



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

Nasze wartości...

**GOOD
TIMES**

FROM A

**GOOD
PLACE**



S

społeczna odpowiedzialność i troska o środowisko stanowią fundamentalne wartości Pernod Ricard od samego zarania naszej firmy. Nasz założyciel, Paul Ricard, był jednym z pierwszych filantropów ceniących swoich pracowników, środowisko i społeczność.

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność stanowią element naszej historii i teraźniejszości...



“ Jesteśmy odpowiedzialni za budowanie lepszego świata dla przyszłych pokoleń, razem. To nasz obowiązek. ”

PAUL RICARD

...i naszej przyszłości

“Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność stanowią element naszej historii. Są powiązane z naszą wizją ‘Créateurs de Convivialité’ i stanowią jeden z naszych priorytetów biznesowych. Naszych 19 tysięcy pracowników wdraża je w życie, przekładając je na wartość dodaną dla naszej firmy.”

ALEXANDRE RICARD



TWORZENIE BARDZIEJ PRZYJAZNEGO ŚWIATA, ŚWIATA, W KTÓRYM PANUJE RÓWNOWAGA

Jesteśmy “Créateurs de Convivialité”. Od momentu powstania jesteśmy odpowiedzialną firmą działającą w zrównoważony sposób. Dzielenie się jest wpisane w nasze DNA - dzielenie się ze sobą, ale także z naszymi społecznościami i wszystkimi mieszkańcami ziemi.

W 1966 roku nasz założyciel Paul Ricard założył Instytut Oceanograficzny Paula Ricarda, który po dziś dzień jest liderem w obszarze ochrony oceanów. Konsekwentnie angażujemy się również w przeciwdziałanie i ograniczanie nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz w rozwiązywanie innych kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem.

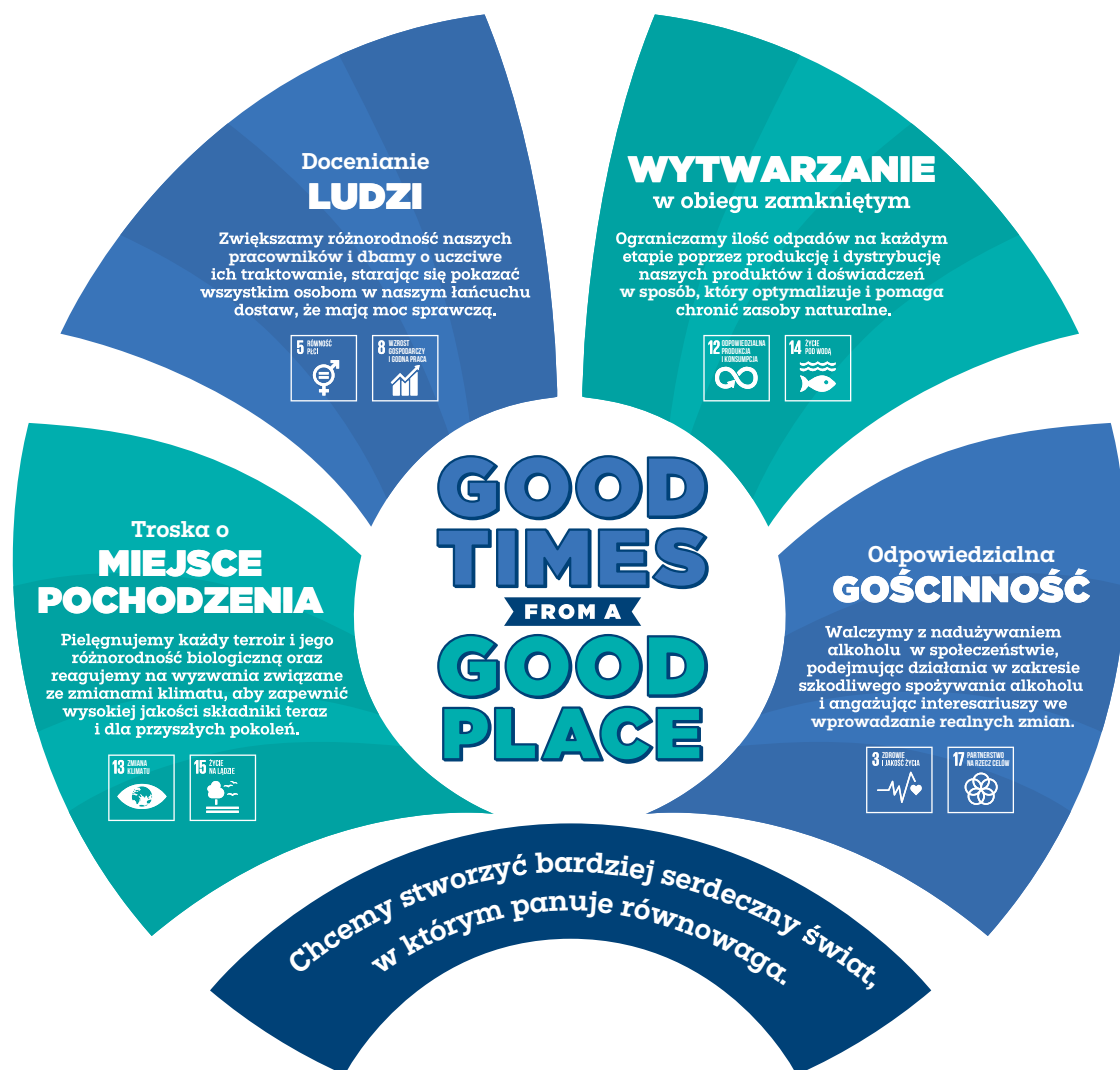
Obecnie Zrównoważony Rozwój i Odpowiedzialność (S&R) dotyczy wszystkich aspektów naszej działalności i jest jednym z czterech kluczowych czynników napędzających działania naszej firmy, a także stanowi element naszego strategicznego biznesplanu “Transform & Accelerate”. Mapa działań S&R 2030 opiera się na czterech filarach, a cele jakie chcemy osiągnąć do 2030 roku są tożsame z celami ONZ w zakresie zrównoważonego rozwoju (SDG).

