Humains, les conditions de travail, l'environnement et des mesures anti-corruption. Afin de veiller au respect de ces principes, le Groupe a nommé dans chacune de ses structures un « Leader RSE » et s'engage à réunir annuellement ces correspondants pour recueillir et analyser leurs pratiques sur le sujet des Droits Humains mais également sur les autres domaines prioritaires de la plateforme RSE établie à l'échelle du Groupe en 2010.

Chaque dirigeant de filiale du Groupe, à l'échelle mondiale, veille à l'application des principes du Pacte Mondial. Le Groupe s'assure, par le biais d'audits internes, et par le dialogue régulier avec les salariés et leurs représentants, de leur connaissance et de leur respect.

1.1.2 Santé et Sécurité au travail

Pernod Ricard fait de la santé et de la sécurité de ses collaborateurs un élément essentiel de sa politique de prévention des risques. Le Groupe s'est doté de moyens pour traiter ces questions, notamment un système certifié de gestion de l'hygiène et de la sécurité selon la norme OHSAS 18001 et un programme sur la sécurité routière. Ainsi, le Groupe s'efforce de fournir un environnement de travail tenant compte des risques pour la santé physique et mentale de ses collaborateurs. Il se fixe pour but d'associer performance économique et environnement de travail afin de proposer un cadre de travail stimulant générateur de performance collective grâce à sa volonté d'amélioration continue de ses infrastructures et de ses méthodes de travail.

Pernod Ricard s'assurera, dès leur conception, que ses projets d'investissement ne risquent pas de compromettre la santé et la sécurité des personnels et populations environnantes. En ce sens, il procédera à une évaluation de l'impact et veillera à s'entourer des conseils internes et externes appropriés ainsi que ceux des autorités locales avant de valider la faisabilité de son projet.

Le Groupe s'assurera que ses propres salariés ou ceux mis à disposition par une société tierce, agissant sur un site soient dotés des compétences et formations nécessaires pour exercer les missions pouvant présenter un risque pour la santé. Chaque filiale veillera donc à intégrer dans son plan de formation annuel les besoins spécifiques en matière de sécurité. A ce titre, elle veillera à recenser et mettre en œuvre les besoins de formation, notamment en dialoguant avec les salariés et leurs représentants, ainsi qu'à évaluer l'acquisition des nouvelles compétences en matière de sécurité.

Dans sa démarche de limitation de l'accidentologie, le Groupe se veut engagé constamment en faveur de l'élimination des maladies professionnelles et des risques à effets

retardés (troubles musculo-squelettiques, risques psycho-sociaux) et prend les mesures locales appropriées pour prévenir ces risques.

Concernant la prévention des risques psycho-sociaux, les filiales européennes du Groupe s'assurent de la mise en œuvre dans leur mode de fonctionnement de l'accord cadre européen de 2004 relatif au stress professionnel. Le Groupe prône le respect de la personne comme principe de management et réprime les pratiques de harcèlement moral ou sexuel. Les pratiques de pression excessive de la part du management sont également proscrites et ne sauraient constituer un mode de gestion des équipes. En ce sens, les Directions des Ressources Humaines et les services de Santé au Travail existant dans les filiales européennes mettent en œuvre les dispositifs préventifs appropriés pour évaluer le niveau de qualité de leur environnement de travail (enquête interne, analyse des entretiens annuels, évaluation à 360°, écoute psychologique, cellule Santé au Travail, formations dédiées etc.). Les filiales européennes déterminent, dans le respect de la législation locale, les indicateurs permettant d'évaluer le climat social dans leur entreprise et elles informent et consultent les représentants des salariés.

1.1.3 Evaluation, Formation et développement des Compétences

Les changements financiers, économiques et technologiques imposent une capacité d'adaptation du Groupe aux évolutions afin de demeurer compétitif, innovant et réactif. Le modèle économique de Pernod Ricard, fondé sur la décentralisation, propose une approche permettant une réaction rapide aux évolutions de l'environnement. Toutefois, il doit s'accompagner d'une démarche conjointe (l'entreprise, les collaborateurs et leurs représentants le cas échéant notamment lorsque le sujet relève légalement de la négociation collective) visant à maintenir ou développer le niveau d'employabilité et de mobilité des collaborateurs de Pernod Ricard. A ce titre, les filiales européennes s'engagent à mettre en place un dispositif articulé permettant à chaque organisation d'identifier ses besoins en compétences, de les cartographier et d'évaluer la nécessité de faire acquérir à ses ressources en place celles qui feraient défaut. Ce dispositif comprend : des outils d'évaluation des compétences (entretien annuel), des référentiels emplois (*job descriptions*), un contexte favorable à l'identification et à la construction de parcours internes (*Leadership Model*), un investissement formation significatif porté par un Plan de Formation. Enfin, ce dispositif comprend un lien entre niveau de responsabilité du poste (*Job Banding*), potentiel d'évolution du collaborateur (catégories de Talents), développement des compétences et construction de parcours interne.

➤ Entretien individuel annuel

Chaque collaborateur des filiales couvertes par l'accord se verra proposer au moins une fois par an un entretien individuel qui fera l'objet d'une synthèse écrite et qui lui sera communiquée pour commentaires éventuels, quel que soit le poids de son poste au sein de la structure.

L'entretien conduit fera l'objet d'une préparation du Manager à ce rendez-vous dont l'objectif est d'inciter à l'échange et à la transparence dans l'appréciation des compétences du collaborateur et à la transmission d'un feedback constructif, permettant de souligner les points d'appui et de progrès du collaborateur. Chaque filiale appliquera le format qui lui semble le plus approprié, dans le respect des règles locales en la matière.

