



Warszawa, marzec 2018

Grupa Pernod Ricard zamieniła plastikowe rurki i mieszadła do koktajli na biodegradowalne

W myśl zasady, że drobne, codzienne działania mogą przyczynić się do wielkich zmian i poprowadzić ku lepszej przyszłości, Grupa Pernod Ricard postanowiła przestać stosowania rurek oraz mieszadełek wykonanych z niebiodegradowalnego plastiku. Inicjatywa wpisana jest w tzw. Mapę Środowiskową 2020, czyli realizowaną przez Grupę politykę ochrony środowiska.

Na początku stycznia, Grupa Pernod Ricard skierowała do swoich filii na całym świecie wytyczne dotyczące zaniechania korzystania z plastikowych rurek oraz mieszadełek podczas wszystkich imprez i wydarzeń, które organizują. Nowe zasady zostały wprowadzone także w Polsce. Wyborowa Pernod Ricard we wszystkich swoich działaniach eventowych wykorzystuje w pełni kompostowalne i wykonane z odnawialnych surowców naturalnych rurki do koktajli. **Jest także jedyną firmą z branży alkoholowej w Polsce, która wprowadziła to proekologiczne rozwiązanie.**

Plastikowe rurki i mieszadła są stosowane w branży napojów alkoholowych od wielu dekad. Wraz z modą na koktajle, również dekorowanie szklanek gadżetami stało się powszechne na całym świecie. Warto jednak zauważyć, że jedna plastikowa rurka, z której korzystamy średnio przez jedynie 20 minut potrzebuje aż ponad 200 lat, aby ulec rozkładowi.

Jako firma chcemy działać na rzecz ochrony środowiska naturalnego w każdym aspekcie naszego biznesu. Organizujemy wiele eventów, więc decyzja o stosowaniu tylko i wyłącznie biodegradowalnych rurek przekłada się na konkretne efekty i lepszy stan naszego środowiska naturalnego. Ponadto, zależy nam na szerzeniu proekologicznie świadomości wśród barmanów, z którymi współpracujemy na co dzień. Chcemy także, aby poprzez takie drobne działania, konsumenci naszych produktów mogli zmienić otaczające nas środowisko, a tym samym i rzeczywistość, na lepsze - powiedział Andrzej Szumowski, wiceprezes Wyborowa Pernod Ricard.

Rurki do drinków, których w Polsce używa Wyborowa Pernod Ricard są w pełni biodegradowalne oraz wykonane z odnawialnych surowców naturalnych (materiał roślinny PLA). Nie są wytworzone z plastiku, a jednocześnie są lekkie, mocne, bardzo sztywne, o zwiększonej odporności na zgniatanie. Dbając o środowisko, firma stawia także na jakość i satysfakcję konsumenta.



Oprócz wkładu w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych, firma Pernod Ricard angażuje się również w zmniejszanie jej wpływu na środowisko. Plan działania Pernod Ricard do 2020 r., czyli Mapa Środowiskową 2020 zakłada ambitny cel. Jest nim ograniczenie ilości odpadów składowanych na wysypiskach z obecnie istniejących 913 ton do 0 ton do 2020 r.

Créateurs de convivialité

Informacje o Grupie Pernod Ricard

Grupa Pernod Ricard zajmuje drugie miejsce na świecie w branży win i wyrobów spirytusowych. W roku obrotowym 2016 Grupa wygenerowała skonsolidowaną sprzedaż w wysokości 8 682 mln euro, a jej historia sięga 1975 r., kiedy to doszło do fuzji dwóch podmiotów: Ricard i Pernod. Od tamtego czasu Grupa nieustannie się rozwija, bazując zarówno na wzroście organicznym, jak i przejęciach. Najważniejsze przejęte spółki do tej pory to: Seagram (w 2001 r.), Allied Domecq (w 2005 r.) i Vin&Sprit (w 2008 r.). Pernod Ricard może poszczycić się jednym z najznakomitszych portfeli marek w swoim sektorze, a należą do nich m. in. wódka Absolut Vodka, pastis Ricard, Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute i whisky The Glenlivet Scotch oraz Jameson Irish, koniak Martell, rum Havana Club, dzin Beefeater, likiery Kahlúa i Malibu, szampany Mumm i Perrier- Jouët, a także wina Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo, Graffigna i Kenwood. Pernod Ricard zatrudnia około 18 tysięcy pracowników i jest organizacją zdecentralizowaną, działającą poprzez sześć „spótek markowych” (ang. Brand Companies) i 85 „spótek rynkowych” (ang. Market Companies) funkcjonujących na każdym kluczowym dla Grupy rynku. Pernod Ricard silnie angażuje się na rzecz zrównoważonego rozwoju biznesu oraz zachęca klientów do odpowiedzialnej konsumpcji. Strategie i aspiracje Pernod Ricard opierają się na trzech kluczowych wartościach, które są mottem dla rozwoju Grupy, a są to: duch przedsiębiorczości, wzajemne zaufanie oraz silne poczucie odpowiedzialności etycznej. Spółka Pernod Ricard notowana jest na giełdzie Euronext (Pasek informacyjny: RI; kod ISIN: FR0000120693) oraz należy do indeksu CAC 40.

Wyborowa Pernod Ricard to część globalnego holdingu Pernod Ricard, obecnego na ponad 80 rynkach świata. Grupa Pernod Ricard w Polsce jest obecna od połowy lat 90-tych, początkowo jako dystrybutor marek międzynarodowych. W 2001 roku holding podjął strategiczną decyzję o nabyciu Polmosu Poznań, a wraz z nim marki Wódka Wyborowa. W 2008 roku podczas integracji z V&S Grupa Pernod Ricard stała się właścicielem kolejnych lokalnych marek wódki, takich jak Wódka Luksusowa, Pan Tadeusz, Siwucha i Polska. Na polskim rynku firma koncentruje się na dynamicznym rozwoju międzynarodowych marek w segmencie premium oraz na wzmocnieniu portfela wódek lokalnych.