Wierzymy w convivialité i staramy się działać w zrównoważony oraz odpowiedzialny sposób na każdym etapie naszej produkcji – od pola do kieliszka.



ZAPOCZĄTKOWANIE ISTOTNYCH, POZYTYWNYCH ZMIAN

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność skupia się
dla nas wokół dynamicznych działań...



Więcej informacji na temat każdego z naszych filarów i związanych z nimi zobowiązań można znaleźć na stronach 06-13.

Podczas naszej podróży będziemy realizować wartości zdefiniowane w naszym manifestie

MANIFEST PERNOD RICARD

CRÉATEURS DE CONVIVIALITÉ

Pozostając wierni wartościom naszego założyciela, łączymy ludzi, zapraszając ich do dzielenia się autentycznymi doświadczeniami i nawiązywania nowych przyjaźni każdego dnia dzięki naszemu światowej klasy portfolio win i alkoholi premium.

Jesteśmy gospodarzami z pasją...

rodziną wyjątkowych ludzi, którzy angażują się w walkę z nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu, podnosząc standardy wspólnego życia i pracy, aby stworzyć lepsze czasy już dziś i dla przyszłych pokoleń.

Jesteśmy okazującymi szacunek gości...

którzy troszczą się i starają się chronić oraz pielęgnować terroir i środowisko, w którym żyjemy. Współpracujemy z lokalnymi rolnikami i szanujemy lokalne społeczności, aby przynosić korzyści naszej planecie, naszym konsumentom i naszej działalności.

Pomagamy ludziom przyjemnie spędzać czas, by tworzyć bardziej przyjazny świat, w którym panuje równowaga.

CAŁE SPEKTRUM NASZYCH DZIAŁAŃ BIZNESOWYCH

Cztery filary naszej Mapy działań w zakresie Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialności: Troska o Miejsce Pochodzenia, Docenianie ludzi, Wytwarzanie w obiegu zamkniętym, Odpowiedzialna Gościnność bezpośrednio wspierają Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG), zapewniając, że nasza działalność jest zharmonizowana z globalnymi celami i działaniami na rzecz planety i jej mieszkańców. W 2018 roku zostaliśmy docenieni za naszą współpracę z Global Compact ONZ - zwłaszcza za nasze zaangażowanie w realizację celów SDG, i dołączyliśmy do grona firm Global Compact LEAD.