➤ *Job descriptions*

Les entretiens annuels se feront à l'appui de référentiels emplois ou de descriptions de poste, visant à retracer la finalité du poste occupé, les grandes missions associées et les attendus du poste. Les descriptions de poste, qui recensent les rôles et responsabilités du titulaire, pourront être complétées de procédures associées à la tenue du poste. Chaque entité du Groupe en Europe s'engage à rendre disponibles ces descriptions de poste aux collaborateurs afin qu'ils en aient connaissance. Lorsque cela est possible, les filiales effectuent un travail de pesée des postes au sein de leur structure afin de les cartographier, filière de métier par filière de métier. Cette démarche, qui vise à mieux baliser les passerelles internes entre les métiers, vient en support des actions visant à développer la mobilité interne.

➤ *Leadership Model*

Chaque manager dans les structures européennes du Groupe est sensibilisé à l'existence du Leadership Model de Pernod Ricard. A ce titre, les programmes de formations managériales dispensés par les filiales intègrent ce document de référence et préparent le manager à interpréter et intégrer dans son mode de management les 6 aptitudes clés du Leadership Model. Les managers sont eux-mêmes évalués sur leur niveau de maîtrise de ces aptitudes, dans le respect des principes locaux en la matière.

Les 6 aptitudes du Leadership Model et leurs comportements associés sont :

- Vision stratégique et esprit entrepreneur pour la perspective globale
- Orientation résultat et vivre les valeurs pour la réalisation des missions
- Développement des collaborateurs et management des équipes pour la dimension humaine.

➤ *Formation*

Les sociétés s'efforcent de permettre à leurs salariés, quel que soit leur métier, quelle que soit leur catégorie, un accès à la Formation Professionnelle pour maintenir leurs compétences professionnelles et les préparer aux évolutions de leur emploi. A ce titre, le Groupe met à leur disposition :

- Des programmes d'intégration destinés aux nouveaux collaborateurs : soit à l'échelon local, régional ou mondial en fonction du rayonnement du poste occupé. Ces programmes sont montés à l'initiative des DRH et impliquent les équipes dirigeantes des entités concernées, ceci afin de véhiculer dès le début de la relation professionnelle avec le Groupe les fondamentaux du fonctionnement du Groupe et de l'entité intégrée.
- Un processus de recensement des besoins de formation individuels à l'occasion de l'entretien annuel, dans le cadre budgétaire disponible au sein de l'entité concernée et des priorités de développement des compétences fixées par l'entité.
- Un catalogue de formations techniques internes, à destination des Cadres et visant à proposer des formations sur-mesure, adaptées au potentiel d'évolution du collaborateur.

➤ *Mobilité Interne*

Le Groupe s'est doté d'une cellule au sein de sa DRH Groupe visant à favoriser les mobilités. A ce titre, les filiales européennes du Groupe s'engagent à rendre visibles leurs offres d'emploi à pourvoir sur l'intranet du Groupe (I-move) et à considérer prioritairement les candidatures internes. Par ailleurs, chaque filiale procède chaque année à une revue de ses Talents afin d'identifier leurs souhaits de mobilité. Chaque filiale se coordonne avec la cellule Développement RH régionale et/ou Groupe pour faire connaître et identifier ses Talents, dans

un souci de favoriser le développement de parcours internes. Dans un esprit de co-responsabilité, chaque collaborateur est également invité à prendre connaissance du « marché interne » et être acteur de son développement. Il a en ce sens la possibilité d'exprimer ses souhaits lors des entretiens annuels programmés dans son entité.

1.1.4 Protection Sociale

Les filiales européennes du Groupe s'engagent à ce que leurs salariés bénéficient d'un régime de protection sociale. Chaque filiale s'efforce de mettre en place des couvertures prévoyance afin de couvrir les risques liés aux conséquences d'un décès ou d'une invalidité du collaborateur, quelle qu'en soit la cause. Ainsi, chaque filiale souscrira et contribuera à un régime permettant à n'importe quel collaborateur salarié en contrat à durée indéterminée et doté d'une ancienneté d'au moins 1 an au moment de son décès de pouvoir faire bénéficier ses ayants-droits désignés d'une prestation dont la valeur est au moins égale à 1 an de salaire fixe.

1.1.5 Lutte contre les discriminations

Pernod Ricard s'engage à lutter contre toute forme de discrimination et affirme sa volonté de respecter la Diversité et de promouvoir l'égalité des chances, en particulier lors des processus de recrutement ou de promotion interne.

Pernod Ricard sera particulièrement vigilant sur 4 domaines :

- L'égalité professionnelle homme/femme : les filiales mèneront un état des lieux, partagé avec les partenaires sociaux, de leur situation par rapport aux égalités de traitement entre les hommes et les femmes en ce qui concerne la construction des parcours professionnels, l'accès à la formation, l'accès aux postes à responsabilité et les niveaux de rémunération à poste équivalent. Le Groupe s'engage à développer les actions permettant une féminisation accrue de ses métiers les moins féminisés, en assurant auprès du public féminin une communication/information sur les métiers du Groupe et en sensibilisant les managers à la non-discrimination à l'embauche.
- L'insertion des travailleurs en situation de handicap : le Groupe veillera à développer sa politique d'accueil de travailleurs en situation de handicap et son réseau de partenaires externes employant des travailleurs handicapés afin d'associer au mieux ce public avec les métiers du Groupe.
- L'origine (ethnique, nationale, culturelle, formation initiale, etc.) : le Groupe souhaite favoriser le recrutement et la promotion interne de profils « divers » en les intégrant dans ses short-lists pour les postes à forte responsabilité, ceci afin de favoriser la diversité des parcours, source d'enrichissement collectif et de performance régénérée.
- L'âge : aux 2 extrémités de la pyramide des âges, le Groupe veillera à favoriser l'embauche des jeunes et le maintien dans l'emploi des « seniors », dans un souci de participer à la dynamisation du marché de l'emploi de la zone européenne.

