



**« Responsib'ALL Day »
24h d'actions autour du monde
Les 18 000 collaborateurs de Pernod Ricard se mobilisent
autour du thème « Don't Drink & Drive »**

Paris, 23 mai 2011

Les 18 000 collaborateurs de Pernod Ricard répartis dans 70 pays se mobilisent ce 23 mai autour d'une action commune : la lutte contre l'alcool au volant.

Depuis 1971, avec la création de l'IREB (Institut de Recherche et d'Etudes Scientifiques sur les Boissons), le Groupe s'engage dans la prévention **des risques liés à une consommation excessive d'alcool**. Cette journée de sensibilisation baptisée « Responsib'ALL Day » est l'aboutissement de 40 années d'actions de prévention menées aux côtés de partenaires institutionnels.

C'est aussi le point de départ de nouvelles initiatives, de campagnes et d'évènements qui seront lancées partout dans le monde, **en conformité avec les recommandations de la Décennie d'action pour la Sécurité Routière annoncée le 11 mai dernier par les Nations Unies.**

Chaque filiale, d'Auckland à Los Angeles en passant par Shanghai, Paris et bien d'autres capitales, développe ainsi toute une série d'actions : exposition de campagnes de prévention réalisées à travers le monde, forums avec les autorités et associations locales en charge de la Sécurité Routière, programmes éducatifs en direction des collaborateurs et des consommateurs, notamment des jeunes adultes.

Durant cette journée, tous les salariés de Pernod Ricard sont appelés à signer un manifeste : le « *Pernod Ricard Act* », les signatures recueillies déclenchant un mécanisme de donation. Pernod Ricard a décidé cette année de mettre particulièrement l'accent sur les pays émergents où le nombre d'accidents de la route liés à l'alcool croît avec l'émergence d'une classe moyenne pouvant s'offrir une voiture.

Cette journée fait de chacun des 18 000 salariés du Groupe un ambassadeur actif d'une cause commune et universelle : la prévention de l'alcool au volant.

Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard souligne : « *Nous avons fait le pari de la mobilisation de l'ensemble des collaborateurs du Groupe, le même jour et dans toutes les filiales pour agir concrètement contre l'alcool au volant. L'engagement personnel de nos 18 000 collaborateurs à travers le 'Pernod Ricard Act' sera amplifié par le lancement par le Groupe d'actions pilotes dans les pays émergents où l'insécurité routière reste importante. Ces initiatives viseront spécifiquement les jeunes conducteurs et seront menées et évaluées en partenariat avec des ONG de dimension internationale et des experts indépendants.* »

« *Toute consommation excessive ou inappropriée de nos produits est dangereuse pour nos consommateurs et contraire à nos valeurs et à l'éthique du Groupe* » commente Armand Hennon, Directeur des Affaires Publiques France. « *En tant que co-leader mondial, il est de notre devoir de montrer l'exemple. Le risque associé alcool/route est parfaitement évitable. Aujourd'hui, nous rappellerons aussi que le message de prévention le plus efficace est « celui qui conduit ne boit pas ». Nous sommes convaincus que l'éducation et la prévention sont les réponses les plus adéquates pour lutter contre l'alcool au volant* ».



Quelques moments forts du 'Responsib'ALL Day' à travers le monde :

Nouvelle-Zélande : C'est au sein de l'Eden Park Stadium, site de la Rugby World Cup 2011, que 320 collaborateurs de Pernod Ricard ont lancé une campagne d'affichage contre l'alcool au volant qui sera déployée durant la Rugby World Cup.

Corée du Sud : Pernod Ricard Korea et la Smart Drinking Foundation ont lancé le concours de la meilleure campagne de prévention. Les collaborateurs ont accompagné cette journée par de nombreux 'tweet' sur Twitter.

France : des Tifo (bannières) portant le message « Don't Drink and Drive » ont été affichés sur les sites du Groupe à Paris, Marseille, Cognac et en Champagne. Un discours de Patrick Ricard, Président du Conseil d'Administration du Groupe, a clôturé la journée.

