



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



Nos engagements et nos actions en faveur de la Responsabilité Sociétale et Environnementale

2023

GOOD TIMES
FROM A
GOOD PLACE

Sommaire

Une gouvernance responsable et engagée	3
Des engagements historiques et continus	4
Une performance extra-financière reconnue	5
Notre feuille de route 2030 “Préserver pour partager”	6
Notre manifeste	8
Préserver nos terroirs	9
Valoriser l’humain	11
Agir circulaire	17
Être responsable	21
L’Essentiel	25
Contacts	26

Une Gouvernance responsable et engagée

Pour s'assurer que la feuille de route RSE est pleinement mise en œuvre à travers le Groupe, une structure de gouvernance robuste a été établie. Elle identifie des responsabilités spécifiques et des lignes de rapport claires à tous les niveaux, des filiales au Comité S&R du Conseil d'Administration.

A partir du 1er juillet 2022, Monsieur Conor McQuaid a été nommé membre du Bureau Exécutif en tant que Vice-Président Exécutif Communication Corporate, Responsabilité Sociétale de l'Entreprise et Affaires Publiques. Ce nouveau poste aura un rôle stratégique d'encadrement et de rapprochement de ces trois fonctions. Il siègera au Comité Exécutif et au Comité de pilotage S&R.



'Le développement durable est crucial pour la résilience de nos activités, essentiel pour attirer les meilleurs talents et décisif pour façonner l'avenir de notre secteur.'

Alexandre Ricard

Président-Directeur Général



'Formidable levier de performance et de transformation, notre feuille de route en matière de responsabilité sociétale et environnementale à horizon 2030, baptisée 'Good Times from a Good Place' (Préserver pour partager), est intégrée à l'ensemble de nos activités, du terroir au comptoir.'

Conor McQuaid

Vice-Président Exécutif de la Communication Corporate, de la RSE et des Affaires Publiques



'Bâtie autour de 4 piliers et de 33 objectifs, notre feuille de route RSE tient compte aussi bien des besoins et des attentes de nos consommateurs que des risques significatifs auxquels le Groupe doit faire face. Quatre ans après son lancement, nous avons déjà atteint certains objectifs et sommes en bonne voie pour réaliser les autres, voire de les dépasser.'

Vanessa Wright

Chief Sustainability Officer

Des engagements historiques continus

La responsabilité sociétale et environnementale est une composante forte de notre identité. Notre fondateur, Paul Ricard fut ainsi un précurseur en matière d'actionnariat salarié, de participation et d'intéressement aux résultats de l'entreprise.

Il fut également un écologiste avant l'heure en se battant pour la protection de la nature et la préservation de la mer. Il créa ainsi le Domaine de Méjanes situé en Camargue en 1939 et l'Observatoire de la mer, qui deviendra l'Institut Océanographique Paul Ricard, en 1966. Cet engagement se poursuit depuis lors.

- 2003** Signature de la Charte du Pacte mondial de l'ONU pour soutenir la mise en œuvre des principes universels de durabilité
- 2005** Adhésion à l'International Alliance for Responsible Drinking
- 2007** Mise en place d'un pictogramme 'femme enceinte' sur les bouteilles du Groupe
- 2009** Lancement du programme Responsible Party avec Erasmus Student Network
- 2010** • Adhésion au CEO Water Mandate de l'ONU
• Lancement de la feuille de route environnementale mondiale à horizon 2030
- 2011** Lancement du Responsibl'All Day, journée annuelle d'engagement social
- 2012** Signature des 5 engagements de l'industrie des Vins et Spiritueux pour promouvoir une consommation responsable.
- 2013** Adhésion à Transparency International
- 2016** Déclaration de soutien aux Objectifs de développement durable de l'ONU
- 2018** • Obtention du statut de membre du Global Compact LEAD
• Adhésion à la Nouvelle Economie des Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur
- 2019** Lancement de la feuille de route RSE 2030, Good Times from a Good Place (Préserver pour partager)
- 2020** • Engagement à ne plus utiliser d'objets promotionnels en plastique à usage unique
• Mise en place d'un logo 'interdit aux mineurs' sur toutes les bouteilles commercialisées par le Groupe
- 2021** • Mise en place d'un pictogramme 'interdit aux mineurs' sur les bouteilles du Groupe
• Pernod Ricard devient partenaire du programme 'Agriculture and Land Health Initiative' de l'Union Internationale pour la conservation de la nature
- 2022** • Première émission d'obligations durables d'un montant de 750 M€
• Lancement de l'étiquette numérique portant sur l'information produit et santé
• Lancement de la campagne Drink more water
• Mécène du fonds de dotation du Museum National d'Histoire Naturelle

Une performance extra-financière reconnue

Notre performance extra-financière est reconnue et récompensée dans les indices et notations ESG internationaux. Nous avons l'ambition d'être leader du secteur des vins et spiritueux.



En novembre 2022, nous avons reçu la note de 15,3 et avons conservé le profil de risque faible.



Tous les ans depuis 2015, Pernod Ricard obtient la note MSCI ESG de AA.



En 2022, nous avons obtenu B en matière de changement climatique et A en matière de sécurité hydrique.



Nous faisons partie des 3 entreprises les mieux notées dans le secteur des boissons. Nous figurons dans plusieurs grands indices ESG Euronext qui sont listés [ici](#). Les indices sont conçus pour regrouper les entreprises affichant les meilleures performances ESG de leur catégorie.



En janvier 2023, nous avons conservé notre notation prime C+.



En mars 2022, nous avons reçu une médaille d'or qui récompense nos réalisations en matière de développement durable. Nous nous situons dans le top 1 % des entreprises évaluées par EcoVadis dans le secteur des Vins et Spiritueux, et parmi les 5% des entreprises mondiales ayant les engagements RSE les plus avancés.