Każdy z filarów obejmuje ambitne cele, które mają wspomagać innowacyjność, wyróżnianie się marki i zaangażowanie pracowników. Dzięki jasnej strukturze zarządzania, strategia będzie wdrażana w całej Grupie, a nasze marki będą raportowały i mierzyły osiągnięte sukcesy. Wszystkie filary opierają się na osi czasu do 2030 r., z kluczowymi kamieniami milowymi w harmonogramie, pozostając w zgodzie z planem określonym przez ONZ. Przyjmując takie zdecydowane podejście do osiągania celów, możemy zapewnić, że będziemy realizować nasze zobowiązania w praktyce.

NASZA WIZJA

CRÉATEURS
DE CONVIVIALITÉ

MISJA

GOOD
TIMES
FROM A
GOOD
PLACE

Nadaje formę i treść naszej wizji,
i współgra z naszymi markami.

FOCUS



4 FILARY

Ważne tematy, na których się
skoncentrujemy, by zrealizować naszą
ambicję.

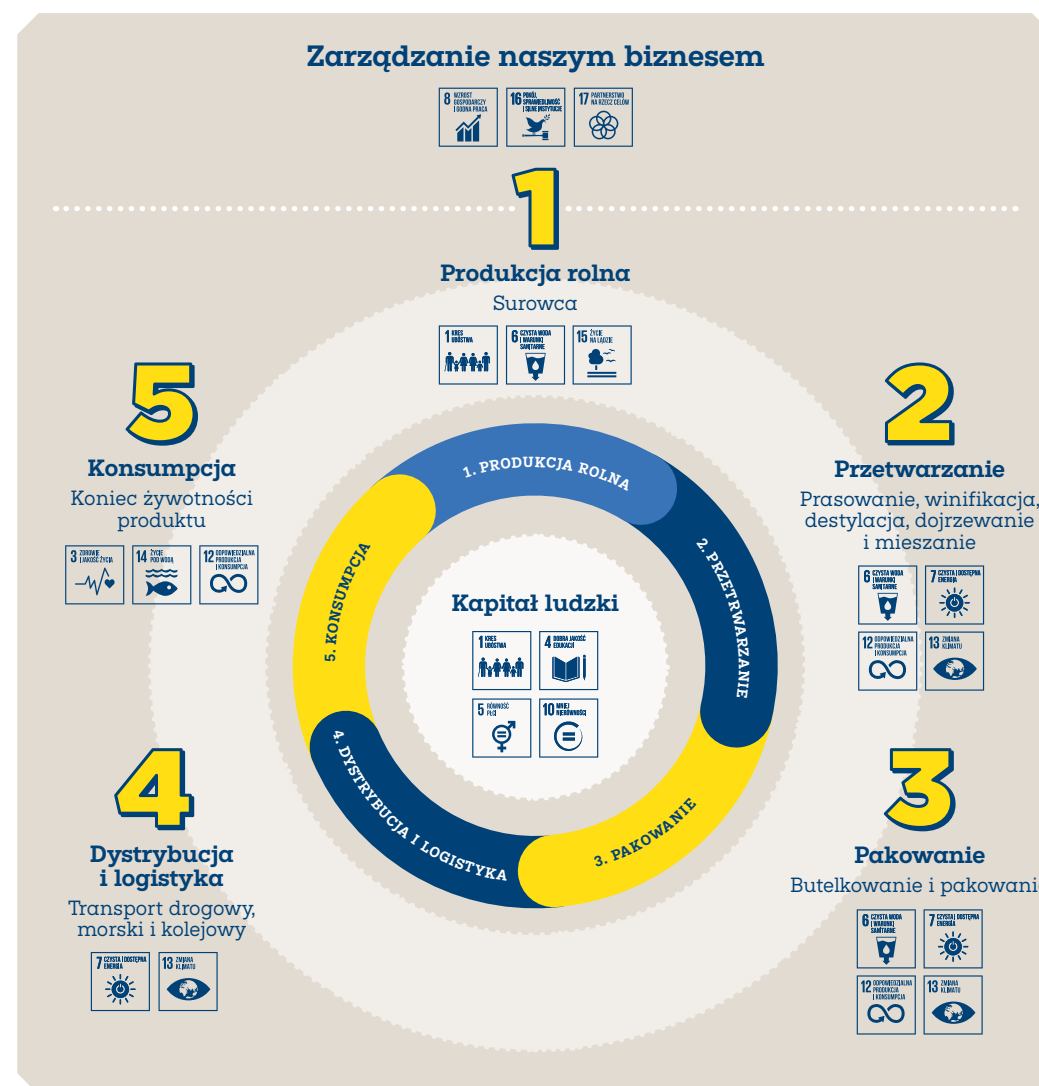
ZOBOWIĄZANIA

CELE + KPI

Realizowane dzięki wielu działaniom.
Mierzone i śledzone na podstawie realizacji
celów i KPI.