Etats-Unis : des employés du Groupe et Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard, ont déployé un Tifo 'Don't Drink & Drive' sur Times Square. Cette action a été suivie par un débat avec Ralph Blackman, Directeur du Century Council.

Hong-Kong : de nombreux bus et tramways affichant le message 'Don't Drink & Drive' ont circulé dans la ville pendant que les collaborateurs du Groupe participaient à des actions de sensibilisation dans les points de vente.

Italie : des camions arborant des bannières 'Don't Drink & Drive' ont sillonné Milan pendant que les clients de supermarchés se voyaient offrir des bons de réduction de 10€ sur un trajet en taxi dans le cadre de l'initiative « Party & Taxi ».

Vietnam : la toute récente (avril 2011) filiale Pernod Ricard Vietnam a pleinement embrassé le concept et a mis en place une exposition et des forums d'échange d'idées.

Pérou : des employés de Pernod Ricard ont porté un Tifo en haut du Machu Picchu et initié des actions de prévention sur la place centrale de Cuzco.

Equateur : un Tifo a été déroulé sur la ligne de l'Equateur et, à **Cuba**, les collaborateurs Pernod Ricard se sont rassemblés pour une marche symbolique le long de la plage de la Havane.

Exemples d'actions pour la Sécurité Routière, menées par Pernod Ricard au cours des dix dernières années :

Chine : Pernod Ricard s'est associé avec The Road Traffic Safety Association of China pour développer une campagne contre l'alcool au volant dans les médias.

Mexique : la Fondation Domecq a lancé une campagne « O Tomas O Manejas » avec un acteur local très connu des jeunes (Jaime Camil). Pour cela, la Fondation s'est associée avec les autorités, les universités et les ONG. Plus de 1000 spots TV et radio ont été diffusés et plus de 87 millions d'impacts recensés.

Royaume Uni : Pernod Ricard UK s'est inspiré de la campagne américaine « Accept Responsibility » dont un des champs d'action est de combattre l'alcool au volant. Pour les fêtes de fin d'année 2010, Pernod Ricard UK s'est associée avec AA (Automobile Association).

Rappel sur les principales actions de consommation responsable menées par le Groupe :

1971 Création de l'IRES, l'Institut de recherches scientifiques sur les boissons par Jean Hémard, Président de Pernod.

1990 Patrick Ricard, Président Directeur Général du Groupe devient co-fondateur d'Entreprise & Prévention.

2002 Pernod Ricard signe une charte, toujours en vigueur, avec la Sécurité Routière française.

2005 Première campagne contre l'alcool au volant. Elle est développée à l'initiative de Pernod Ricard China. Le Groupe instaure un contrôle des campagnes publicitaires sur ses marques stratégiques avant diffusion.

2006 Pernod Ricard appose le pictogramme de prévention de la consommation d'alcool par les femmes enceintes sur l'ensemble de ses produits destinés au marché européen et inclut un message de responsabilité dans ses publicités du monde entier.



2007 Le Groupe adhère au Forum alcool et santé de la Commission européenne et signe la charte européenne de sécurité routière. Il formalise ses règles de conduite dans un code de communication commerciale commun à toutes les filiales.

2010 Le Groupe centre son action sur la lutte contre l'alcool au volant et l'éducation notamment auprès des publics jeunes.

2011 Pernod Ricard a soutenu la création d'associations en Thaïlande, Bulgarie, Roumanie, et Slovaquie. Au total, le Groupe est aujourd'hui membre d'une trentaine d'associations dans le monde et a soutenu des campagnes de prévention sur l'alcool au volant dans plus de 30 pays.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 081 millions d'euros en 2009/2010. 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 possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : 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, les liqueurs Kahlúa et Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate (ex-Montana), Campo Viejo et Graffigna. Le Groupe compte près de 18 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 70 « Sociétés de distribution » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs-clé qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et sens éthique. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40. Pour plus d'informations, connectez-vous sur www.pernod-ricard.com

Contacts Pernod Ricard

Stéphanie SCHROEDER / Directrice Adjointe Communication Externe
Florence TARON / Responsable Relations Presse

T : +33 (0)1 41 00 42 74
T : +33 (0)1 41 00 40 88