Nous avons intégré l'indice FTSE4Good depuis 2001 et continuons à y figurer.



Nous appartenons à l'index Corporate Social Responsibility Europe et à l'index Corporate Social Responsibility Global.



Notre feuille de route RSE

En matière de développement durable, nous avons l'ambition d'être leader du secteur des vins et spiritueux. Nous nous fixons des objectifs ambitieux et sommes convaincus de l'importance de rendre compte de nos progrès. Notre performance sur les critères environnementaux, sociétaux et de gouvernance (ESG) est reconnue et évaluée par diverses agences de notation et autres organismes externes..

Formidable levier de performance et de transformation, notre feuille de route, lancée en 2019 et baptisée Good Times from a Good Place (Préserver pour partager), couvre toutes nos activités, du terroir au comptoir. Elle est construite autour de quatre piliers : **Préserver nos terroirs, Valoriser l'humain, Agir circulaire et Être responsable**. Chaque pilier repose sur des objectifs ambitieux qui permettent de stimuler l'innovation, distinguer nos marques et attirer les talents. Déployé dans l'ensemble de nos activités, cette stratégie fait l'objet d'indicateurs de mesure et de rapports de suivi.



Notre Manifeste

GOOD TIMES FROM A GOOD PLACE

Nous sommes des « Créateurs de convivialité ».

Fidèles à nos valeurs fondatrices, nous jouons un rôle de rassembleur en invitant au partage d'expériences authentiques et à de nouvelles amitiés chaque jour grâce à notre portefeuille unique de marques premium de vins et spiritueux.

Nous sommes des hôtes passionnés.

Une famille exceptionnelle de collaborateurs engagés à lutter contre l'abus d'alcool, soucieux de promouvoir le bien-vivre ensemble et de créer des moments de partage privilégiés aujourd'hui et pour les générations à venir.

Nous sommes des invités respectueux.

Soucieux cultiver avec soin les terroirs et de protéger l'environnement dans lequel nous vivons. Nous travaillons en partenariat avec des agriculteurs et dans le respect des communautés locales pour le bien notre planète, de nos consommateurs et de notre entreprise.

Nous voulons préserver pour mieux partager.

Afin de créer un monde plus convivial,
un monde sans excès.



Préserver les terroirs

Tous nos produits tirent leur caractère du terroir dont ils sont issus. Nous nous engageons donc à préserver chaque terroir et sa biodiversité et répondre aux défis du changement climatique pour garantir des ingrédients de qualité, aujourd'hui et pour les générations à venir.

Nous estimons que l'agriculture régénérative est l'une des clés de cette démarche. Cette approche holistique vise à enrichir la vie des sols et leur fertilité naturelle,

à améliorer la capacité de rétention de l'eau et à protéger et développer la biodiversité.

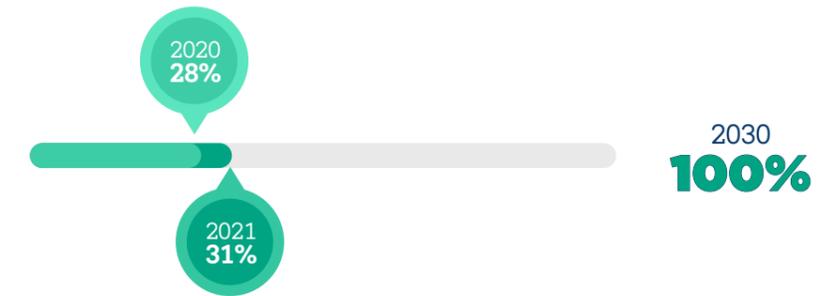
Nous produisons et nous approvisionnons en plus de 120 ingrédients d'origine naturelle (raisins, blé, orge, canne à sucre, agave, café, fenouil, noix de coco, gentiane...) provenant d'environ 70 pays. Ces ingrédients proviennent de plus de 350 terroirs, dont certains sont directement exploités par nous.

Résultats 2022

Objectifs

Matières premières

D'ici à 2030, 100% des matières premières clés seront produites ou approvisionnées selon les standards de développement durable.



Agriculture

D'ici à 2025, nous déploierons des projets d'agriculture régénératrice dans 8 régions viticoles.



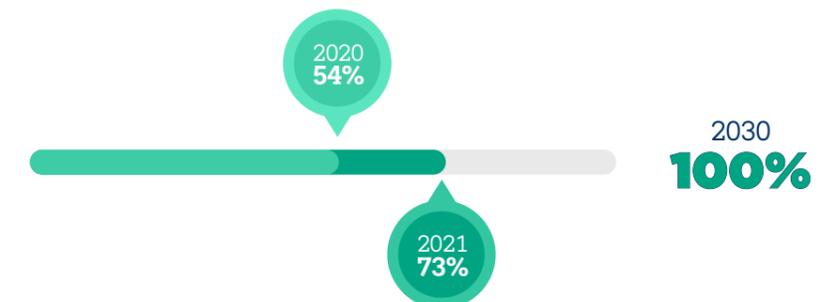
Formation des partenaires

D'ici à 2030, nous formerons au moins 5 000 agriculteurs dans la transition écologique de leurs pratiques.



Agriculture

D'ici à 2030, 100% de nos filiales directes auront un programme d'agriculture régénératrice ou de biodiversité.



Carbone issu de l'agriculture

D'ici à 2030, nous réduirons l'empreinte carbone des matières premières agricoles afin de contribuer à notre objectif pour les émissions de Scope 3.



