



SUSTAINABILITY & RESPONSIBILITY

◦ *au cœur de Pernod Ricard* ◦



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

“

La Sustainability & Responsibility fait partie de notre histoire et repose sur notre vision “Créateurs de convivialité”. C’est l’une de nos priorités business. Incarnée par nos 18 500 collaborateurs, elle apporte de la valeur à nos activités. Et cela fonctionne !

”

**ALEXANDRE RICARD***Président-Directeur Général*

L A S & R
FAIT
PARTIE
DE ...

... notre
HISTOIRE

« Il est de
notre devoir
de construire
ensemble
un monde
meilleur pour
les générations
futures. »



PAUL RICARD
Fondateur de Ricard

... notre VISION



« En tant que “Créateurs de convivialité”, nous nous plaçons, de fait, dans le partage et l’ouverture aux autres. Le succès de notre vision “Let’s live together, better” repose sur la transparence, la confiance mutuelle et la responsabilité. »



CÉDRIC RAMAT
*Directeur Ressources Humaines
et Sustainability & Responsibility*

... notre ACTIVITÉ



« La Sustainability & Responsibility fait partie intégrante de nos 4 Essentiels et nous la retrouvons, sans aucun doute, dans tous nos domaines d'activité, de l'excellence opérationnelle au luxe, mais aussi dans chaque marque et dans chaque pays. »



CONOR MCQUAID
Directeur du Global Business Development

... et notre processus de création de VALEUR



En 2016, Pernod Ricard
à la 1^{re} place mondiale
du secteur des Boissons
selon l'évaluation Vigeo Eiris.

Intégration des indices
Euronext Vigeo Eiris
« World 120 » et « France 20 ».



Obtention en 2016 de la note
A- dans le classement du CDP.

« La convivialité est l'art du partage.
Nous sommes convaincus qu'il n'y
a de succès véritable et durable qu'en
partageant nos valeurs avec chacune
de nos parties prenantes. »



JULIA MASSIES
*Vice-Présidente de la Communication
Financière et des Relations Investisseurs*



LA S & R
AU CŒUR
DE NOS
AMBITIONS



4 PRIORITÉS



Découvrons les axes de notre
modèle S&R



*Le siège Pernod Ricard pendant
le Responsib'ALL Day 2016.*

Responsabiliser nos collaborateurs : **NOTRE ENGAGEMENT**



« Notre ambition est clairement de "faire la différence"
et nos employés sont moteur de nos engagements
et nos actions, agissant au quotidien comme
des ambassadeurs. »



VANESSA WRIGHT

VP Sustainability & Responsibility



1



2



3



4



RESPONSABILISER NOS COLLABORATEURS

Responsabiliser nos collaborateurs : UN EXEMPLE CONCRET



« Le Responsib'ALL Day est la meilleure façon de promouvoir notre engagement sur le terrain : chaque année pendant 24 heures, nos 18 500 collaborateurs cessent toute activité et deviennent les ambassadeurs crédibles de nos engagements. »



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



ARMAND HENNON
VP Responsible Marketing et
Sustainability & Responsibility France

- 1 Mumm Perrier-Jouët.
- 2 Martell.
- 3 Pernod Ricard États-Unis.
- 4 Pernod Ricard Afrique du Sud.

Responsabiliser nos collaborateurs : CELA FONCTIONNE !



RESPONSABILISER NOS COLLABORATEURS



FORMÉS

Près de 4 500 employés
sont formés en ligne parmi
lesquels 450 atteignent
le niveau « coach ».



ENGAGÉS

Le Youth Network
a été créé en 2014.
Les 186 membres âgés
de moins de 30 ans et issus
de 55 filiales apportent aux
autres générations une
vision plus responsable.

I Say *

ACTEURS

90 % des employés
sont prêts à agir
comme un ambassadeur
Pernod Ricard.

I Say *

FIERS

94 % des employés
sont fiers d'appartenir
au Groupe et adhèrent
pleinement à ses valeurs.

*
*I Say est une étude interne réalisée par
le cabinet indépendant Towers Watson.*



Pernod Ricard University se situe sur le site historique de La Voisine (Clairefontaine – banlieue ouest de Paris) acheté en 1954 par Paul Ricard.