WKŁAD NA PRZESTRZENI CAŁEGO NASZEGO ŁAŃCUCHA WARTOŚCI

Nasza strategia Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialności koncentruje się na przyczynianiu się do osiągnięcia ośmiu celów SDG ONZ - tych, które w naszym odczuciu mogą mieć największy wpływ, a jednocześnie nasze zrównoważone podejście do biznesu oznacza, że przyczyniamy się do realizacji wszystkich 14 celów SDG w całym naszym łańcuchu wartości.





Troska o MIEJSCE POCHODZENIA

Wszystkie nasze produkty pochodzą z natury i czerpią swój odrębny charakter z ziemi, na której były uprawiane.

Terroir” oznacza ziemię lub glebę w języku francuskim; z której wszystkie nasze produkty czerpią swój charakter.

W ramach prowadzonej działalności zaopatrujemy się w naturalne składniki uprawiane na ponad 250 000 hektarach ziemi, dlatego też jesteśmy zaangażowani w pielęgnowanie każdego terroir i jego różnorodności biologicznej oraz reagowanie na wyzwania związane ze zmianami klimatu, aby zapewnić wysokiej jakości składniki teraz i dla przyszłych pokoleń. Oprócz tych zobowiązań, zajmujemy się również zmianami klimatycznymi wynikającymi z produkcji rolnej, wykorzystując cele bazujące na badaniach

NASZE PRIORYTETY

Działanie na rzecz realizacji SDG: 13 Zmiana klimatu i SDG 15: Życie na lądzie, filar ten koncentruje się na różnorodności biologicznej oraz na naszym śladzie rolnym w celu rozwiązania wszystkich problemów związanych ze zrównoważonym rozwojem w tych miejscach.



NASZE GŁÓWNE ZOBOWIĄZANIA

1. Bioróżnorodność:

Do 2030 roku, 100% spółek Grupy będzie realizowało strategiczny projekt w zakresie bioróżnorodności, skoncentrowany na najbardziej palących problemach związanych z lokalną różnorodnością biologiczną.

2. Rolnictwo regeneratywne:

Do 2025 r. opracujemy pilotażowe programy dla rolnictwa regeneratywnego w ramach posiadanych przez nas winnic w 8 regionach winiarskich:

- Argentyna, Kalifornia, region Cognac, Szampania, Hiszpania, Australia, Nowa Zelandia i Chiny - by naśladować naturalne procesy mające na celu poprawę jakości najlepszych gleb, działów wodnych i ekosystemów.

Do 2030 r. nawiążemy współpracę z ponad 5000 rolników, aby dalej dzielić się tą wiedzą.

naukowych (SBT), identyfikując i certyfikując wszystkie nasze główne surowce oraz posiadając szczegółowe plany rozwiązania lokalnych problemów w zakresie zrównoważonego rozwoju (niedobór wody, stosowanie pestycydów, itp.) w każdym z regionów, z których pochodzą nasze składniki.

Wiele naszych marek już chroni naturalne ekosystemy.

Nasza winnica Campo Viejo w Hiszpanii zastosowała różne taktyki, aby zredukować i zrównoważyć emisje gazów cieplarnianych. W winnicy priorytetowo traktuje się również bioróżnorodność regionu poprzez jego ochronę i pielęgnowanie, by zadbać o przyszłe zbiory.



Nasza destylarnia Martell poszukuje innowacyjnych sposobów na zwiększenie odporności winogron na zmiany klimatu.

Kahlúa współpracuje z organizacją pozarządową w ramach programu “Kawa dla odmiany” – zapewniając 100% zrównoważoną uprawę kawy.



Ricard Plantes Fraiches jest produkowany ze świeżego anyżu uprawianego na południu Francji, przy zastosowaniu zrównoważonych praktyk rolniczych i destylowany w ciągu 24 godzin od zbiorów. Ten produkt jest ucieleśnieniem prawdziwie lokalnego podejścia do pozyskiwania składników.