Nos initiatives phares

Martell Mumm Perrier-Jouët

Depuis plus de dix ans, Martell Mumm Perrier-Jouët s'engage en matière de viticulture durable. Ainsi, 100% des vignobles en Champagne et dans le Cognacais sont certifiés, 100% de ces vignobles sont cultivés sans herbicide depuis 2019 et sans glyphosate depuis 2020. Des programmes de plantation d'arbres et de haies ont été mis en place dans nos deux appellations d'origine contrôlée. Ils créent une barrière naturelle dans les vignobles et un environnement favorable au développement de la biodiversité. La Maison Martell vient également de fêter ses 10 ans de partenariat avec l'Office national des forêts. Aujourd'hui, Martell Mumm Perrier-Jouët va encore plus loin avec la mise en place d'un programme de viticulture régénératrice. Cette démarche vise à préserver l'ensemble des composantes de l'écosystème viticole : la terre, mais aussi les vignes et l'ensemble de la biodiversité et de la végétation qui entourent les vignobles. Des « couverts » végétaux permettent déjà d'améliorer la nutrition des sols et favorisent le développement de la biodiversité. Différentes espèces de plantes mellifères sont semées dans les parcelles et leurs alentours. Elles apportent pollen et nectar aux pollinisateurs. Ces interactions positives nourrissent la biodiversité, en favorisant l'habitat des espèces et le retour de certaines d'entre elles, tout en régulant les nuisibles et en favorisant la pollinisation.

Pernod Ricard France

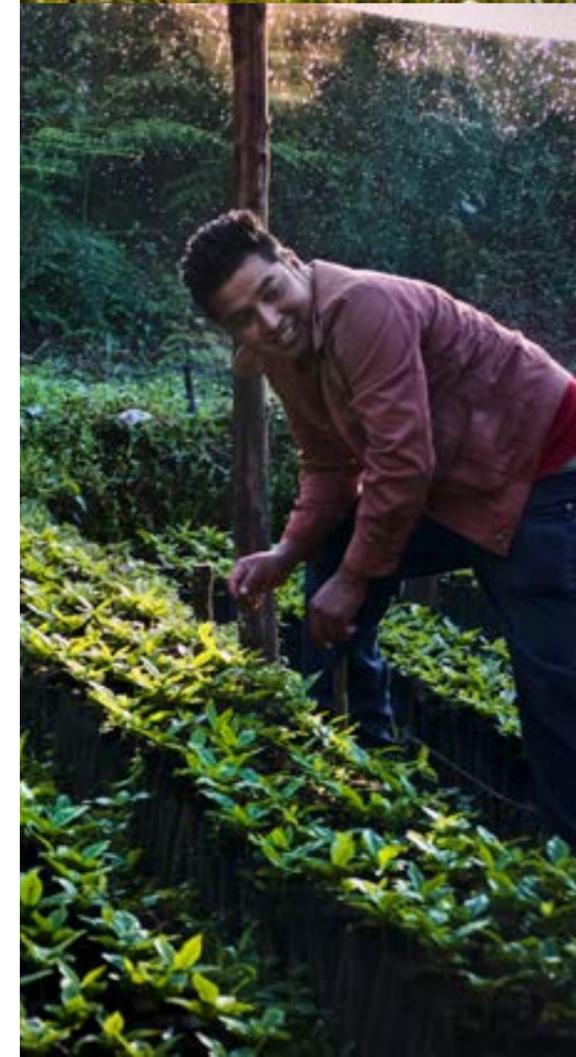
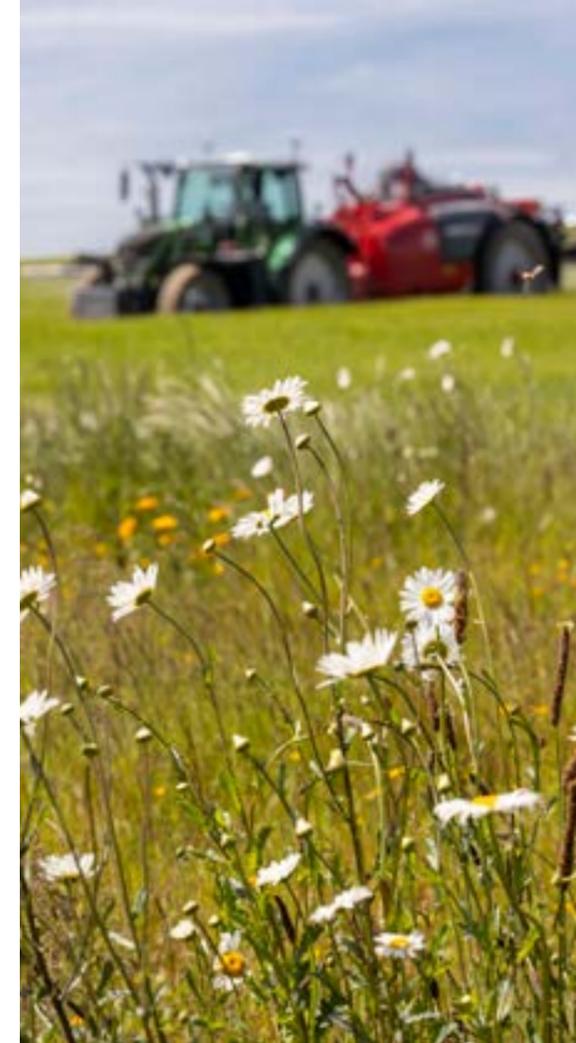
Depuis 2007, Pernod Ricard France dispose d'un programme de relocation de la culture raisonnée du fenouil pour en extraire l'anéthol, qui confère au Ricard sa saveur anisée. Le fenouil est ainsi produit en Normandie, en Provence et dans le Centre-Val de Loire. Un 4ème site de production va prochainement être inauguré. L'intérêt de la culture du fenouil est double. Tout d'abord, elle est bénéfique pour les sols et elle participe au maintien des populations d'insectes floricoles (abeilles, papillons) en leur fournissant des ressources alimentaires. Depuis l'apparition de la culture du fenouil, les producteurs et apiculteurs constatent la présence de nombreux insectes pollinisateurs dans leurs champs. Les travaux de recherche de Lucie Schurr, soutenus par Pernod Ricard France, ont démontré que près de quarante familles d'insectes se nourrissent de ces fleurs. Cette relation est réciproque puisque les insectes sont essentiels à la reproduction du fenouil et la diversité en insectes augmente son rendement.

