



IARD
INTERNATIONAL ALLIANCE FOR
RESPONSIBLE DRINKING


Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

Communiqué de presse - Paris, le 3 juillet 2020

Les plus grands producteurs mondiaux de bières, vins et spiritueux réunis au sein de l'IARD s'unissent pour soutenir les cafés, bars et restaurants

La pandémie de COVID-19 représente un défi mondial sans précédent pour la protection des vies mais aussi des ressources des différentes populations. Seule une approche unie et collaborative de l'ensemble de la société peut apporter une réponse mondiale efficace.

En tant que représentants de certaines des plus emblématiques marques de bières, vins et spiritueux au monde, nous sommes bien décidés à jouer notre rôle en contribuant à cet effort mondial, tout en maintenant notre engagement à l'égard des centaines de milliers de personnes que nous employons à l'échelle planétaire, ainsi qu'aux millions d'entreprises que nous soutenons dans la chaîne de valeur des secteurs de l'agriculture, de la production, de la distribution, du commerce de détail et de l'hôtellerie.

L'hôtellerie a été parmi les secteurs les plus durement touchés par les fermetures dans le monde entier, mais elle n'a jamais été aussi appréciée et n'a jamais autant manqué aux individus. La fermeture soudaine des cafés, des bars et des restaurants a fait prendre conscience non seulement de l'importance du tissu socio-économique dépendant de ces lieux, mais aussi de leur importance vitale pour le tissu social et le bien-être émotionnel qu'ils procurent à leurs communautés.

C'est la socialisation dans les bars et les restaurants qui a le plus manqué, juste après le fait de pouvoir passer du temps avec les amis et la famille. Pour beaucoup d'entre nous, ces deux notions sont intimement liées. En effet, savoir célébrer les occasions et éprouver le plaisir de la sociabilité sont tellement appréciés que beaucoup de gens sont prêts à payer plus cher pour sortir et profiter d'un bon repas et de boissons dans ces lieux, ce qui montre clairement l'importance qu'accorde chacun au bien-être social en même temps qu'à sa santé physique.

En travaillant ensemble, avec tous les partenaires clés, nous pouvons aider à reconstruire une culture des cafés, des bars et des restaurants protégée et florissante qui puisse prospérer malgré les temps incertains auxquels nous sommes actuellement confrontés. Une réponse de l'ensemble de la société peut nous permettre de recréer l'environnement accueillant qui a manqué à tant de personnes.

Bien que nos entreprises soient très différentes les unes des autres, nous partageons un grand nombre de valeurs communes. Nous sommes tous fiers des boissons que nous produisons. Nous voulons veiller à ce que nos produits soient consommés de manière responsable afin que celles et ceux qui ont choisi de les partager y trouvent toujours une expérience positive et mémorable.

La consommation nocive de boissons n'est pas dans notre intérêt ; elle est dommageable pour les consommateurs, les communautés et consommateurs à qui nous apportons nos produits et, en fin de compte, pour nos entreprises. Bien que l'on constate une baisse à long terme du *binge drinking* (« biture express »), de la conduite en état d'ivresse et de la consommation d'alcool chez les mineurs dans de nombreuses régions du monde, nous sommes déterminés à agir davantage.

A mesure que les gouvernements autorisent la réouverture des lieux, nous allons travailler aux côtés des détaillants et autres partenaires commerciaux pour **promouvoir des mesures appropriées de distanciation physique**. Nous allons également utiliser nos programmes de marketing, de promotion d'un service responsable et de formation des personnels pour contribuer à empêcher que la consommation nocive d'alcool ne menace l'atmosphère sociable dont les différentes populations veulent profiter. Par ailleurs, comme nous constatons une croissance rapide des ventes en ligne et de la livraison à domicile de bières, de vins et de spiritueux, nous accélérons les efforts que nous avons annoncés en janvier pour **élaborer des normes mondiales en matière de commerce électronique et des mesures de protection pour le marketing, les ventes et la livraison en ligne**. Nous invitons les plateformes numériques et les sociétés de livraison à se joindre à nous dans cette initiative.

Au sortir de cette pandémie, nous poursuivrons un dialogue constructif avec les gouvernements nationaux, les organisations internationales, les experts et la société civile afin de mieux comprendre ce que nous pouvons faire pour renforcer les normes et protéger les vies, les ressources et les populations.

En travaillant ensemble, nous pouvons aider les différentes communautés à reconstruire la culture florissante des cafés, des bars et des restaurants qui est si appréciée et si importante pour notre bien-être social.

A propos de l'IARD

L'Alliance internationale pour la consommation d'alcool responsable (IARD) est une organisation à but non lucratif consacrée à la lutte contre la consommation nocive d'alcool dans le monde et à la promotion d'une consommation d'alcool responsable auprès des consommateurs. L'IARD bénéficie du soutien de ses entreprises membres, issues de tous les secteurs de l'industrie de l'alcool réglementée - bière, vin et spiritueux - dans leur objectif commun visant à élaborer une solution pour réduire la consommation nocive d'alcool. Pour plus d'information sur notre engagement et nos actions, rendez-vous sur le site www.iard.org

Contacts Pernod Ricard

Emmanuel Vouin / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 04

Alison Donohoe / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 63

Contact IARD

Puja Darbari/ PDarbari@iard.org

+ 44 781 807 1922