Responsabiliser nos collaborateurs : **CONSTRUIRE ENSEMBLE UN FUTUR MEILLEUR**



« Sur notre site historique de 170 ha près de Paris, nous avons construit pour *Pernod Ricard University* un Campus certifié HQE™ Aménagement. Le “Domaine de La Voisine” rouvrira ses portes en septembre 2017. Il compte 60 chambres, 1 auditorium de 350 places et une douzaine de salles de réunion. Il sera ouvert aux collaborateurs mais aussi aux clients extérieurs, devenant ainsi une vitrine pour notre Groupe, ses marques, sa culture et son histoire. »



CAROLE MISSET

Directrice de Pernod Ricard University



RESPONSABILISER NOS COLLABORATEURS



Alexandre Ricard présentant « Wise Drinking » à un client, une application permettant aux consommateurs de mesurer la quantité d'alcool consommée.

Une consommation responsable : NOTRE ENGAGEMENT



« Il ne peut y avoir de convivialité dans l'excès. Nous croyons fortement à la sensibilisation et à la responsabilisation individuelle. Dans ce cadre, nous avons déjà mis en place des dizaines de programmes éducatifs. »



ALEXANDRE RICARD
Président-Directeur Général

◆ PERNOD RICARD
SOUTIEN ET PROMEUT
LES 5 ENGAGEMENTS
DE L'INDUSTRIE POUR
UNE CONSOMMATION
RESPONSABLE SIGNÉS
EN 2012

- Lutter contre la consommation d'alcool chez les mineurs
 - Renforcer et élargir les codes de bonne conduite marketing
 - Proposer des informations aux consommateurs et des innovations de produits responsables
 - Lutter contre la conduite en état d'ivresse
 - Obtenir le soutien des distributeurs pour réduire la consommation excessive ou inappropriée d'alcool
- ◆



En janvier 2017, Pernod Ricard a renouvelé son partenariat avec Erasmus Student Network, signé pour la première fois en 2010.



PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

Une consommation responsable : UN EXEMPLE CONCRET



« Depuis 7 ans, des “Responsible Parties” organisées conjointement par Pernod Ricard et l’association paneuropéenne Erasmus Student Network ont permis de sensibiliser 332 000 étudiants aux conséquences négatives d’une consommation inappropriée d’alcool. »



CHRISTIAN PORTA

Président-Directeur Général
de Pernod Ricard EMEA & LATAM

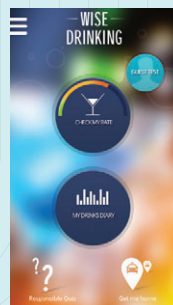
Une consommation responsable : CELA FONCTIONNE !



Depuis 2011, No Ikki ! est dédié à la prévention contre le *binge drinking* au Japon. 150 000 dépliants ont été distribués aux étudiants depuis le début du programme.



97% des filiales de distribution apposent déjà le logo « femmes enceintes » sur les bouteilles (en prenant en compte les contraintes légales).



Entre son lancement en 2014 et la fin juin 2016, plus de 100 000 téléchargements de « Wise Drinking » ont été réalisés. Cette application permet de mesurer sa consommation d'alcool.



92% des filiales disposent d'une initiative pour promouvoir la consommation responsable à fin juin 2016.



86% des étudiants européens de 15 à 16 ans déclarent ne pas avoir été saouls ces 30 derniers jours : une amélioration de 23% par rapport à 2003 (rapport Espad 2015).

THE SMART BAROMETER

We commit, we measure.



Pernod Ricard a créé un baromètre avec un comité indépendant pour suivre les avancées en termes de consommation responsable. Un score de 86 % a été atteint au niveau du Groupe et de ses filiales à fin mars 2017.



PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

Une consommation responsable : **CONSTRUIRE ENSEMBLE UN FUTUR MEILLEUR**



« Grâce au Smart Barometer, une première dans le secteur des spiritueux, tout le monde peut maintenant suivre de façon continue les progrès de Pernod Ricard sur les cinq engagements de l'industrie. »



SANDRINE RICARD

Directrice Sustainability & Responsibility
de Chivas Brothers Limited



Protéger notre planète : **NOTRE ENGAGEMENT**



« Parce que tous nos produits proviennent de matières premières agricoles, la préservation de l'environnement n'est pas simplement une bonne pratique, c'est un acte stratégique fondamental. En tant qu'entreprise familiale, préserver notre héritage pour les générations à venir est un véritable engagement. »



PETER MOREHEAD
Directeur des Opérations Groupe



Depuis 2004, la distillerie Absolut d'Åhus a réduit sa consommation d'énergie de 45 % et son empreinte carbone de 80 % par litre de vodka.



PROTÉGER NOTRE PLANÈTE

Protéger notre planète : **UN EXEMPLE CONCRET**



« Chaque goutte de la vodka Absolut est produite dans une seule et unique distillerie située à Åhus, un petit village dans le sud de la Suède. Notre distillerie est un des sites de production les plus écologiques au monde. Elle a réalisé de tels efforts pour réduire ses émissions de CO₂, qu'elle est aujourd'hui neutre en bilan carbone. »



ANNA MALMHAKE
Président-Directeur Général
de The Absolut Company



En 2016, l'Institut Océanographique Paul Ricard a fêté son 50^e anniversaire et lancé Take Off.



PROTÉGER NOTRE PLANÈTE

Protéger notre planète : **UN EXEMPLE CONCRET**



« Protéger l'océan signifie combattre le réchauffement climatique en permettant à la mer de jouer son rôle de régulateur naturel. Cela signifie aussi protéger nos écosystèmes et nos terroirs. »



PATRICIA RICARD

Présidente de l'Institut Océanographique Paul Ricard

Protéger notre planète : **CELA FONCTIONNE !**



◆ Pernod Ricard a adopté une nouvelle feuille de route environnementale 2020 permettant d'atteindre ses objectifs sur tous les sites de production sur la période 2010-2015.

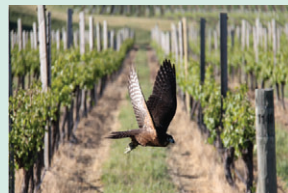
◆ Au 30 juin 2016, 82 % des vignobles du Groupe étaient certifiés.



◆ Les sites de production ont réduit leur consommation d'eau de 17 % par unité produite entre 2010 et 2016.



◆ Les sites de production ont réduit leurs émissions de CO₂ de 25 % par unité produite entre 2010 et 2016.



◆ 78 % des filiales ont un programme de biodiversité.

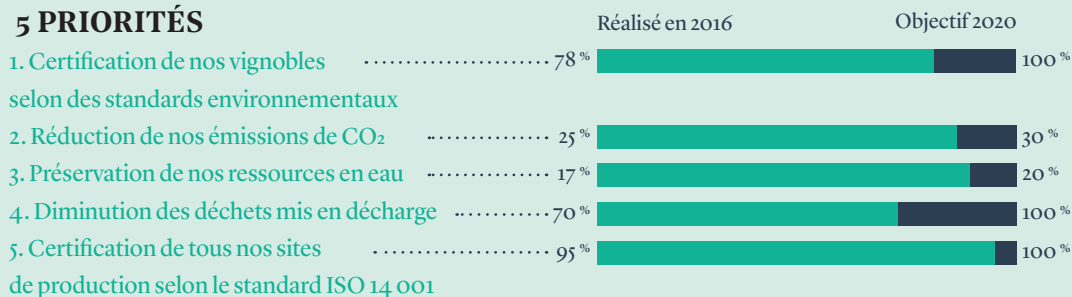


PROTÉGER NOTRE PLANÈTE



PLAN ENVIRONNEMENTAL 2010-2020

5 PRIORITÉS



PROTÉGER NOTRE PLANÈTE

Protéger notre planète : **CONSTRUIRE ENSEMBLE UN FUTUR MEILLEUR**



« Maintenant que les objectifs définis dans la feuille de route environnementale 2020 de Pernod Ricard sont presque atteints, nous nous en donnerons de plus ambitieux encore dans la prochaine Roadmap à 2030. »