Irish Distillers Limited,

Irish Distillers Limited, propriétaire des whiskey irlandais Jameson, est également très engagé pour la biodiversité et l'agriculture régénératrice. En 2020, Irish Distillers a conçu un programme sur mesure offrant des incitations financières aux agriculteurs autour de la distillerie Midleton afin qu'ils cultivent l'orge de manière durable et prennent des initiatives pour préserver la biodiversité, par exemple en laissant des marges non cultivées, en installant des ruches ou en entretenant les haies pour laisser de la place à la nature sauvage. Le programme a été très bien suivi dès sa première année, avec plus de 200 agriculteurs inscrits. Parallèlement, dans le sud-ouest de la France, Irish Distillers travaille avec une coopérative et un groupe pilote de 27 producteurs de maïs pour mesurer leur indice régénératif pour identifier leurs axes de progrès et adapter leurs pratiques telles que les couverts végétaux, les aires dédiées à la biodiversité, les intrants ou encore l'intensité du travail du sol. Tout récemment, Irish Distillers et Heineken Ireland ont annoncé leur collaboration pour aider les producteurs d'orge à adopter des pratiques régénératrices sur leurs exploitations.

Kahlúa

Au Mexique, la liqueur de café Kahlúa dispose depuis 2016 du programme « Coffee for good » qui lui permet aujourd'hui de sourcer 100% de son café. Avec l'ONG locale Fondo Para La Paz, la marque soutient les pratiques agricoles, telles que la plantation et le développement de variétés résistantes au climat, forme aux techniques de l'agriculture durable afin d'aider les agriculteurs à mieux gérer leurs plantations et améliorer la fertilité des sols avec un accent particulier sur l'autonomisation financière des femmes.





Valoriser l'humain

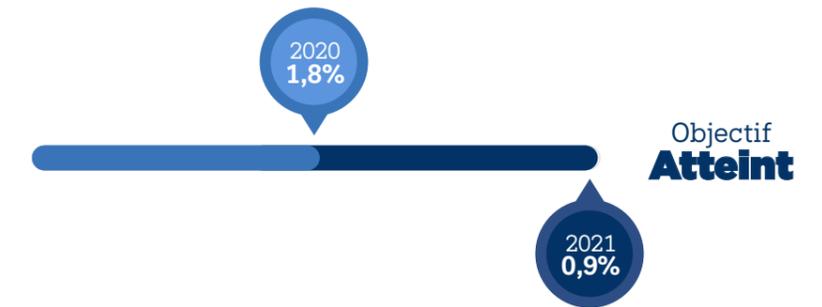
En tant que « Créateurs de convivialité », nous croyons au partage, à la bienveillance et au respect de tous. Nous nous engageons à accroître la diversité, l'équité et l'inclusion de nos 19 000 collaborateurs répartis dans le monde.

En tant qu'entreprise tournée vers le consommateur, nous considérons que nos collaborateurs doivent être le reflet des consommateurs et du monde dans lequel nous évoluons. Nous voyons la diversité comme une source de richesse, de prospérité et un réel moteur de performance pour l'entreprise.

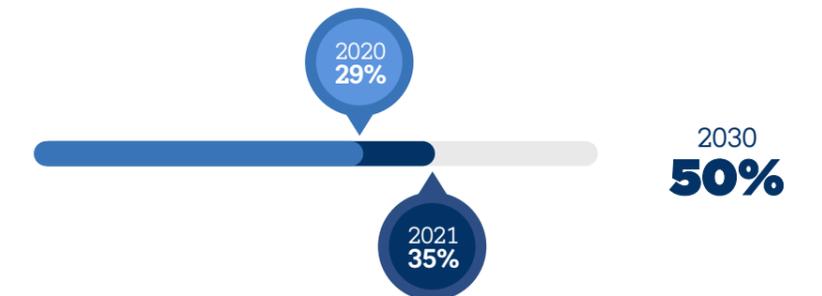
Résultats 2022

Objectifs

Diversité et inclusion :
En 2022, nous avons atteint l'équité salariale dans l'ensemble de l'entreprise*.



Diversité et inclusion :
D'ici à 2030, le Top Management affichera une composition hommes-femmes équilibrée, soit comprise entre 40% et 60%.



Bar World of Tomorrow :
D'ici à 2030, nous souhaitons former 10 000 bartenders à tous les aspects de la durabilité et de la responsabilité.



Santé et sécurité :
D'ici à 2025, nous souhaitons tendre vers zéro accident avec absence.

Droits humains :
D'ici à 2025, nous voulons être alignés sur les principes directeurs de l'ONU relatifs aux droits humains.

*Un écart de rémunération de 0,9% est considéré par les experts comme quasi nul et conforme aux meilleures pratiques.