1.1.6 Anticipation, consultation et accompagnement social des restructurations

Pernod Ricard s'engage à anticiper, dans la mesure du possible, les évolutions économiques et industrielles et leurs conséquences en termes de ressources humaines. Ainsi, par exemple, dans ses examens d'opportunités de cession d'une de ses entités, le Groupe veillera à qualifier la dimension humaine du projet du repreneur afin d'obtenir, lors de ses négociations,

un engagement à la meilleure préservation possible des emplois des ex-collaborateurs du Groupe au sein de la structure acquéreur.

Pernod Ricard s'engage à agir dans le respect des législations européennes et nationales dans ce domaine et notamment des directives :

- concernant le rapprochement des législations des Etats membres relatives aux licenciements collectifs (98/59/CE),
- établissant un cadre général relatif à l'information et à la consultation des travailleurs (2002/14/CE).

De même, lors de restructurations locales en Europe, les filiales initiant le processus s'engagent à appliquer les principes suivants :

- Anticiper les conséquences sociales des décisions stratégiques prises et préparer en amont les actions à destination des salariés pour faciliter les évolutions nécessaires,
- Informer et Consulter les représentants du personnel à travers une information sur le contexte et les motifs de la décision de réorganiser, les conséquences de la décision et les mesures d'accompagnement individuelles et collectives prévues,
- Limiter les conséquences locales qui pourraient déséquilibrer fortement un territoire,
- Proposer des mesures d'accompagnement qui se situent dans les meilleures pratiques du pays concerné.

1.1.7 Dialogue Social

Pernod Ricard accorde une place importante au dialogue social et le construit avec les représentants du personnel, dans le respect des règles locales, comme normes minimales, en les associant dans les décisions le plus en amont possible. Dans un principe de transparence, la Direction et les représentants des salariés discutent sur les projets, dans le respect des procédures et engagements de confidentialité nécessaires pour le bon développement du dialogue social. Les filiales, dans ce cadre, s'engagent à consulter et fournir des informations fiables et actualisées sur la marche des affaires.

➤ *Respect des organisations syndicales*

Pernod Ricard s'engage à respecter l'autonomie et l'indépendance des organisations syndicales. Ainsi par exemple, dans les démarches de négociation collective, le groupe reconnaît comme interlocutrices et partenaires les organisations syndicales reconnues comme représentatives dans l'entreprise, selon les règles nationales et internationales. Les salariés exerçant des responsabilités syndicales ne se verront pas discriminés à cause de leur engagement et chaque entité veillera à ne pas porter atteinte à cette liberté, notamment sur le plan de l'accès à la formation, de l'évolution salariale ou de l'évolution professionnelle.

➤ *Droit d'affiliation à un syndicat*

Tous les salariés de Pernod Ricard doivent pouvoir avoir le droit de s'affilier à une organisation syndicale, élire leurs représentants et se faire élire à des fonctions de représentation et user de droits syndicaux reconnus, dans le cadre des législations et réglementations en vigueur.

➤ *Représentation des salariés européens*

A l'échelle européenne, le Comité d'Entreprise Européen regroupe une représentation des pays dans lesquels Pernod Ricard possède des entités d'au moins 75 personnes. Cet organe d'information et de consultation est en contact avec la Direction Générale du Groupe, qui

prend l'engagement de le solliciter en amont de toute décision sur l'emploi ayant des impacts dans plusieurs pays européens. A ce titre, un Comité Restreint a été désigné comme l'organe de discussion prioritaire pour plus de réactivité sur ces dossiers pouvant avoir un impact direct sur l'emploi de collaborateurs du Groupe.

1.1.8 Environnement de travail

➤ Enquête d'opinion

Sans se substituer aux initiatives locales entreprises par les filiales de l'Union Européenne, Pernod Ricard lancera tous les 2 ans une enquête d'opinion mondiale pour mieux comprendre les attentes des salariés dans leur environnement de travail et y répondre. Les thématiques de cette enquête couvrent une série d'items permettant d'évaluer le ressenti des salariés de chaque filiale par rapport au reste du Groupe et à un panel d'entreprises du secteur FMCG (Fast Moving Consumer Goods). Les items portent aussi bien sur la reconnaissance non financière, la communication interne, la proximité managériale, l'appréciation des valeurs du Groupe, la fierté d'appartenance etc. L'enquête Groupe est administrée par la DRH Groupe et un organisme tiers externe garantissant une totale confidentialité des réponses apportées par les collaborateurs. Les filiales s'engagent à restituer localement les résultats de l'enquête à leurs salariés, à consulter leurs représentants sur les conclusions pratiques et à mettre en œuvre un plan d'action permettant d'améliorer les items dont les scores seraient questionnables.

➤ Prévention des risques psycho-sociaux

Les sociétés du Groupe doivent créer un cadre de travail favorable à la sécurité mentale du personnel, quels que soient leurs fonctions et les risques auxquels ils sont exposés, dans le respect de la loi du pays concerné. Ainsi, les filiales européennes du Groupe s'efforceront de bâtir un plan « Bien-Etre au Travail » avec pour objectif de mesurer ses progrès en matière de prévention des risques psycho-sociaux.

1.1.9 Rémunération et emploi

Pernod Ricard s'assure, conformément aux lois et/ou pratiques locales, que les rémunérations versées à ses salariés sont soumises à la négociation collective.

Chaque filiale s'assurera de l'attractivité de ses pratiques salariales par rapport aux pratiques de son marché. Les politiques de rémunération de chacune des filiales sont déterminées avec le souci de l'objectivité, de la transparence et de l'équité.

Ce n'est pas dans la politique de Pernod Ricard de recourir à l'emploi précaire. Ainsi le Groupe privilégiera, dès qu'il le sera possible, l'emploi pérenne.