W Nowej Zelandii nasza winnica Brancott Estate nawiązała współpracę z organizacją Marlborough Falcon Trust, aby pomóc w zachowaniu i ochronie najbardziej zagrożonego ptaka drapieżnego w Nowej Zelandii - sokoła Karea. Ten majestatyczny ptak drapieżny okazał się być nieocenionym zasobem w winnicy, pomagając odstraszyć inne ptaki niszczące uprawy winorośli przed zbiorami.

Perrier-Jouët i G.H. Mumm otrzymały najwyższe certyfikaty w zakresie zrównoważonej uprawy winorośli i wysokiej wartości ekologicznej (HEV) za dbałość o środowisko naturalne, ochronę krajobrazu i bioróżnorodność.





Docenianie LUDZI

Convivialité to dzielenie się, ciepło, troska i szacunek dla ludzi wszędzie na całym świecie.

Ludzie byli i zawsze będą w centrum wszystkiego, co robimy w Pernod Ricard i stanowią fundament naszego zbiorowego ducha "Créateurs de Convivialité". Promujemy różnorodność i integrację w ramach całej naszej działalności i współpracujemy z naszymi dostawcami, aby stworzyć wspólną wartość dla wszystkich.

NASZE PRIORYTETY

Działanie na rzecz realizacji SDG 8: Wzrost gospodarczy i godna praca i SDG 5: Równość płci, w tym filarze chodzi o szacunek; szacunek do wszystkich w naszych działaniach marketingowych, szacunek względem wszystkich tych, z którymi współpracujemy w całym łańcuchu dostaw i szacunek dla 19 000 naszych pracowników na całym świecie - zwiększenie zainteresowania pracowników naszą firmą, obniżenie ryzyka związanego z łańcuchem dostaw i spełnienie rosnących oczekiwań konsumentów w zakresie przejrzystości.



NASZE GŁÓWNE ZOBOWIĄZANIA

3. Równość i kadry kierownicze w przyszłości

Do 2022 r. zapewnimy równe wynagrodzenie w całej firmie, a do 2030 r., nasza kadra zarządzająca będzie zrównoważona pod względem płci. Ponadto do 2030 r., 100% pracowników będzie co najmniej raz na trzy lata uczestniczyło w szkoleniach ukierunkowanych na rozwój nowych umiejętności potrzebnych w przyszłości.

4. Dzielenie się wiedzą

Do 2030 r. przeszkolimy 10 000 barmanów na temat funkcjonowania barów w przyszłości, aby byli w stanie gościć konsumentów w sposób bardziej zrównoważony, starając się minimalizować ilość odpadów i tworzyw sztucznych.

Filar ten ma również na celu wprowadzenie podejścia opartego na prawach człowieka ONZ, z wykorzystaniem wytycznych ONZ. Zasady dotyczące praw człowieka, w całej naszej działalności, wzmacniają nasze odpowiedzialne procesy zakupów.

W całej naszej działalności mamy wiele przykładów na to, w jaki sposób cenimy i szanujemy wszystkich, z którymi współpracujemy.



Marki Absolut Vodka i Altos Tequila są liderami w budowaniu partnerstwa z barmanami w zakresie zrównoważonego barmaństwa.

Altos stworzył "Tahona Society Collective Spirit", konkurs barmański skoncentrowany na zachęcaniu barmanów do większej świadomości społecznej i ekologicznej. Zwycięzcy konkursu mogą rozwijać swoje projekty, aby popchnąć branżę w kierunku bardziej zrównoważonego rozwoju.

Absolut wdrożył niedawno program "Green Hustle", którego celem jest pomoc barmanom w bardziej zrównoważonym rozwoju dzięki platformie open-source, gdzie mogą znaleźć przepisy zapewniające niską ilość odpadów, porady w duchu zrównoważonego rozwoju i inne narzędzia pomagające społeczności barmańskiej.

Zawiazaliśmy również oficjalne, globalne partnerstwo z Trash Tiki, anty-śmieciowym duetem barmańskim.



Nasz coroczny Dzień Responsib'ALL, w którym 19000 naszych pracowników na całym świecie angażuje się w projekty społeczne, jest kolejnym doskonałym przykładem tego, jak angażujemy się w działania na rzecz społeczności lokalnych i dążymy do osiągnięcia wspólnych celów. Dzień ten jest bezpośrednio związany z SDG ONZ, nadając im jeszcze większe znaczenie i wagę.



