

Informacja prasowa – Paryż, 3 kwietnia 2019 r.



„Good Times from a Good Place”

Pernod Ricard ogłasza plan działania w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności do roku 2030

Grupa ogłosiła 8 kluczowych zobowiązań

Grupa Pernod Ricard ogłosiła w dniu 3 kwietnia plan działania w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności do 2030 roku. Powstał on w ramach strategii *Transform & Accelerate* Grupy. Wyznacza 8 ambitnych, konkretnych zobowiązań do realizacji do 2030 roku, zgodnych z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Zobowiązania zostały oficjalnie przedstawione w dniu dzisiejszym w destylarni koniaku Martell we Francji podczas konferencji prasowej. W oparciu o przyjęte zobowiązania, Grupa podejmie kolejne konkretne kroki na rzecz ochrony środowiska naturalnego regionów pochodzenia swoich produktów, a także społecznej odpowiedzialności, szczególnie w zakresie przeciwdziałania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

We wrześniu ubiegłego roku, podczas ostatniego szczytu UN Global Compact Leaders' Summit w siedzibie głównej ONZ w Nowym Jorku, Pernod Ricard jako jedyny producent win i alkoholi mocnych znalazł się w gronie spółek Global Compact LEAD, co świadczy o nieustannym zaangażowaniu spółki w realizację [10 zasad](#) UN Global Compact oraz 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Od samego początku swojego istnienia Grupa Pernod Ricard kieruje się zasadami zrównoważonego rozwoju. Przeszło 50 lat temu założyciel Grupy, Paul Ricard, zapoczątkował działalność Instytutu Oceanografii im. Paula Ricarda. Do dzisiaj jest to wiodąca placówka w dziedzinie ochrony mórz i oceanów. Grupa i należące do niej marki podejmują wiele działań (takich jak konkurs dla startupów zaangażowanych społecznie Chivas Venture czy współpraca marki Absolut Elyx z organizacją Water for People), a od 2010 roku zrobiła znaczące postępy w realizacji celów środowiskowych wyznaczonych do 2020 roku. W ciągu ostatnich ośmiu lat 93% zakładów produkcyjnych uzyskało certyfikat ISO 14001, a 95% winnic przeszło proces certyfikacji zgodnie z normami środowiskowymi. Ponadto Grupa ograniczyła zużycie wody potrzebnej do wyprodukowania jednego litra alkoholu o 20%, emisję dwutlenku węgla o 30% na jednostkę produkcji oraz ilość odpadów przeznaczonych do składowania z poziomu 10 253 ton do 748 ton.

Bazując na dotychczasowych osiągnięciach, 8 nowych zobowiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności dotyczy czterech najważniejszych obszarów: **troski o miejsce pochodzenia, doceniania ludzi, wytwarzania w obiegu zamkniętym i odpowiedzialnej gościnności**. Zostały one wyznaczone w odpowiedzi na problemy, przed którymi stoi Grupa i cały

świat, takimi jak zmiana klimatu, prawa człowieka czy gospodarowanie odpadami. Cele mają określone terminy do osiągnięcia do 2030 roku, co umożliwi śledzenie postępów.

TROSKA O MIEJSCE POCHODZENIA (Nurturing Terroir)

Każdy produkt Pernod Ricard zawdzięcza swój charakter miejscu, z którego pochodzi. Działania w tym obszarze skupiają się na dbaniu o każdy region i jego bioróżnorodność oraz reagowaniu na wyzwania związane ze zmianą klimatu, tak aby zapewnić dostępność wysokiej jakości składników przyszłym pokoleniom.

1. **Bioróżnorodność** – do 2030 roku 100% spółek Grupy wdroży strategiczny projekt w zakresie bioróżnorodności.
2. **Rolnictwo regeneratywne** – do 2025 roku Grupa opracuje projekty pilotażowe w zakresie rolnictwa regeneratywnego na terenie swoich winnic w ośmiu regionach winiarskich (Argentynie, Kalifornii, Cognac, Szampanii, Hiszpanii, Australii, Nowej Zelandii i Chinach), naśladując naturalne procesy w celu poprawy jakości warstwy uprawnej gleby, zlewni rzek i ekosystemów. Do 2030 roku Pernod Ricard przekaże dalej swoją wiedzę i doświadczenie w ramach współpracy z ponad 5 tysiącami rolników.