1.2 Respect des sous-traitants et fournisseurs

Le Groupe est conscient que son impact sociétal se fait notamment via sa chaîne d'approvisionnement et sa relation aux fournisseurs et aux sous-traitants.

Le Groupe s'engage à partager ses préoccupations en termes de RSE avec ses fournisseurs et sous-traitants, et à évaluer ces derniers périodiquement à ce sujet.

Dans ce cadre, la politique du Groupe est de travailler en relation étroite avec ses fournisseurs et sous-traitants et d'améliorer leur impact indirect sur la société et

l'environnement. Les filiales européennes mettent en œuvre cette politique et s'y emploient en :

- communiquant la Politique Achats Responsables aux fournisseurs, en les faisant s'engager en faveur du Développement Durable via le "Supplier CSR Commitment" et en suivant le Processus Groupe d'évaluation RSE des fournisseurs,
- en encourageant les fournisseurs et sous-traitants à adopter des standards appropriés afin d'améliorer constamment leurs standards sociaux et environnementaux.

Les employés des filiales de l'Union européenne, de par leur activité en lien avec des sociétés extérieures au Groupe, peuvent être amenés à établir une relation commerciale client-fournisseur. Dans ce cas, Pernod Ricard leur demandera de se référer et appliquer les règles édictées par le Groupe en la matière dans le Code Ethique Achats et la Politique Achats Responsables.

Les filiales de l'Union Européenne sont conscientes que cette relation implique de développer des compétences *a minima*. C'est pourquoi, par l'élaboration de différents programmes de formation, le Groupe donne à ses collaborateurs les moyens de répondre à ce besoin (par exemple formation "Procurement for non-buyers", elearning "Smart and Safe POS Purchasing").

Ainsi, le respect du consommateur et du fournisseur se trouvera toujours être au centre des préoccupations des employés des filiales européennes.

Les employés des filiales de l'Union Européenne demanderont aux fournisseurs et aux sous-traitants de mettre en place les actions adéquates dans les domaines suivants, qui revêtent une importance particulière pour les filiales de l'Union Européennes :

- Respect des droits du travail applicables,
- Protection de l'environnement, en particulier la préservation des ressources naturelles et la biodiversité,
- Développement économique fondé sur des pratiques commerciales loyales,
- Consommation responsable,
- Droits de l'Homme.

Dans le cadre de l'exercice d'activités d'entreprises sous-traitantes sur leurs sites, les filiales européennes s'efforcent de proposer à celles-ci et aux salariés travaillant pour leur compte les conditions de travail et de santé - sécurité au meilleur niveau des entreprises du secteur et du pays concernés. Il sera notamment demandé aux entreprises sous-traitantes un suivi des accidents du travail.

Dans le cadre d'une constatation d'un manquement ou d'une sous-performance RSE, les filiales européennes peuvent se retrouver face aux cas suivants :

- Pour les fournisseurs et sous-traitants actuels avec relation commerciale en cours :
 - Le fournisseur / sous-traitant est incontournable : les mesures à prendre seront à analyser au cas par cas avec pour objet de toujours améliorer la performance RSE de ce fournisseur / sous-traitant, en étant conscient que ce processus peut s'inscrire dans la durée.
 - Le fournisseur / sous-traitant n'est pas incontournable : la filiale européenne impliquée établira un plan d'amélioration en ciblant les points d'action prioritaires à proposer à ce fournisseur / sous-traitant. Si ce dernier ne le met pas en place ou

le refuse, la filiale européenne mettra alors en œuvre un processus de remplacement de ce fournisseur / sous-traitant par un autre justifiant d'une meilleure performance RSE.

- Enfin dans le cas d'un nouveau fournisseur / sous-traitant, tout refus d'évaluation ou une sous-performance RSE entraînera une impossibilité d'établir une relation commerciale avec ce fournisseur / sous-traitant. Une bonne performance RSE est un prérequis à toute analyse d'une possible relation commerciale.

1.3. Respect des clients et des consommateurs

Le respect des clients et des consommateurs est l'affaire de tous, et tous les collaborateurs du groupe ont un rôle essentiel dans l'amélioration des performances.

1.3.1 Qualité des Produits

Pernod Ricard entend fournir à ses clients des produits de la plus haute qualité et accorde à ce titre une importance particulière à la sécurité du consommateur en termes de santé. Cela se traduit par un engagement fort vis-à-vis de la prévention des risques liés à une consommation inappropriée ou excessive de l'alcool (voir plus bas au chapitre 2), mais également par une politique rigoureuse en matière de sécurité sanitaire lors de l'élaboration des produits.

A travers sa politique générale de management intégré Qualité/Sécurité/Environnement, qui repose sur la généralisation des certifications des sites de production, le Groupe se donne les moyens de respecter cet engagement. La certification ISO 9001 « Systèmes de Management de la Qualité » de tous les sites de production constitue le socle de ce système de management. Centré sur l'amélioration continue et la gestion des risques, il met le client et le consommateur au cœur des priorités.

En complément, un outil en ligne intitulé « Système de Gestion des Plaintes » a été développé au niveau du Groupe, pour recueillir et suivre en temps réel les réclamations qualité exprimées par les consommateurs ou tout autre problème éventuel de qualité, et en informer immédiatement la ou les filiale(s) concernée(s) afin que celle(s)-ci prenne(nt) les mesures nécessaires. Ce système informe immédiatement la Holding en cas de soupçon grave quant à la qualité sanitaire d'un produit, ce qui permet de réagir très rapidement. La procédure de Gestion de Crise du Groupe s'applique à la Holding et à l'ensemble des filiales. Chaque filiale dispose en outre d'une procédure de gestion de crise pouvant être activée, notamment en cas de risque sanitaire liée à un produit, avec si besoin l'organisation d'un rappel de produit. Ces procédures font périodiquement l'objet de tests, de formations des personnels impliqués et de remises à jour.