Nos initiatives phares



I Say

Depuis 2011, une enquête d'engagement interne est menée auprès de tous nos collaborateurs. Nous avons constamment obtenu des résultats très positifs avec, d'une édition à l'autre, un sentiment d'appartenance exceptionnel et un niveau d'engagement fort. En 2022, à l'occasion de sa 7^e édition, le cabinet Glint a fait ressortir un sentiment d'appartenance de 77%, soit 6 points au-dessus de la moyenne du secteur des biens de grande consommation et un taux d'engagement global de 76%, dépassant de 2 points la moyenne du secteur. Avec un taux de réponse record de 87% parmi les 19 000 collaborateurs, cette édition confirme notre forte culture d'entreprise, notre esprit de convivialité qui nous rend unique et où il fait bon travailler. En 2022, Forbes nous a classé parmi les 800 meilleurs employeurs au monde et pour la seconde année consécutive l'une des 'Top Female-Friendly Companies'.

Bar World of Tomorrow

Bar World of tomorrow est un programme international de formation gratuit développé en partenariat avec le duo de bartenders Trash Collective et la Sustainable Restaurant Association. Cette formation en ligne et en présentiel s'adresse à la fois aux bartenders et aux propriétaires de bars afin de les sensibiliser aux pratiques durables et responsables depuis l'utilisation d'ingrédients frais jusqu'au service responsable des boissons alcoolisées, en passant par la gestion des déchets. A ce jour, 6 400 bartenders ont été formés dans le monde.



Responsib'All Day

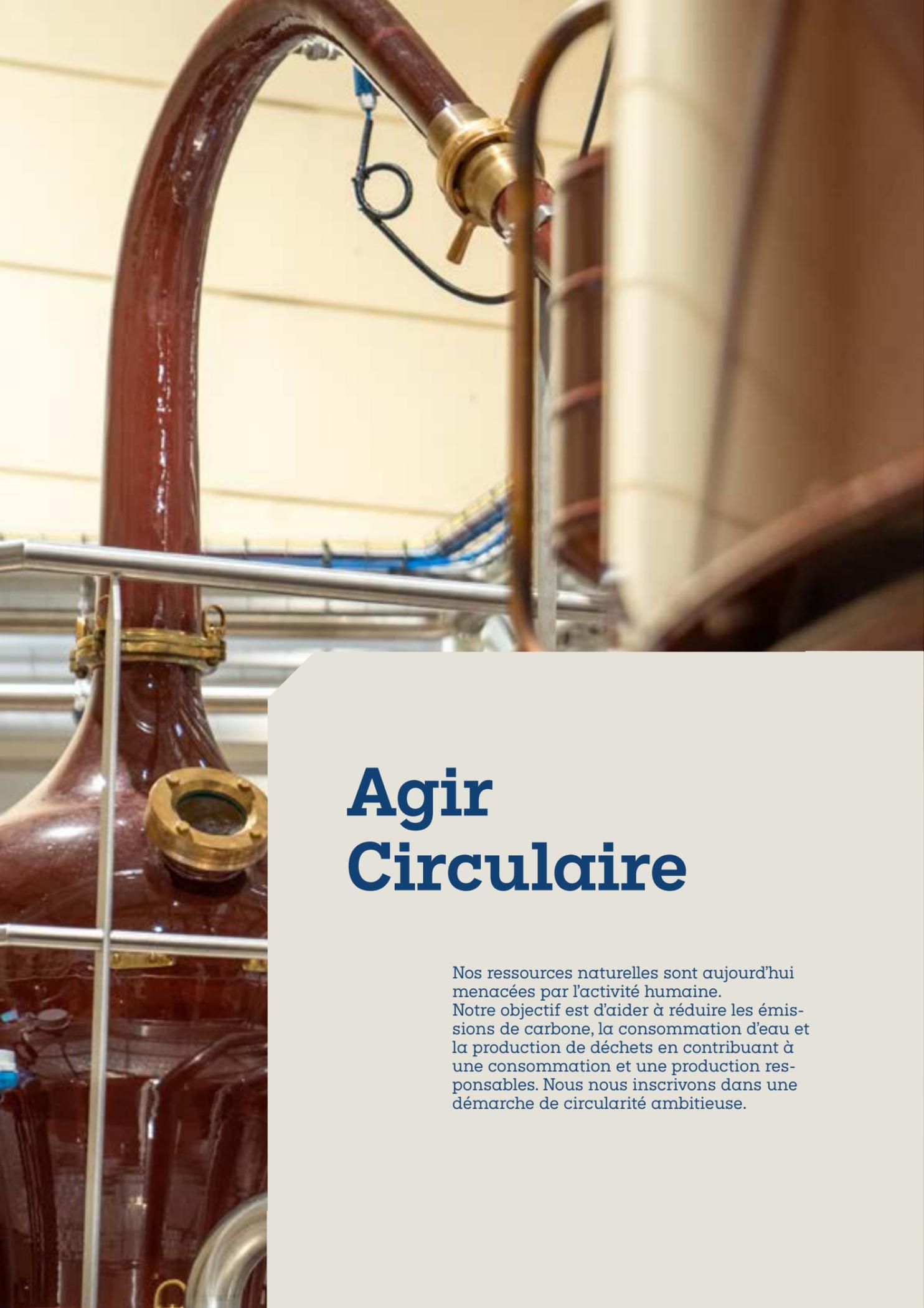
Conformément à notre ambition de faire de nos collaborateurs des ambassadeurs de la RSE, nous organisons des journées de mobilisation en faveur de causes d'intérêt général. Responsib'All Day est un événement emblématique au cours duquel tous nos collaborateurs agissent sur le terrain : depuis 2011, l'ensemble des collaborateurs interrompent leurs activités pendant 24 heures afin de mener des initiatives RSE et de mettre en lumière les efforts engagés tout au long de l'année. Le prochain Responsib'All Day se tiendra jeudi 29 juin sur le thème du bien-être.