DOCENIANIE LUDZI (Valuing People)

Idea „Convivialité”, która przyświeca Pernod Ricard, opiera się na tworzeniu serdecznej atmosfery, towarzyskości oraz wzajemnego szacunku. Grupa kładzie bardzo duży nacisk na różnorodność i sprawiedliwe traktowanie ludzi w obrębie całego łańcucha dostaw, a także zapewnianie im możliwości rozwoju zawodowego.

3. **Równość i kadry kierownicze w przyszłości** – do 2022 roku Grupa zapewni pełną równość płac, a do 2030 roku kadra kierownicza wyższego szczebla będzie zespołem w składzie zgodnym z zasadą *gender balance*. Ponadto do 2030 roku 100% pracowników zdobędzie nowe umiejętności dzięki regularnym, odbywającym się przynajmniej co 3 lata, szkoleniom.
4. **Dzielenie się wiedzą** – do 2030 roku Grupa przeszkoli 10 000 barmanów w zakresie wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w barach, w tym gospodarowania odpadami i rezygnacji z plastiku.

WYTWARZANIE W OBIEGU ZAMKNIĘTYM (Circular Making)

Zasoby na świecie są ograniczone i intensywnie eksploatowane. Pernod Ricard dąży do zminimalizowania ilości odpadów na każdym etapie, projektując, produkując i dystrybuując produkty w taki sposób, aby jak najlepiej wykorzystywać i oszczędzać zasoby naturalne.

5. **Opakowania i odpady** – do 2025 roku Pernod Ricard nie będzie używać elementów promocyjnych wykonanych z plastiku jednorazowego użytku, a opakowania będą w całości wykonane z materiałów nadających się do ponownego wykorzystania, biosurowców lub materiałów nadających się do przetworzenia lub kompostowania. Oprócz tego, do 2030 roku Grupa wprowadzi w charakterze pilotażu pięć nowych metod dystrybucji win i alkoholi mocnych, zgodnych z modelem gospodarki w obiegu zamkniętym i pomoże zwiększyć współczynnik recyklingu na 10 największych rynkach, gdzie ten współczynnik jest niski.

- 6. Bilans wodny i ślad węglowy** – do 2030 roku Pernod Ricard planuje osiągnąć bilans wodny we wszystkich szczególnie zagrożonych zlewniach rzek (np. Indie czy Australia), uzupełniając 100% wody zużytej w miejscu produkcji. Jeśli chodzi o emisję dwutlenku węgla, do 2030 roku Pernod Ricard zobowiązuje się zmniejszyć całkowity ślad węglowy o 50%, zgodnie z założeniami inicjatywy Science-Based Targets (SBT).

ODPOWIEDZIALNA GOŚCINNOŚĆ (Responsible Hosting)

Wino oraz alkohole mocne stanowią ważny element życia towarzyskiego. Jako odpowiedzialny producent, Pernod Ricard dba o edukację zarówno konsumentów, jak i pracowników, w zakresie zwalczania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. W tym zakresie współpracuje aktywnie ze swoimi partnerami.

- 7. Nieodpowiedzialna konsumpcja alkoholu** – do 2030 roku wszystkie spółki Pernod Ricard, na całym świecie, przeprowadzą na pełną skalę przynajmniej jeden program walki z nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu.
- 8. Program „Responsible Party”** – do 2030 roku Pernod Ricard rozszerzy swój program Responsible Party na obszar całego świata, chcąc dotrzeć do przynajmniej miliona młodych osób. Inicjatywa powstała 10 lat temu. Współpraca z organizacją studencką Erasmus Student Network (ESN) ma na celu zwiększanie świadomości w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Komunikacja programu dotarła już do 400 000 studentów w Europie.

Oprócz powyższych ośmiu zobowiązań głównych, w ramach planu działania do roku 2030 Grupa Pernod Ricard opracowała także projekty przyjęcia zaleceń ONZ w zakresie praw człowieka, zasobów wodnych i energii odnawialnej.

