

Communiqué de presse - Paris, 5 Octobre 2020



Pernod Ricard reconnu pour ses progrès en matière de développement durable et de responsabilité sociétale (RSE)

Suite au lancement de sa feuille de route RSE 2030 *"Good Times from a Good Place"* en 2019, Pernod Ricard a été reconnu pour ses progrès réalisés dans des domaines clés. Le Groupe a franchi un nouveau cap en accélérant la concrétisation de ses objectifs ambitieux, en stimulant particulièrement l'innovation et en optimisant les actions menées conjointement avec les autres grands acteurs de l'industrie. Cette feuille de route, qui vise à contribuer aux Objectifs de Développement Durable (ODD) fixés par l'Organisation des Nations Unies, est basée sur 4 piliers: la préservation des terroirs, la valorisation de l'humain, la production circulaire et la convivialité responsable, des domaines qui couvrent l'ensemble des activités du Groupe.

Statut « Lead » attribué par le Global Compact des Nations Unies pour la troisième année consécutive

Pernod Ricard se distingue en comptant parmi les 40 multinationales (et la seule du secteur des vins et spiritueux) qui ont démontré un engagement et des progrès permanents au regard des ODD et des dix principes sur la responsabilité des entreprises des Nations Unies. Depuis son adhésion au Global Compact en 2003, le Groupe participe ainsi activement à plusieurs groupes de travail cherchant à concilier les activités des entreprises et le développement durable.

Pour Vanessa Wright, Directrice RSE de Pernod Ricard : *« Cette reconnaissance nous conforte dans notre quête d'amélioration permanente. Nos activités étant indissociables du développement durable, collaborer avec le Global Compact des Nations unies est pour nous l'opportunité de renforcer nos actions et d'apprendre de celles mises en œuvre par les autres entreprises. »*

Classé 4eme dans le nouvel indice d'engagement sociétal réalisé par Brighthouse et BCG GAMMA

Le Groupe se classe 4^{ème} parmi ses pairs du CAC40 dans ce nouvel indice mettant en évidence la corrélation entre les engagements sociétaux d'une entreprise et sa performance financière. Basé sur 5 critères liés à ses employés, ses partenaires, ses clients, sa réputation et la Société dans son ensemble, l'indice se fonde sur 19 mesures quantitatives et qualitatives.

Signataire officiel de Business for Nature

Dans le prolongement de son pilier *"Préserver nos terroirs,"* Pernod Ricard est fier de rejoindre l'alliance Business for Nature réunissant des entreprises et organisations qui se mobilisent autour de la protection de l'environnement. Il s'agit d'une avancée importante pour le Groupe, qui continue à faire de la protection de l'environnement et de la biodiversité, ainsi que de la préservation des écosystèmes naturels, des priorités de sa feuille de route 2030. Dans le cadre de ses engagements

2030, Pernod Ricard promeut une agriculture régénératrice et durable auprès de ses partenaires agricoles et développe dans le monde entier des projets stratégiques en faveur de la biodiversité.

Pour Alexandre Ricard, Président-Directeur Général de Pernod Ricard, "Notre futur dépend de l'aptitude de nos communautés mondiales à unir leurs forces pour assurer un avenir plus durable et plus solidaire."

Pour en savoir plus sur Business for Nature et accéder au message vidéo de soutien rassemblant Alexandre Ricard et d'autres dirigeants, visitez le site de [Business for Nature](#).

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 448 millions d'euros en FY20. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard, qui possède 16 marques dans le top 100 des marques de spiritueux, dispose de l'un des portefeuilles les plus prestigieux du secteur avec notamment la vodka Absolut, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood. Les marques de Pernod Ricard sont distribuées dans plus de 160 marchés dont 73 par ses propres forces de vente. L'organisation décentralisée du groupe permet à ses 19 000 employés d'agir en tant qu'ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour toutes ses parties prenantes. Le groupe reste fidèle à ses trois valeurs fondatrices : l'esprit entrepreneur, la confiance mutuelle et l'éthique, comme illustré par notre feuille de route à 2030 Sustainability & Responsibility, « nous préservons pour partager » en accord avec les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. En reconnaissance de son engagement constant en faveur du développement durable et la consommation responsable, Pernod Ricard a reçu la médaille d'or d'Ecovadis. Pernod Ricard est également une entreprise membre du LEAD Global Compact des Nations Unies. Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie des indices CAC 40 et Eurostoxx 50.

Contacts Pernod Ricard

Julia Massies / VP, Financial Communications & Investor Relations	+33 (0) 1 70 93 17 03
Charly Montet / Investor Relations Manager	+33 (0) 1 70 93 17 13
Emmanuel Vouin / Head of External Engagement	+33 (0) 1 70 93 16 34
Alison Donohoe / International Press Relations Manager	+33 (0) 1 70 93 16 23