1.3.2 Sécurité sanitaire

La maîtrise de la qualité sanitaire des produits repose sur la mise en œuvre de la méthode Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) qui vise à identifier tous les points à risques potentiels du processus de fabrication et à les mettre sous contrôle par des mesures préventives appropriées. Bien que les vins et spiritueux soient peu sujets à risques en matière de sécurité alimentaire comparés à d'autres agro-industries, Pernod Ricard a décidé de

procéder à la certification progressive de ses sites de production selon la norme ISO 22000 « Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires ».

Par ailleurs les standards internes définis par Pernod Ricard pour ses activités industrielles comprennent différentes « guidelines » spécifiques dont l'objet est la maîtrise de risques tels que par exemple la contamination accidentelle d'un produit ou bien encore la présence d'un corps étranger dans une bouteille. Un programme d' « audits croisés » entre filiales animé par la Direction Technique du Groupe permet de vérifier leur application sur le terrain, et de développer le partage des meilleures pratiques. Les filiales doivent y adhérer.

1.4 Respect des instances de gouvernance

1.4.1 Relations Actionnaires

Pernod Ricard entend fournir à ses actionnaires, incluant ses salariés actionnaires individuels, une information régulière et exhaustive par rapport à son activité et sa stratégie de développement.

Le Groupe met à leur disposition différents outils de communication :

- Un site internet sur lequel figure l'évolution du cours du titre Pernod Ricard et propose des informations liées aux communications financières effectuées par le Groupe, incluant son Assemblée Générale, retransmise chaque année sur le site <http://www.pernod-ricard.com> ;
- Une revue destinée aux actionnaires, publiée 3 fois par an (Entreprendre) ;
- L'animation du Club Actionnaires par la Direction de la Communication du Groupe.

1.4.2 Encouragement des salariés à l'actionnariat

Parce que les résultats du Groupe sont le fruit du travail des hommes et des femmes de Pernod Ricard, chaque filiale cherchera à favoriser la mise en œuvre de dispositifs visant à faire bénéficier les salariés des progrès économiques de leur filiale. Ces dispositifs auront pour but de verser, lorsque les résultats le permettront, une rétribution additionnelle à la rémunération de base et dont la forme peut varier selon les pays et les dispositifs mis à la disposition de la filiale. Lorsque cela est possible, les filiales privilégieront les dispositifs permettant aux salariés de devenir actionnaires de Pernod Ricard.

1.5. Respect des Communautés : contribution au développement économique et social

1.5.1. Jeunes et entreprise

Les filiales du Groupe au sein de l'Union Européenne portent une attention particulière à l'insertion des jeunes à travers les différents dispositifs offerts par les législations locales : stages, VIE (Volontariat International en Entreprise), apprentissage par exemple. En ce sens, elles contribuent à l'établissement de relations privilégiées avec les instituts de formation locaux, avec qui elles inter-agissent sous différentes formes : accueil d'étudiants ou d'enseignants, journées portes ouvertes, participation à des forums, témoignages de membres du personnel sur le métier exercé, tutorat d'étudiants, *business games*. A l'échelle locale, les filiales peuvent choisir de s'engager en faveur d'associations cherchant à favoriser l'accès à l'emploi de jeunes ou à la création d'entreprise (ex : Réseau Entreprendre en France ou signature de la plateforme de l'AFEP (Association Française des Entreprises

Privées), démontrant ainsi leur souci de développer le niveau d'employabilité des jeunes et leur connaissance des métiers exercés dans l'univers de Pernod Ricard.

1.5.2. Salariés et actions bénévoles de solidarité

Les filiales du Groupe Pernod Ricard au sein de l'Union Européenne favoriseront l'implication des salariés dans des activités d'intérêt général. Elles encourageront sous des formes à définir localement la contribution de leurs salariés à des actions de solidarité, notamment :

- Des actions de pédagogie dans le cadre de partenariat avec les universités ;
- Des actions bénévoles en cohérence avec la stratégie RSE du Groupe ;
- Un soutien à des initiatives favorisant l'esprit entrepreneurial et le partage des cultures.

1.5.3. Relations avec les communautés locales

Pernod Ricard est un acteur économique respectueux des particularités et réalités des territoires où il opère. Sa démarche partenariale de proximité procède de l'accompagnement du développement des territoires avec un esprit de solidarité avec les communautés locales.

Les filiales du Groupe Pernod Ricard au sein de l'Union Européenne veilleront, dans le respect des lois, réglementations et normes en vigueur, au développement économique et social dans les territoires où elles opèrent. Elles pourront notamment agir sur les leviers suivants de leur choix :

- un dialogue régulier avec les communautés concernées par son activité ;
- la prise en compte des besoins essentiels des communautés locales en partenariat avec des organisations locales dans le cadre de projets humanitaires, environnementaux ou solidaires ;
- l'aide à la formation et à l'emploi des personnes des communautés ;
- un échange des bonnes pratiques entre les filiales du Groupe.

Pernod Ricard souhaite encourager l'esprit entrepreneurial en externe en aidant au développement de projets soumis au Groupe, soit sous la forme de tutorat par les collaborateurs du Groupe soit par une aide financière permettant le lancement d'une entreprise.

Pernod Ricard souhaite développer des projets d'entrepreneuriat en lien avec les territoires où le groupe opère. Cette intention doit pouvoir se matérialiser à l'avenir mais nécessite la définition du champ d'application au préalable.

2- Promotion de la consommation responsable

2.1 Les priorités d'action du Groupe

Une des priorités RSE du Groupe est la promotion de la consommation responsable. Les filiales de l'Union Européenne de Pernod Ricard s'engagent à favoriser en particulier la sensibilisation des collaborateurs aux problématiques de consommation excessive ou inappropriée de la consommation d'alcool.