Każdego roku w konkursie "Chivas Venture" poszukujemy najlepszych społecznych start-upów. Kandydaci z całego świata uczestniczą w konkursie, a zwycięzcy otrzymują dofinansowanie w wysokości 1 miliona dolarów.

Jameson stworzył kampanię 'Love Thy Neighborhood', w ramach której cały dochód z imprez trafił do 'Keep America Beautiful' - organizacji pozarządowej dbającej o atrakcyjność społeczności w całych Stanach Zjednoczonych.



WYTWARZANIE w obiegu zamkniętym

**Współdzielimy świat ograniczonych zasobów
i działamy pod ogromną presją.**

Działamy na rzecz minimalizacji odpadów na każdym etapie poprzez produkcję i dystrybucję naszych produktów i doświadczeń w sposób, który optymalizuje i pomaga chronić zasoby naturalne. Wytwarzanie w obiegu zamkniętym koncentruje się na ponownym wykorzystaniu, redukcji i recyklingu, aby zminimalizować ilość odpadów i wpływ na środowisko. Zobowiązujemy się również do przejścia na wykorzystanie w 100% odnawialnej energii elektrycznej do 2025 r., włączając w to ekologiczne projektowanie i znalezienie nowych sposobów na ponowne wykorzystanie ścieków i energii elektrycznej do 2025 r.

NASZE PRIORYTETY

Działanie na rzecz realizacji SDG 12: Odpowiedzialna produkcja i konsumpcja i SDG 14: Życie pod wodą — Naszym celem jest przejście do wytwarzania w obiegu zamkniętym w całej naszej działalności, od wykorzystywanych przez nas opakowań, po produkowane przez nas artykuły promocyjne i sposób dystrybucji naszych produktów, tak aby zminimalizować nasz ślad węglowy i chronić zasoby wodne.



NASZE GŁÓWNE ZOBOWIĄZANIA

5. Opakowania i odpady

Do 2025 roku wprowadzimy zakaz stosowania wszystkich artykułów promocyjnych wykonanych z jednorazowych tworzyw sztucznych, a 100% naszych opakowań będzie nadawać się do recyklingu, kompostowania, ponownego użycia lub będzie pochodzenia biologicznego. Ponadto do 2030 r. będziemy pilotażować pięć nowych zrównoważonych sposobów dystrybucji wina i napojów spirytusowych oraz pomagać w zwiększaniu wskaźników recyklingu na naszych 10 największych rynkach o niskim poziomie recyklingu.

6. Bilans wodny i ślad węglowy

Do 2030 r. chcemy, aby woda była zbilansowana we wszystkich działach wodnych wysokiego ryzyka poprzez uzupełnianie 100% wody zużywanej przez nasze zakłady produkcyjne. Zobowiązujemy się również do zmniejszenia naszego śladu węglowego o 50% do 2030 r., zgodnie z inicjatywą celów opartych na danych naukowych.

Wytwarzanie w obiegu zamkniętym staje się coraz bardziej rozpowszechnione we wszystkich naszych działaniach.

W Pernod Ricard India Zasada czterech R ma na celu ograniczenie zużycia wody. Redukcja, ponowne wykorzystanie (Reuse) Recykling i odzyskiwanie (Recovery). Do tej pory spółka Grupy ograniczyła w ten sposób swoje zużycie wody o 36% od 2010 r. Wybudowała również 13 obiektów do gromadzenia i magazynowania wody deszczowej, 13 zapór, 40 studni infiltracyjnych oraz zrealizowała 16 projektów pogłębiania odpowiadających 365 milionom litrów wody, co równa się dwuletniemu zużyciu wody we wszystkich zakładach zlokalizowanych w Indiach.

Jesteśmy dumni z bycia sygnatariuszem inicjatywy fundacji Ellen MacArthur "New Plastics Economy", gdzie możemy uczyć się od innych firm i wykorzystywać tę wiedzę do mierzenia się z naszymi własnymi wyzwaniami.

-30%

W naszej destylarni whisky the Glenlivet zastąpienie ciężkiego paliwa gazem ziemnym zmniejszyło bezpośrednią emisję CO₂ o 30% na jednostkę.

CZY WIEDZIAŁEŚ, ŻE

W Plymouth Gin gorzelnia jest zasilana w 100% odnawialną energią wodną, a odpady botaniczne są przetwarzane na zrównoważoną energię.



