

KOMUNIKAT PRASOWY

## Rok pod znakiem działań i programów edukacyjnych w Wyborowa Pernod Ricard

Wyborowa S.A., jako część Grupy Pernod Ricard, realizuje długoterminową strategię zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności pod nazwą „Good Times from a Good Place” (2020-2030). Strategia ta opiera się na czterech kluczowych obszarach: trosce o miejsce pochodzenia (Nurturing Terroir), docenianiu ludzi (Valuing People), wytwarzaniu w obiegu zamkniętym (Circular Making) oraz promocji odpowiedzialnej gościnności (Responsible Hosting). Miniony rok przyniósł zarówno rozwój istniejących, jak i wdrożenie nowych projektów, które stanowią lokalnie realny dowód realizacji zobowiązania grupy.

### Zero-waste w HoReCa

W ramach trwającej globalnej inicjatywy „The Bar World of Tomorrow”, firma od 2020 roku aktywnie wspiera edukację barmanów i właścicieli lokali gastronomicznych w zakresie zero-waste. Bezpłatny program szkoleniowy, oparty na praktycznych rozwiązaniach, takich jak ograniczanie odpadów czy zrównoważone zarządzanie zasobami: energią, wodą, lodem, pomaga w budowaniu bardziej ekologicznych i odpowiedzialnych barów. Od startu projektu w Polsce program ukończyło 1113 barmanów, z czego ponad 350 w mijającym roku.

Program „The Bar World of Tomorrow” jest skierowany przede wszystkim do branży barmańskiej, lecz także do amatorów tworzenia drinków. Każda zainteresowana osoba poznać może proste triki, które pozwolą na prowadzenie zrównoważonego baru według idei 5R: Rethink, Reduce, Reuse, Recycle, Respect (Przemyśl, Ogranicz, Wykorzystaj Ponownie, Przetwórz, Szanuj).

### Unikalny projekt E-Label

Jednym z działań podjętych w zeszłym roku, jest wprowadzony w Polsce program cyfrowych etykiet (e-label). Dzięki temu rozwiązaniu konsumenci mogą zeskanować kody QR umieszczone na etykietach butelek, co przekierowuje ich bezpośrednio na specjalną e-platformę w języku polskim, na której znaleźć mogą szczegółowe i przejrzyste informacje dotyczące składników i wartości odżywczych. Co więcej, cyfrowe etykiety oferują pełną informację na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, wspierając klientów w podejmowaniu świadomych decyzji, szczególnie w okresie noworocznym.

*- Cyfrowe etykiety są częścią globalnej inicjatywy Grupy Pernod Ricard, która wdrażana jest na wszystkich rynkach oraz produktach z portfolio Pernod Ricard, w ramach zobowiązań Międzynarodowego Sojuszu na rzecz Odpowiedzialnego Spożywania Alkoholu (International Alliance for Responsible Drinking). To kolejny krok w rozszerzaniu działań edukacyjnych po wprowadzeniu piktogramów ostrzegających przed spożywaniem alkoholu przez nieletnich oraz prowadzeniem pojazdów pod wpływem alkoholu, uzupełniając w ten sposób istniejące wcześniej oznakowanie ostrzegające przed spożywaniem alkoholu przez kobiety w ciąży – podkreśla Fabrice Audan, CEO Pernod Ricard Central Europe & Eastern Europe.*

## **Edukacja w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji**

Wyborowa Pernod Ricard aktywnie angażuje się także w edukację młodych dorosłych m.in. poprzez kampanię „Drink More Water”. Jej przesłanie, proste i uniwersalne, zachęca do spożywania większej ilości wody podczas imprez, co sprzyja odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Kampania skierowana jest przede wszystkim do pokolenia Z i dociera do milionów odbiorców za pośrednictwem kanałów cyfrowych oraz wydarzeń studenckich. Na całym świecie zasięg kampanii wyniósł już 23 mln osób na wydarzeniach terenowych oraz 600 mln online. W Polsce przekroczył 3,5 mln odbiorców.

Wyborowa Pernod Ricard konsekwentnie inwestuje również w edukację swoich pracowników, oferując m.in. osobom z działu sprzedaży szkolenia z zakresu prewencji ryzyka związanego z alkoholem oraz promując odpowiedzialne postawy w codziennej działalności. Działania te wpisują się w szersze zaangażowanie firmy w budowanie zrównoważonych relacji z konsumentami oraz społecznościami lokalnymi.

*- Edukacja i promowanie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu są kluczowymi elementami naszej strategii. Zależy nam, by być partnerem zarówno dla naszych konsumentów, jak i pracowników, wspierając ich w podejmowaniu świadomych decyzji –* podkreśla Fabrice Audan, CEO Pernod Ricard Central Europe & Eastern Europe.

W bieżącym roku Wyborowa Pernod Ricard będzie kontynuować i rozwijać trwające już programy.

\* \* \*

### **Kontakt dla mediów:**

[wyborowa.media@pernod-ricard.com](mailto:wyborowa.media@pernod-ricard.com)

Małgorzata Staruch  
Weber Shandwick  
Małgorzata.staruch@webershandwick.pl  
M: +48 785 211 381