Les engagements fondamentaux du Groupe dans ce domaine se déclinent en 5 axes d'action :

1. Préconiser une consommation modérée d'alcool. Cela passe notamment par des règles marketing strictes que l'on retrouve dans le Code sur les Communications Commerciales de Pernod Ricard, que le Groupe attend de voir appliquées par chaque collaborateur dans son activité (voir 2.3);
2. Prévenir l'alcool au volant, notamment par des actions de prévention. Les collaborateurs doivent être exemplaires dans ce domaine. Les filiales européennes s'engagent à mettre en œuvre des politiques et actions pour faciliter le respect de cette règle par les collaborateurs dans le cadre de leurs activités (éthylotest, promotion du conducteur désigné, taxi,...) ;
3. Sensibiliser les jeunes aux risques d'une consommation inappropriée ou excessive d'alcool ;
4. Dissuader les femmes enceintes de consommer de l'alcool ;
5. Responsabiliser l'ensemble des équipes pour que les collaborateurs soient exemplaires dans le domaine de la consommation responsable.

2.2 Charte Interne sur la Consommation Responsable

Chaque filiale du Groupe de l'Union Européenne s'engage à élaborer une charte interne sur la consommation responsable qui précise, pour l'ensemble de ses collaborateurs, leurs responsabilités en matière de consommation responsable :

- Adopter une conduite responsable en toutes circonstances,
- Connaître et respecter les niveaux de consommation à moindre risque,
- Respecter les engagements éthiques du Groupe,
- Connaître et prévenir les situations de consommation à risque (mineurs, femmes enceintes, conducteurs,...),
- Connaître et faire connaître la politique et les initiatives de consommation responsable du Groupe.

2.3 Code de Pernod Ricard sur les Communications Commerciales

Au-delà des dispositions générales contenues dans les codes professionnels, le Code Pernod Ricard a prévu des dispositions spécifiques comme :

- L'interdiction de l'obscénité, du sexisme ou de la nudité gratuite dans la publicité ;
- L'interdiction de faire figurer une marque, par affichage, sur un circuit automobile, un véhicule de sport motorisé ou un pilote automobile en action ;
- L'obligation de faire connaître et de faire appliquer le Code par les prestataires extérieurs ;
- L'apposition du pictogramme « femme enceinte » sur les bouteilles vendues en Europe ;
- Un message de responsabilité avec une taille minimum sur l'ensemble des publicités.

Toutes les équipes marketing mais aussi les prestataires extérieurs doivent être formés au marketing éthique et connaître le Code Pernod Ricard. Les filiales européennes de Pernod Ricard organisent régulièrement des formations pour expliquer les principes du Code aux équipes.

2.4 Sensibilisation Interne

Pernod Ricard attend de l'ensemble des collaborateurs qu'ils soient ambassadeurs et acteurs de la politique de consommation responsable. Les filiales européennes de Pernod Ricard s'engagent à :

- assurer la sensibilisation / formation des collaborateurs dans l'année de leur arrivée afin que chacun connaisse la politique et les initiatives du Groupe, et qu'ils connaissent leurs responsabilités ;
- mener, au moins une fois par an, une initiative de sensibilisation interne sur la consommation responsable, avec la mobilisation et la participation active de l'ensemble des collaborateurs. Cela peut se faire notamment à travers le Responsib'All Day, évènement du Groupe où l'ensemble des collaborateurs sont mobilisés, pendant une demi-journée ou une journée, sur une thématique de consommation responsable.
- impliquer les collaborateurs, selon le contexte local, dans les initiatives de consommation responsable menées en externe.

2.5 Contribution aux engagements de l'industrie contre la consommation excessive ou inappropriée

En octobre 2012, à l'occasion de la conférence internationale *Global Action*, Pierre Pringuet a annoncé, au nom de l'industrie, les engagements pour réduire la consommation à risque. Les entreprises signataires s'engagent à mettre en place des actions afin de :

1. Réduire la consommation d'alcool chez les jeunes n'ayant pas encore l'âge légal
2. Renforcer et élargir les codes de pratiques marketing
3. Communiquer des informations aux consommateurs et développer des innovations produits responsables
4. Réduire l'alcool au volant
5. Obtenir le soutien des détaillants dans la réduction de la consommation nocive d'alcool

Ces engagements seront mis en œuvre sur une période de cinq ans qui commencera en 2013. Les filiales européennes du Groupe Pernod Ricard s'engagent à informer et sensibiliser les collaborateurs sur ces engagements et à favoriser leur contribution selon le contexte local.

3 - Respect de l'environnement

Le respect de l'environnement est l'affaire de tous, et tous les collaborateurs du Groupe ont un rôle essentiel dans l'amélioration des performances durables, notamment en Europe.

3.1 Déployer des systèmes de management environnemental efficaces

Le Groupe reconnaît que ses activités sont génératrices d'impacts sur l'environnement dans différents domaines tels que l'utilisation de ressources naturelles (eau, énergie, matières premières...), la qualité de l'eau, de l'air et du sol, la génération de déchets, le changement climatique ou encore l'état de la biodiversité.

Pour réduire cet impact, le Groupe doit mesurer son empreinte et mettre en place des mesures adaptées en vue de la préservation de l'environnement.

Pour les filiales industrielles, cela doit être fait au moyen de systèmes de management environnemental conformes à la norme ISO 14001. Des guidelines internes sont diffusées à ces filiales pour définir des règles minimum à respecter ainsi que les meilleures pratiques à diffuser. La Direction Technique de Pernod Ricard anime et coordonne les actions des filiales, notamment par la réalisation d'un reporting annuel et d'audits réguliers.

Une attention particulière sera également portée pour chaque nouveau projet ou investissement afin de choisir dans la mesure du possible les technologies et implantations permettant de réduire les risques ou impacts pour l'environnement et la santé des personnes.