Pernod Ricard University

Depuis 2017, nous disposons d'un campus qui s'étend sur les 170 hectares du Domaines de la Voisine à Clairefontaine-en-Yvelines, au cœur de la Haute Vallée de Chevreuse. Ce domaine éco-conçu a en charge du développement de nos collaborateurs et est mis également à disposition de clients extérieurs grâce à un partenariat avec Chateauform. Il comprend un espace d'accueil abritant des structures sportives, un Learning Center avec notamment un auditorium de 350 places et 500 m² de salles de réunions, 60 chambres et le château historique dédié aux moments de convivialité. Pernod Ricard University fait vivre les valeurs qui nous sont chères : la convivialité, l'éthique et l'esprit entrepreneurial.



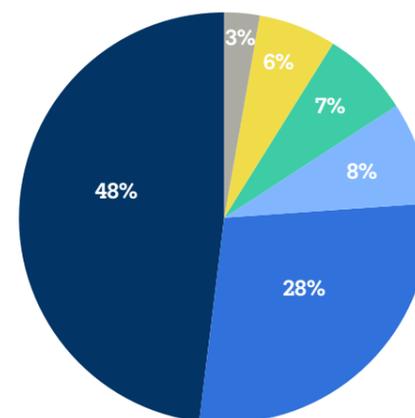


Agir Circulaire

Nos ressources naturelles sont aujourd'hui menacées par l'activité humaine. Notre objectif est d'aider à réduire les émissions de carbone, la consommation d'eau et la production de déchets en contribuant à une consommation et une production responsables. Nous nous inscrivons dans une démarche de circularité ambitieuse.

Empreinte carbone

Au 30 juin 2022, notre empreinte carbone se répartit comme suit :



- Matière premières agricoles
- Emballages et objets publicitaires
- Transport
- Acquisitions d'immobilisations
- Energies
- Autres

D'ici à 2025, 100 % d'électricité renouvelable sera utilisée sur nos sites de production et dans nos bureaux administratifs (via l'approvisionnement vert ou les Certificats d'Électricité Renouvelable)

D'ici à 2030, nous réduirons de 54 % nos émissions de CO2 de Scopes 1 et 2 (en valeur absolue), alignées sur 1,5°C, ce qui va au-delà de l'objectif initial de réduction de 30% soumis à la SBTi en 2019.

D'ici 2030, nous réduirons de 50 % l'intensité de l'empreinte carbone de Scope 3. Cette réduction correspond au scénario 2°C et sera revue cette année pour nous aligner sur les nouvelles exigences Net Zero de la SBTi.

Préservation de l'eau

D'ici à 2030, nous réduirons de 20% l'utilisation d'eau par rapport à l'exercice 2017/18



D'ici à 2030, 100 % de l'eau consommée dans les zones à risque sera rechargée dans les bassins-versants



Emballages

D'ici à 2030, des initiatives pour favoriser **le recyclage dans dix marchés** clés seront lancées.

Depuis 2021, 100% des objets publi-promotionnels en **plastique à usage unique sont interdits.**

D'ici à 2030, **cinq nouvelles méthodes circulaires** de distribution des vins et spiritueux seront lancées

D'ici à 2025, **100% des emballages seront réutilisables**, recyclables ou compostables.

Nos initiatives phares



Empreinte carbone

Dans le cadre de l'accélération de notre feuille de route en matière de réduction carbone, nous avons annoncé des investissements sur plusieurs sites de production. Ainsi :

- **Irish Distillers Limited** a annoncé un investissement de 250 M€ pour la construction d'une nouvelle distillerie à Midleton dont l'exploitation sera neutre en carbone grâce à la mise en œuvre de la RMV (recompression mécanique vapeur) et à l'utilisation du biogaz produit sur site. Un investissement supplémentaire de 50M€ viendra financer différents projets pour assurer la neutralité carbone de la distillerie existante au niveau de l'exploitation d'ici la fin 2026.
- **Chivas Brothers Limited** a mis en œuvre la technologie de RMV à haut rendement pour la distillation afin de pouvoir viser une distillation neutre en carbone d'ici 2026.
- **Martell** a développé avec le Groupe Chavignac une technologie de distillation bas carbone qui permet de recycler une partie de l'énergie que l'alambic consomme pour réduire la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effets de serre liées à la distillation.
- **Dans le Kentucky**, 250M\$ (238 M€) sur 5 ans vont être investis dans la construction d'une distillerie neutre en carbone dédiée à la production de notre whiskey américain Jefferson's.

Préservation de l'eau

Tous nos vignobles exploités en propre (Australie, Espagne, Etats-Unis, Nouvelle-Zélande) utilisent la technique d'irrigation au goutte-à-goutte permettant de réduire la consommation d'eau au strict nécessaire.

Dans le cadre de son programme W.A.L. (Water, Agriculture, Livelihoods), Pernod Ricard India s'est engagé auprès de ses communautés dans le développement de projets de restitution de l'eau pour soutenir la préservation de l'eau, ainsi qu'assurer et améliorer l'accès à l'eau potable et à l'assainissement. Huit co-packers indiens dédiés, situés dans des zones hydriques à risques élevés, sont intégrés dans la stratégie de préservation des ressources en eau.

Au Mexique, nous avons rejoint un projet collaboratif mené par la Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER) appelé '**Charco Bendito**' dans le bassin de Guadalajara pour améliorer la disponibilité de l'eau et éliminer l'utilisation non durable de l'eau avec des initiatives de reforestation et de restauration.



Emballages

Pour améliorer la circularité de notre activité, nous appliquons **le principe des 5R : Repenser, Réduire, Réutiliser, Recycler et Respecter**.