Nasza destylarnia Absolut w Åhus, w Szwecji jest pierwszą na świecie destylarnią neutralną pod względem emisji dwutlenku węgla, stosującą wiele innowacyjnych praktyk w celu przejścia do produkcji w obiegu zamkniętym i ograniczania odpadów. Dotyczy to również odpadów spożywczych - 99% organicznych produktów ubocznych jest poddawanych recyklingowi w celu wytworzenia produktów takich jak pasza dla zwierząt i biogaz. Osady są wykorzystywane do karmienia prawie 300000 świń i krów każdego dnia.

Altos tequila wysyła swoje odpady organiczne do przetworzenia na nawóz, ponownie wykorzystując to, co tradycyjnie jest wyrzucane, w celu wspierania nowego życia.



Odpowiedzialna GOŚCINNOŚĆ

Walczymy z nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu w społeczeństwie, podejmując działania w zakresie szkodliwego spożywania alkoholu i angażując interesariuszy we wprowadzanie realnych zmian.

Nasze produkty zbliżają ludzi do siebie i pełnią cenną rolę w społeczeństwie. Wiemy, że alkohol może być jednak spożywany nieodpowiedzialnie, a wtedy jego niewłaściwe spożycie może powodować poważne problemy dla jednostek i naszych społeczności.

NASZE PRIORYTETY

Wierzymy, że mamy do odegrania pewną rolę we wspieraniu SDG 3: Zdrowie i jakość życia oraz w zapobieganiu i ograniczaniu nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Wiemy, że problemu nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu nie da się rozwiązać w pojedynkę, a partnerstwo z innymi członkami branży, rządami i lokalnymi społecznościami jest niezbędne do osiągnięcia sukcesu. Dlatego też połączyliśmy ten filar z SDG 17: Partnerstwem na rzecz celów



NASZE GŁÓWNE ZOBOWIĄZANIA

7. Nieodpowiedzialna konsumpcja alkoholu.

Do 2030 roku, każda z naszych 86 spółek grupy będzie miała co najmniej jeden program partnerski, realizowany na szeroką skalę i oceniany w celu zwalczania nadużywania alkoholu.

8. Responsible Party.

Do 2030 r. rozszerzymy program Responsible Party na całym świecie, aby dotrzeć co najmniej do miliona młodych dorosłych.

Zależy nam również na tym, aby wszystkie kampanie reklamowe i marketingowe były przygotowywane z należytyim poczuciem odpowiedzialności społecznej, a w szczególności chcemy chronić nieletnich przed wszystkimi naszymi kampaniami w Internecie i poza nim. Wszystkie nasze kampanie - cyfrowe lub drukowane - muszą być zgodne z naszym kodeksem komunikacji handlowej i zatwierdzone przez nasz Panel Odpowiedzialnego Marketingu.

We wrześniu 2018 r., wraz z innymi producentami napojów spirytusowych, wina i piwa, Pernod Ricard nawiązał partnerstwo z czterema głównymi platformami mediów społecznościowych, łącząc siły w zakresie odpowiedzialnego marketingu, wyborów konsumentów i ochrony nieletnich.

Uważamy, że informacja jest kluczem do dokonywania właściwych wyborów.

Chcemy, aby wszyscy nasi pracownicy byli naszymi ambasadorami odpowiedzialnego spożywania alkoholu. Chcemy, aby wszyscy nasi konsumenci otrzymywali najwyższej jakości informacje dotyczące naszych produktów, stosowanych przez nas składników, ich wartości odżywczych oraz sposobu, w jaki mogą z nich korzystać w odpowiedzialny sposób.

Nasza Grupa zaangażowała się w wiele programów mających na celu zwalczanie nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu w naszych spółkach Grupy.

W Szwecji program Prata Om Alkohol (Porozmawiajmy o alkoholu) skupia przedstawicieli branży, szkoły i rodziców, aby podnosić świadomość uczniów gimnazjów na temat ryzyka związanego z nadmierną konsumpcją alkoholu i odroczyć debiuty alkoholowe - docierając do ponad 620 000 nastolatków. Pernod Ricard uczestniczy w podobnych programach w Finlandii, Ameryce Północnej, a także w Meksyku i Afryce Południowej.