Pour les filiales de distribution, dont les impacts sont moindres, les filiales s'efforceront de conduire des plans d'action adaptés aux enjeux locaux et adaptés aux activités.

3.2 Promouvoir une agriculture durable et préserver la biodiversité

Plusieurs filiales du Groupe gèrent directement des exploitations agricoles, principalement sous forme de vignobles. Elles doivent s'efforcer d'avoir recours aux pratiques agricoles les plus exigeantes dans le contexte local en matière de préservation de l'environnement. Ces pratiques devront notamment prendre en compte la préservation de la biodiversité des terres cultivées ou des terroirs alentours, ainsi que le maintien en bon état des écosystèmes. Lorsque des schémas de certification sont définis et reconnus localement pour ces référentiels, ces filiales doivent y avoir recours. Ces exploitations doivent permettre de constituer des vitrines de bonnes pratiques pour les agriculteurs locaux, auprès desquels les filiales se fournissent par ailleurs en matières premières.

Les sites industriels situés à proximité de zones naturelles fragiles ou particulièrement riches en matière de biodiversité devront avoir répertorié ces zones et identifié des actions permettant de limiter les risques d'impacts, et si possible de contribuer à les préserver.

Pour les matières agricoles achetées auprès de fournisseurs, les filiales doivent s'efforcer de connaître les pratiques agricoles utilisées dans les aires de production concernées et, dans la mesure du possible, d'agir pour encourager les producteurs à adopter des pratiques durables, qu'elles concernent la protection de la biodiversité, la réduction des intrants ou encore la pratique d'une irrigation raisonnée, par exemple par le moyen de support technique ou encore de spécifications contractuelles. La traçabilité des produits achetés et utilisés doit être clairement documentée.

3.3 Préserver les ressources en eau

Par la signature de Pierre Pringuet, le Groupe a adhéré au CEO Water Mandate initié par les Nations Unies et reconnaît ainsi l'importance de ce sujet pour l'avenir de l'humanité.

Les filiales industrielles doivent mesurer leur consommation et usage d'eau, et intégrer à leurs plans d'actions environnementaux des objectifs pour la réduire, en fonction des possibilités techniques.

Un effort particulier doit être réalisé par les filiales grandes consommatrices d'eau (distilleries notamment) ou bien situées dans des régions où les ressources en eau sont soumises à contraintes du fait du climat ou de la démographie (notion de stress). Elles devront établir une cartographie fine des flux dans le but d'optimiser leur consommation, en cohérence avec le niveau des enjeux locaux.

Enfin, tous les sites de production doivent s'assurer que le rejet des eaux usées qu'ils génèrent respecte les réglementations locales applicables, et qu'ils ont un impact maîtrisé sur l'environnement, soit par le strict respect des paramètres de qualité d'eau rejetée dans les réseaux collectifs d'épuration, soit par la mise en place de procédés de traitement performant avant émission dans le milieu naturel.

3.4 Réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO2

Le Groupe reconnaît que la consommation d'énergies fossiles appauvrit les ressources naturelles de la planète et contribue au changement climatique.

Pour cette raison, il s'engage à optimiser la consommation énergétique de ses installations industrielles. Cela concerne tout particulièrement les distilleries, qui constituent le plus gros foyer de consommation directe du Groupe. Pour cela, les filiales mesurent leurs consommations, engagent des diagnostics de performance énergétique des installations industrielles, fixent des objectifs de réduction de consommation et doivent faire des choix de technologies cohérents avec cet objectif lors des nouveaux projets. Dans la mesure du possible, elles s'efforcent d'avoir recours à des énergies renouvelables lorsque celles-ci sont disponibles dans des conditions économiques acceptables (biomasse ou électricité verte par exemple).

Pernod Ricard, lorsque cela est possible, étudie l'empreinte carbone lors de changements de technologie afin de réduire sa consommation en CO2.

Pour contribuer à la réduction du changement climatique, le Groupe s'engage à mesurer régulièrement son impact sur la génération de gaz à effet de serre, dont le principal est le CO2, que ce soit par ses activités directes (sites de production) ou bien ses achats (émissions dues aux matières premières ou matériaux d'emballage achetées aux fournisseurs). Cela concerne au premier plan les activités industrielles amont, mais devra être étendu aux activités de distribution (transport vers et dans les marchés). Grâce à ces évaluations, des priorités seront établies pour agir dans un but de réduire ces émissions, notamment en dialogue avec les fournisseurs mais aussi en incitant les équipes logistiques à travailler sur plusieurs leviers : le type de transport, l'optimisation des chargements, la planification. Lorsque cela n'est pas réalisable, le Groupe encourage ses filiales à envisager la possibilité de participer à des actions de compensation telles que définies par les programmes reconnus dans ce domaine (crédits carbone).

3.5 Réduire l'impact du conditionnement et des déchets

Le Groupe s'engage à mettre en œuvre une démarche d'écoconception pour le développement des produits et des conditionnements, qui consiste à tenir compte des impacts environnementaux des produits dans la phase de conception et développement, dans le but final de faire des choix optimisant l'impact global du produit.

Cette démarche doit se faire en ayant recours à la notion de cycle de vie, qui intègre tous les aspects de la vie du produit, depuis la production des matières premières et emballages, la fabrication, la distribution, la consommation et le recyclage des déchets.

Cette approche doit amener les filiales à optimiser la quantité de conditionnement mise en œuvre (notamment verre, carton...), et à privilégier des matériaux recyclables.

Le Groupe s'engage à pratiquer le tri sélectif des déchets sur tous ses sites de production afin d'en organiser le recyclage et la valorisation (en fonction des filières de recyclage disponibles localement). Il encourage les sites non industriels à adopter la même pratique.

Enfin, le Groupe défend le principe de la Responsabilité Elargie du Producteur (REP) et soutient financièrement les systèmes de collecte et de tri des emballages usagés de ses produits mis sur le marché, mis en place notamment par les collectivités locales.