JEAN-FRANÇOIS ROUCOU
Directeur Performance Durable Groupe



1



2



3



4

Développer nos communautés & impliquer nos partenaires : NOTRE ENGAGEMENT



« Pernod Ricard s'est engagé à partager les valeurs et les meilleures pratiques avec les communautés locales et ses partenaires commerciaux, en établissant des relations gagnant-gagnant. »



NOÉMIE BAUER
Responsable Sustainability
& Responsibility Groupe



- 1 Pernod Ricard Thailand a planté 1 250 arbres dans la mangrove avec les villageois de Klong Kone.
- 2 Pernod Ricard Asia a aidé une ferme biologique en enlevant les mauvaises herbes et en fertilisant la terre d'un jardin chinois.
- 3 Ricard s'est engagé dans le jardinage en construisant une serre.
- 4 Pernod Ricard Lanka a rénové une maison de retraite.



DÉVELOPPER NOS COMMUNAUTÉS LOCALES
ET IMPLIQUER NOS PARTENAIRES



Pernod Ricard est le premier mécène du Centre Pompidou depuis 1997 et également mécène du Musée Guggenheim de Bilbao depuis 2002.

Développer nos communautés & impliquer nos partenaires : **UN EXEMPLE CONCRET**



« À travers ses marques, Pernod Ricard est le principal mécène de nombreuses institutions artistiques à travers le monde. Nos marques accompagnent aussi beaucoup d'artistes parce que nous considérons que l'art n'a de sens que lorsqu'il est partagé. »



OLIVIER CAVIL

Directeur de la Communication Groupe

Développer nos communautés & impliquer nos partenaires : CELA FONCTIONNE !



96 % des filiales du Groupe ont, au moins, mis en place une initiative pour développer les communautés locales et engager les partenaires.



La Fondation Martell est une organisation culturelle et multidisciplinaire dont la volonté est de créer le dialogue entre ses racines et les artistes venus du monde entier.



Pernod Ricard Malaysia soutient les populations défavorisées en leur donnant accès à l'éclairage. Ce dispositif permet de recycler des bouteilles usagées en lampes rechargeables fonctionnant à l'énergie solaire. Près de 2 000 habitants en ont bénéficié.



À fin juin 2016, 347 fournisseurs ou sous-traitants ont été évalués sur les facteurs sociaux et environnementaux via la plateforme EcoVadis.



Créé en 1999, le prix de la Fondation d'Entreprise Ricard a été le premier dédié aux artistes contemporains de la scène artistique française.



DÉVELOPPER NOS COMMUNAUTÉS LOCALES
ET IMPLIQUER NOS PARTENAIRES



Développer nos communautés & impliquer nos partenaires : **CONSTRUIRE ENSEMBLE UN FUTUR MEILLEUR**



« La Sustainability & Responsibility n'est pas qu'un défi d'entreprise. Dans le monde entier, toutes nos marques sont impliquées. Elles s'engagent à entrer dans une démarche d'impact positif et à accélérer leur engagement dans les mois et années à venir. »



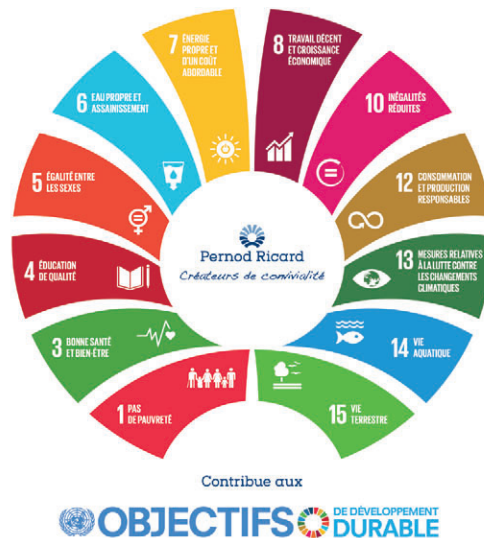
RICHARD BLACK
Directeur Marketing de Chivas Regal

- 1 **Mécénat culturel**
Havana Cultura est une initiative de Havana Club qui offre une plateforme de promotion unique pour les artistes cubains.
- 2 **Soutien humanitaire**
Absolut Elyx est partenaire de l'ONG Water for People. Depuis le 1^{er} juillet, chaque bouteille d'Elyx vendue aux États-Unis fournit à l'ONU un budget équivalent à une semaine d'eau potable pour une personne.
- 3 **Entrepreneurial social**
Avec une subvention d'un million de dollars par an, The Venture de Chivas Regal aide au développement de projets qui permettront d'instaurer un changement positif dans le monde. La seconde édition s'est tenue en juillet 2016.