Responsible Party to flagowy program Pernod Ricard promujący odpowiedzialne spożycie alkoholu. Od 2009 r. współpracujemy z Erasmus Student Network w celu rozwiązania problemu nadmiernego spożycia alkoholu wśród studentów biorących udział w wymianie. Do tej pory program dotarł do ponad 400.000 studentów biorących udział w wymianie studenckiej w 32 krajach europejskich. Zespoły Responsible Party zajmują się dystrybucją wody i interakcją ze studentami, aby zwiększyć świadomość zagrożeń związanych z nadmiernym spożyciem alkoholu.

Program "Códigos Responsables" jest prowadzony przez nasze spółki Grupy w Argentynie i Urugwaju wraz z lokalnymi sprzedawcami detalicznymi w celu zapobiegania sprzedaży alkoholu osobom nieletnim. Za każdym razem, gdy kasjer skanuje kod kreskowy któregoś z naszych produktów pojawia się komunikat o odpowiedzialnej sprzedaży, przypominający "zawsze pytaj o dowód tożsamości i nie sprzedawaj osobom niepełnoletnim".



GŁÓWNE KAMIENIE MIŁOWE

Nasza podróż S&R do tej pory...

1966

Założenie Instytutu Oceanograficznego Paula Ricarda



1971

Założenie Institut de Recherche Scientifique sur les Boissons

1990

Joint Entreprise & Prevention (obecnie "z umiarem") i EFRD (obecnie "spirits EUROPE")



1997

Nawiązanie partnerstwa kulturowego z Centrum Pompidou w Paryżu

2003

Przystąpienie do Global Compact ONZ



2004

Przyjęcie globalnego podejścia QSE (jakość, bezpieczeństwo, środowisko)

2005

Dołączenie do IARD

2006

Dodanie logo kobiety ciężarnej na naszych butelkach

2007

Wdrożenie Kodeksu Przekazów Marketingowych Pernod Ricard

2010

Wdrożenie 10-letniej środowiskowej mapy Grupy. Osiągnięcia do tej pory:

20% zmniejszenie zużycia wody



30% redukcja CO₂



93% zakładów produkcyjnych i 95% winnic objętych normą ISO 14001

2013

Dołączenie do Transparency International

2016

Zaangażowanie na rzecz realizacji celów Narodów Zjednoczonych w zakresie zrównoważonego rozwoju

2018

Uznanie za WIODĄCĄ firmę Global Compact

Dołączenie do inicjatywy Fundacji Ellen MacArthur New Plastics Economy

2019

Wdrożenie nowej Mapy S&R 2030

PERNOD RICARD W SKRÓCIE

N°2

Na całym świecie w sektorze win i alkoholi mocnych¹

€9,182M

Sprzedaży netto w latach 2018/19

19,000

19,000 pracowników w 86 krajach

€2,358M

Zysku z działalności powtarzalnej w latach 2017/18

N°1

Alkohole premium, ultra-premium i prestiżowe¹

96%

Spółek Grupy wdrożyło co najmniej jedną inicjatywę na rzecz rozwoju społeczności lokalnej i zaangażowania partnerów³



20% zmniejszenie zużycia wody⁴



30% redukcja CO₂⁴



16 marek spośród Wiodących 100 globalnych marek²



93 zakłady produkcyjne

1) Źródło: Pernod Ricard Market View, na podstawie danych o wolumenie IWSR na koniec 2017 roku. (2) Źródło: Impact Databank 2017, opublikowany marzec 2018. (3) Źródło: Sprawozdawczość wewnętrzna, niefinansowa. (4) Redukcja na jednostkę produkcji w latach 2010-2018.

17

Nasze strategiczne międzynarodowe marki



DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

Dowiedz się więcej
o *Good Times from a Good Place*
oraz o Zrównoważonym Rozwoju
i Odpowiedzialności Pernod Ricard

Obserwuj nas na LinkedIn i Twitterze,
i odwiedzaj naszą stronę pod adresem:

pernod-ricard.com



Jako Créateurs de Convivialité mocno wierzymy w sztukę dzielenia się we wszystkim, co robimy. Dążymy do zapewnienia “Good Times from a Good place” poprzez pielęgnowanie naszego terroir, docenianie naszych pracowników, pomoc w ochronie zasobów naturalnych i zwalczanie nadużywania alkoholu, tworząc wspólną wartość dla wszystkich naszych interesariuszy.



VANESSA WRIGHT

Global Sustainability & Responsibility Director