4 - Partager les cultures

4.1. Partager les cultures des pays où Pernod Ricard opère

Pernod Ricard est présent dans plus de 75 pays avec 98 sites de production. Le Groupe commercialise des marques produites dans des territoires ayant une forte culture. Naturellement, en exportant les marques ancrées dans leur territoire, Pernod Ricard en diffuse la culture dans le monde entier. Les filiales européennes du Groupe s'engagent, quand cela est pertinent, à :

- Favoriser ce partage des cultures afin de faire connaître à leurs clients, consommateurs et collaborateurs les traditions, culture et style d'un (ou de plusieurs) pays des marques qu'elles distribuent avec pour objectif de favoriser la diversité, l'ouverture d'esprit et le respect.
- Favoriser la participation des collaborateurs aux événements culturels des marques et à partager les moments de convivialité qui y sont associés.
- Echanger les bonnes pratiques avec les autres entités du Groupe.

4.2. Aide aux jeunes artistes

Pernod Ricard aide dans de nombreux pays de jeunes artistes par une participation au financement d'expositions, catalogues ou œuvres et encourage les collaborateurs à participer aux événements associés.

5. Mise en œuvre

5.1. Communication de l'accord

Toutes les filiales signataires conviennent de porter le présent accord à la connaissance des salariés de leur filiale en s'appuyant sur leurs outils de communication interne habituels. Une version traduite en anglais et en espagnol est mise à disposition par le Groupe. Les filiales traduiront l'accord dans leur langue locale pour en permettre la compréhension à tous les salariés. Une communication sera portée à la connaissance des dirigeants des filiales

concernées afin qu'ils puissent mettre en œuvre les principes et engagements figurant dans l'accord. Les filiales concernées par l'accord porteront à la connaissance de leurs instances locales l'existence de cet accord.

L'accord n'a pas vocation à se substituer aux démarches de dialogue ou de négociation menées au plan local mais constitue un prolongement des bonnes pratiques sociales et environnementales.

5.2 Modalités de suivi et Bilan

L'accord est signé entre Pernod Ricard et l'EFFAT (*European Federation for Food, Agriculture, and Tourism*) qui a tout mandat pour signer un accord collectif à l'échelle européenne. L'EFFAT a pu, par le biais de l'expert qu'elle a désigné, comprendre les attentes du Comité Européen de Pernod Ricard. En outre, deux représentants de ce comité ont participé aux discussions ayant eu lieu entre la Direction Générale de Pernod Ricard et l'EFFAT.

Les signataires conviennent de porter le présent accord à la connaissance des salariés du Groupe en respectant les procédures prévues pour la publication de tout accord collectif par les législations nationales.

Dans les filiales ayant manifesté l'engagement d'application des conditions de l'accord, chaque société aura à mettre en œuvre progressivement l'accord et à en définir localement les modalités d'application, tenant compte des diversités des situations économiques, professionnelles, géographiques, culturelles, des obligations légales, réglementaires, conventionnelles et ainsi que celles relevant de la négociation collective des pays concernés.

La mise en œuvre de l'accord fera l'objet d'une information du Comité d'entreprise européen ou de son Comité restreint en fonction de l'importance et de l'urgence du sujet.

Chaque filiale adhérente décidera des modalités de suivi de l'accord. En tout état de cause, elle fera une synthèse de son action en matière de RSE aux organes de représentation du personnel de l'entité une fois par an. Cette synthèse sera transmise à la DRH du Groupe.

Le Comité Européen et l'EFFAT bénéficieront d'un bilan d'application de l'accord tous les ans. Des extraits de ce rapport pourront éventuellement nourrir le Document de Référence du Groupe afin de communiquer sur les actions entreprises par le Groupe en externe sur ses données extra-financières.

En outre, les parties signataires, Pernod Ricard et EFFAT, se réuniront une fois par an pour suivre l'application de l'accord et évoquer, si nécessaire toutes questions s'y rapportant.

5.3 Modalités d'adhésion à l'accord par les sociétés du Groupe

Les filiales de l'Union Européenne matérialiseront leur adhésion par le biais de l'engagement de leur Directeur Général et de leur Directeur des Ressources Humaines. Les filiales hors périmètre qui souhaiteraient adhérer sont également invitées à formaliser leur adhésion via un document d'engagement les incitant à mettre progressivement en place les mesures de l'accord.

Les représentants de l'EFFAT seront informés de la liste des filiales adhérentes à l'accord.

5.4 Durée de l'accord

Le présent accord est signé pour une durée de 4 ans et entrera en vigueur à compter de sa signature.

Dans l'année précédant la date du terme de l'accord, et au plus tard 3 mois avant celle-ci, les parties signataires se réuniront afin d'effectuer un bilan de l'application de l'accord, en vue de son renouvellement éventuel.

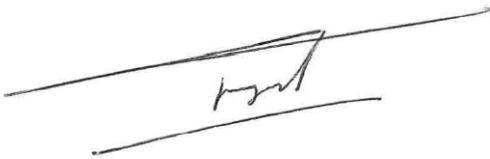
Chaque partie pourra dénoncer, par lettre recommandée avec accusé de réception, sa signature au présent accord, avec un délai de prévenance de 6 mois.

Le présent accord sera traduit en anglais et en espagnol, la version française restant la version source et faisant foi entre les parties signataires.

Les questions d'interprétation du présent accord relèvent des signataires du présent accord. Un salarié rencontrant une question d'interprétation pourra se tourner vers son représentant local au CEPR.

Fait à Paris, le 7 janvier 2014

Pour Pernod Ricard,



Pierre PRINGUET

Vice-Président du Conseil d'Administration

Directeur Général

Pour l'EFFAT,



Harald WIEDENHOFER

Secrétaire Général