Alexandre Ricard, Prezes Zarządu Pernod Ricard: – *Każdy z naszych 19 000 pracowników jest „Créateur de Convivialité”, jesteśmy serdecznymi gospodarzami i pełnymi szacunku gośćmi na naszej planecie. Dzielenie się naszymi wartościami, troska o miejsca pochodzenia naszych produktów i promowanie odpowiedzialnej konsumpcji to warunki konieczne dla zrównoważonego rozwoju. Podobnie jak wczoraj i dziś, także w przyszłości będziemy kontynuować nasze długofalowe działania”.*

Vanessa Wright, Wiceprezes ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności Pernod Ricard: – *Wiemy, że nasi klienci oczekują od naszych marek podejścia odpowiedzialnego i pełnego szacunku do środowiska. To wartości, którymi nasza firma kierowała się od samego początku. Przyjęte do roku 2030 zobowiązania wyznaczają konkretne ramy działania w obrębie naszej Grupy, ułatwiając nam zajęcie się najważniejszymi problemami ekologicznymi, dzięki czemu nasi konsumenci mogą cieszyć się naszymi produktami w zrównoważony sposób w przyjaznej atmosferze „Convivialité”.*

Wspierając wprowadzenie nowej strategii, 52 pracowników Pernod Ricard wystąpiło w filmie, który można obejrzeć [tutaj](#).

Więcej informacji można znaleźć na stronie www.pernod-ricard.com/en/our-commitments/

O Grupie Pernod Ricard

Grupa Pernod Ricard jest drugim największym producentem win i alkoholi mocnych na świecie. W roku obrotowym 2017/18 jej sprzedaż skonsolidowana wyniosła € 8,987 mln. Grupa powstała w 1975 roku poprzez połączenie spółek Ricard i Pernod. Grupa Pernod Ricard nieustannie rozwija się poprzez wzrost organiczny jak również akwizycje wzmacniające portfolio Seagram (2001), Allied Domecq (2005) i Vin&Sprit (2008). Portfolio Grupy Pernod Ricard obejmuje najbardziej prestiżowe marki sektora: wódkę Absolut, pastis Ricard, szkockie whisky Ballantines 's, Chivas Regal, Royal Salute i Glenlivet, irlandzką whiskey Jameson, koniak Martell, rum Havana Club, gin Beefeater, likier Malibu, szampany Mumm i Perrier-Jouët, a także wina Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo i Kenwood. Pernod Ricard zatrudnia około 19 000 pracowników. Pernod Ricard wierzy w zdecentralizowaną organizację – działa poprzez sześć Spółek Właścicieli Marek (tzw. Brand Companies), oraz poprzez 86 Spółek Dystrybucyjnych (tzw. Market Companies) utworzonych na każdym kluczowym rynku. Grupa realizuje politykę zrównoważonego rozwoju i promuje odpowiedzialne spożycie alkoholu. Pernod Ricard opiera swoją strategię i cele na trzech głównych wartościach, które kierują jej rozwojem: duchu przedsiębiorczości, wzajemnym zaufaniu i silnym poczuciu etyki. Spółka Pernod Ricard notowana jest na giełdzie Euronext (Pasek informacyjny: RI; kod ISIN: FR0000120693) oraz należy do indeksu CAC 40. Więcej informacji znajduje się na stronie: www.pernod-ricard.com

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, czy Siwucha. Na polskim rynku firma koncentruje się na dynamicznym rozwoju międzynarodowych marek w segmencie premium oraz na wzmacnianiu portfela wódek lokalnych.



Kontakt dla mediów

Grupa Pernod Ricard:

Julia MASSIES / VP, Financial Communication & Investor Relations	+33 (0)1 41 00 41 07
Adam RAMJEAN / Investor Relations Manager	+33 (0)1 41 00 41 59
Olivier CAVIL / Group Communications Director	+33 (0) 1 41 00 40 96
Fabien DARRIGUES / External Communications Director	+33 (0) 1 41 00 44 86
Emmanuel VOUIN / Press Relations Manager	+33 (0)1 41 00 44 04

Wyborowa Pernod Ricard:

Zuzanna Baranowska
Tel: 696 477 350
@ zuzanna.baranowska@pernod-ricard.com

Anna Ginter
Tel: 608 392 756
@ anna.ginter@mslgroup.com