Pour cela, nous agissons pour réduire le poids de nos bouteilles, augmentons la part de verre recyclé, utilisons des nouvelles technologies pour réduire l'empreinte carbone de la fabrication du verre. Nous avons annoncé l'élimination progressive des emballages secondaires, à commencer par notre portefeuille de whiskies indiens (500 millions d'unités/an) et nos whiskies Chivas 12 et Jameson. Les bouteilles contiennent en moyenne 81% de verre recyclé et sont 100% recyclables.

Au-delà du verre, ce travail d'éco-conception s'est également traduit par la réduction de la taille d'étiquettes certifiées FSC, le recyclage des supports adhésifs des étiquettes, la suppression des encres métalliques et l'insertion des consignes de tri.



EcoSPIRITS

Nous sommes partenaire d'EcoSPIRITS pour réduire nos déchets et nos émissions de CO2 issus de la production et du transport de bouteilles et avons tout récemment pris une participation dans la start-up via notre fonds de capital-risque Convivialité Ventures. Il s'agit d'un système de distribution innovant, en circuit fermé.

Grâce à EcoSPIRITS, nos marques sont transportées en vrac et livrées aux bars par EcoTOTES, contenant en verre de 4,5 litres, entièrement réutilisables. Une fois vides, les ecoTOTES sont renvoyés à l'ecoPLANT où ils sont désinfectés puis rechargés. Un programme pilote a été déployé à Hong Kong et Singapour avec Absolut, Beefeater et Havana Club dans 80 bars participants. L'utilisation d'ecoTOTES pour la distribution de ces marques dans les deux villes a permis de réduire de 95% l'emballage et d'au moins 60% les émissions carbone par rapport à l'utilisation de bouteilles à usage unique. EcoSPIRITS a vocation à être déployé sur d'autres marques et d'autres marchés.





Être responsable

Nous sommes convaincus que nos marques offrent des moments de convivialité. Néanmoins, il n'y a pas de convivialité en cas de d'une consommation excessive ou inappropriée. C'est pourquoi nous sommes engagés à promouvoir une consommation d'alcool responsable et à lutter contre une consommation nocive. Pour ce faire, nous collaborons avec nos différentes parties prenantes pour favoriser un vrai changement ainsi que développer et ren-

forcer en permanence ses pratiques de marketing responsable. Nous soutenons pleinement l'objectif de l'Organisation Mondiale de la Santé de réduire de 20% la consommation nocive d'alcool dans le monde d'ici à 2035. En 2012, nous avons été membre fondateur de l'International Alliance for Responsible Drinking (IARD) qui promeut la consommation responsable au sein de l'industrie des boissons alcoolisées.

Résultats 2022

Objectifs

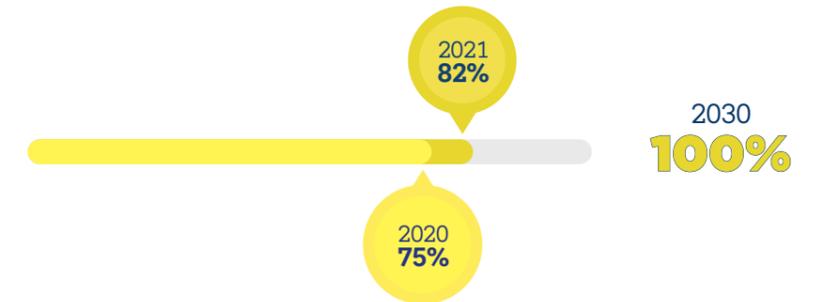
Consommation responsable

D'ici à 2025, tous les marchés contribueront à au moins une initiative de consommation responsable pour lutter contre l'abus d'alcool.



Marketing responsable

D'ici à 2030, 100% des collaborateurs cibles devront suivre la formation en ligne relative au Code sur les communications commerciales.



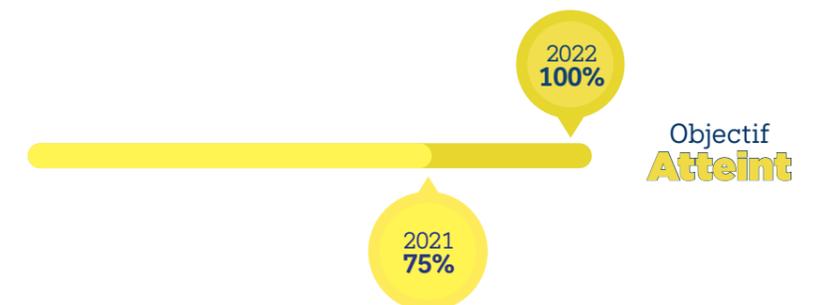
Ventes responsables

Tous nos sites de vente en ligne sont soumis à une restriction d'âge.c



Engagement des collaborateurs

Chaque année, 100% des collaborateurs devront être formés via la formation en ligne sur l'alcool et la consommation responsable.



Campagnes responsables

D'ici à 2027, les marques stratégiques déploieront au moins **12 campagnes de promotion de consommation responsable** auprès de leurs consommateurs.

Consommation responsable

D'ici à 2025, **100%** des maisons de marque seront certifiées **Hôte Responsable**.