ET
DEMAIN ?

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES



« Nous soutenons l'initiative des Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. Nous saluons l'implication de toutes les parties prenantes, en particulier le secteur privé, comme condition du succès et nous nous engageons à atteindre 12 des 17 objectifs avant 2030. »



CÉDRIC RAMAT
*Directeur des Ressources Humaines
et Sustainability & Responsibility*

“

72 % des jeunes adultes
sont prêts à payer plus
chers pour des produits
plus responsables*.

Tout est dit ! Nous avons
entendu ces aspirations,
mais c'est tous ensemble
que nous parviendrons
à créer un monde plus
responsable. Nous avons
encore beaucoup à faire. ”



ALEXANDRE RICARD
Président-Directeur Général

* Global Corporate Sustainability – Nielsen- 2015 (étude réalisée auprès
de 30 000 internautes dans 60 pays).

DATES CLÉS S&R

Création de l'Institut
Océanographique Paul Ricard



Adhésion à « Entreprise
& Prévention » (*aujourd'hui*
« avec Modération ! ») et
à l'EFRD (*aujourd'hui*
« Spirits EUROPE »)

Adoption d'une
politique QSE globale

Instauration d'une charte
de développement durable
Adoption du logo
« Pas d'alcool pendant
la grossesse »



Formalisation de la plateforme
RSE Pernod Ricard
Création de *Responsible Party*
en partenariat avec ESN

Annnonce des 5 engagements
de l'industrie

Lancement de l'Application
« Wise Drinking »
Signature de l'accord
européen avec l'EFFAT

1966

1971

ireb

Création de l'Institut de
Recherches Scientifiques sur
les Boissons (*aujourd'hui FRA*)

1990 1997

Début du partenariat culturel
avec le Centre Pompidou

2003

Adhésion au Global Compact
des Nations Unies

2004

2005

Adhésion à l'ICAP
(*aujourd'hui IARD*)

2006

2007

Adoption du Code
sur les communications
commerciales

2010 2011

1^{er} Responsib'ALL Day
Création de *Pernod Ricard*
University

2012 2013

Adoption de la politique
environnementale
Adhésion à Transparency
International

2014 2016

Soutien des ODD
des Nations Unies
Lancement du Smart
Barometer



THE SMART BAROMETER
We commit, we measure.

L'ESSENTIEL PERNOD RICARD

N° 2

mondial des Vins
et Spiritueux

8 682 M€

de Chiffre d'Affaires en 2015/16

18 500

collaborateurs
présents dans 85 pays

17

marques dans le Top 100
monde ^(?)

N° 1

mondial des Spiritueux
Premium et Prestige ⁽¹⁾

2 277 M€

de Résultat Opérationnel Courant
en 2015/16

101

sites de production



(1) *The Pernod Ricard Market View*
basé sur les données IWSR, volumes
à fin 2015.

(2) *Données Impact 2015*, publiées
en mars 2016.

Édité par la Direction
de la Communication de Pernod Ricard
12 place des États-Unis,
75783 Paris Cedex 16, France.

Directeurs de la rédaction :
Olivier Cavil, Sylvie Machenaud.
Rédacteurs en chef :
Florence Taron, Emmanuel Vouin.

Conseil, création et réalisation :

kstories.

Crédits photos :
Banque d'images Pernod Ricard,
tous droits réservés.

Pernod Ricard s'est engagé à gérer
de façon responsable ses achats de papiers.
Le papier utilisé dans ce document est certifié
FSC. Cette certification atteste du respect
d'une série de principes et de critères de gestion
forestière mondialement reconnue.

July 2017.