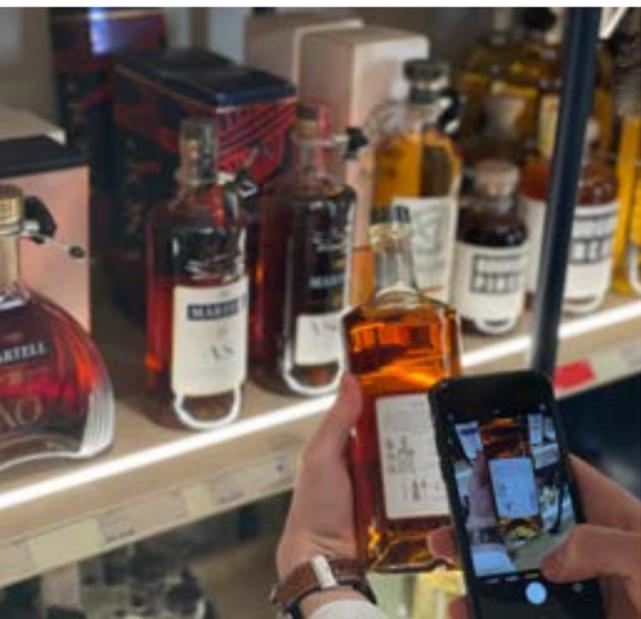
D'ici à 2030, nous sensibiliserons **10 millions de visiteurs** à la consommation responsable grâce à ses marques Hôte Responsable.

Informers les consommateurs

D'ici à 2024, **100% des marques auront une étiquette digitale** pour former les consommateurs sur le contenu des produits et les risques potentiels pour la santé.

D'ici à 2024, **100%** des marques porteront les **trois logos consommation responsable** (âge légal, conduite au volant, femmes enceintes).

Nos initiatives phares



Les étiquettes digitales

Les étiquettes digitales s'inscrivent dans le cadre de notre engagement de promouvoir la consommation responsable et la transparence sur nos produits. Toutes les bouteilles sont progressivement dotées d'un QR code placé sur leur contre-étiquette. Une fois scanné avec un smartphone, le consommateur est dirigé vers une plateforme qui fournit des informations sur les risques potentiels sur la santé associés à la consommation d'alcool sur la santé, les repères nationaux de consommation responsable émises par chaque Etat, la liste complète des ingrédients et, le tableau complet des valeurs. Le déploiement a commencé en 2022 avec une phase pilote en Europe et sera déployé sur l'ensemble des marques dans le monde d'ici à 2024. Grâce à cette solution digitale, les consommateurs sont en mesure de prendre des décisions informées sur la consommation de nos produits alcoolisés et ainsi profiter de moments de convivialité responsable.

Le programme Responsible Party

Responsible Party a été lancé en 2009, grâce à un partenariat avec Erasmus Social Network, pour sensibiliser les jeunes adultes aux risques de la consommation excessive d'alcool. Ce programme n'est pas relié à une marque et repose sur une approche peer-to-peer. Au cours de ces événements, les étudiants ambassadeurs dispensent aux jeunes des conseils concrets : distribution d'eau, messages ludiques sur les effets de l'alcool. Au cours des 10 dernières années, le Responsible Party a touché 500 000 jeunes adultes grâce à des actions de terrain lors de soirées étudiantes. Sous l'égide de Responsible Party, pour élargir la portée du programme pendant la période de la Covid, une nouvelle campagne a été lancée en juillet 2021 : Drink More Water. Cette campagne a touché à ce jour plus de 194 millions de jeunes adultes dans 394 pays sur les réseaux sociaux et continue de promouvoir la consommation responsable sur le terrain.

Autosobriety

Depuis 2020, nous nous sommes associés à l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche (UNITAR) pour déployer le programme de formation à la sécurité routière Autosobriety. Ce programme vise à fournir aux acteurs de la sécurité routière des outils pédagogiques afin de sensibiliser les conducteurs aux risques de l'alcool au volant et contribuer à la prévention et à la réduction des accidents de la route liés à l'alcool. Déjà déployé en Afrique du Sud, République Dominicaine, Equateur, Mexique, Pologne, Cambodge et il est en phase de développement en Chine, Espagne, Philippines et Vietnam et sera bientôt lancé en Argentine, Singapour et Thaïlande.



Formation à la consommation responsable

Une formation en ligne sur les risques liés à l'alcool et sur la consommation responsable a été développée en 2020 et doit obligatoirement être suivie par l'ensemble de nos collaborateurs. Elle est accessible sur la plateforme EdApp et est disponible en 21 langues.

Nous avons l'ambition de nous assurer que 100% de nos collaborateurs soient formés chaque année. Nous avons également lancé un programme de formation dédié aux commerciaux et aux ambassadeurs de marques. Cette formation leur permet d'identifier les risques liés à l'alcool pour eux-mêmes et pour les consommateurs.



L'Essentiel

Classement en volume

N°2

mondial des Vins
et Spiritueux

N°1

mondial des
spiritueux premium

17

marques parmi
le Top 100 appartiennent
à Pernod Ricard

Un exercice historique (chiffres au 30 juin 2022)

Chiffre
d'affaires

10,701
milliards d'euros

Résultat
Opérationnel Courant

3,024
milliards d'euros

Résultat net Courant
part du Groupe

2,124
milliards d'euros

Un Groupe international composé de Créateurs de convivialité

19 480

collaborateurs
dans le monde

96

site de production
dans 25 pays

74

avec une présence
commerciale directe

Le portefeuille de marques le plus large et le plus complet de l'industrie

240

marques répertoriées
dans le Groupe

13

marques stratégiques
internationales



Contacts

Pour toute demande
d'informations, contactez :

Emmanuel Vouin
Head of Group External Engagement
emmanuel.vouin@pernod-ricard.com
P : 06 29 80 32 28

Julie Coma
Responsable Relations Presse France
julie.coma@pernod-ricard.com
P : 06 43 60 17 49

Retrouvez l'intégralité de la stratégie
RSE de Pernod Ricard sur

www.pernod-ricard.com

La rubrique 'Nos engagements' :
Le document d'Enregistrement
Universel en particulier le **Chapitre 3**

Suivez-vous sur
nos réseaux sociaux :

LINKEDIN INSTAGRAM
TWITTER YOUTUBE




Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

GOOD TIMES
FROM A
GOOD PLACE