

A l'occasion de la
4^{ème} édition du Responsib'All Day

Lancement de 'Wise Drinking', la première application digitale mondiale pour une consommation responsable

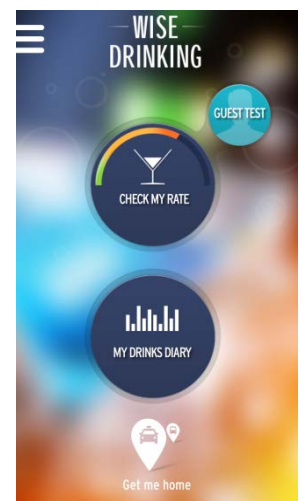
Communiqué de presse - Paris, le 22 mai 2014

Pernod Ricard lance ce jour une application mobile gratuite permettant d'éduquer les consommateurs à une consommation responsable. Ce lancement coïncide avec la 4^{ème} édition du Responsib'All Day, journée de mobilisation des 19 000 collaborateurs du Groupe visant à mener des actions concrètes dans 80 pays du monde pour lutter contre la consommation inappropriée ou abusive d'alcool.

Grâce à cette nouvelle application disponible en 37 langues sous iPhone et Android, l'utilisateur peut calculer le nombre d'unités d'alcool qu'il consomme en temps réel. L'application prend en compte le type de boissons consommées (spiritueux, vins ou autres), leur volume, mais aussi le sexe et le poids de l'utilisateur. Ce décompte lui permet ainsi de suivre sa consommation au cours d'une période donnée qui peut s'étendre jusqu'à quatre semaines. Dotée d'un système de géolocalisation, l'application s'adapte à la législation locale en vigueur et précise alors au consommateur le moyen de transport adapté le plus proche.

Cette application a été développée par l'agence Novedia.

Pour accéder à l'application, connectez-vous sur <http://wise-drinking.com/>



Pernod Ricard a fait de l'éducation à la consommation responsable le cœur de son approche RSE. Le Groupe est convaincu que c'est par la sensibilisation aux risques, la pédagogie active que l'on parvient à développer auprès des consommateurs des comportements responsables sur le long terme.

Le Responsib'All Day est le point d'orgue des actions de promotion du Groupe pour une consommation responsable. Cet événement repose sur une vision originale : faire des 19 000 collaborateurs de Pernod Ricard répartis dans 80 filiales les premiers ambassadeurs des engagements du groupe. Durant cette journée où l'activité du Groupe s'arrête tout autour du monde, une multitude d'actions et d'événements locaux permet aux employés de véhiculer directement auprès des clients, distributeurs, consommateurs les 5 engagements pris par les treize entreprises du secteur des spiritueux, du vin et de la bière depuis octobre 2012 lors de la Conférence Internationale ICAP* : Global Actions.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Ces engagements sont :

1. Réduire la consommation d'alcool chez les mineurs
2. Réduire l'alcool au volant
3. Renforcer et élargir les codes de bonnes conduites marketing
4. Informer les consommateurs et développer des innovations produits responsables
5. Obtenir le soutien des détaillants dans la réduction de la consommation abusive d'alcool

Comme le déclare Pierre Pringuet, Vice-Président du Conseil d'Administration et Directeur Général du Groupe, « *La consommation responsable a toujours été au cœur de notre politique de Responsabilité Sociétale et continue d'être un engagement fort comme le démontre, une fois de plus, la mobilisation de nos 19 000 employés à travers le monde à l'occasion de cette 4^{ème} édition du Responsib'All Day. C'est en allant au contact direct de chaque consommateur et de chaque distributeur que l'on a une chance de changer les comportements sur le long terme. C'est un travail de longue haleine que tous les acteurs de la filière doivent continuer de mener sans relâche.* »

Alexandre Ricard, Directeur Général Délégué, ajoute : « *Pernod Ricard a été précurseur dans le développement du digital pour ses marques. Aujourd'hui, le Groupe utilise toute son expertise en matière de communication collaborative et sociale pour lancer 'Wise drinking' la première application qui permet de sensibiliser chacun à une consommation responsable.* »

Voici cinq exemples d'initiatives locales qui donnent un aperçu des actions menées par nos 80 filiales :

Auckland : Pernod Ricard Winemakers - Nouvelle Zélande a demandé à des étudiants de réfléchir à une campagne de publicité percutante ayant pour vocation la promotion d'une consommation responsable auprès des jeunes. Le projet gagnant est présenté aujourd'hui.

Tokyo et Osaka : Les salariés de Pernod Ricard Japan participent à un séminaire pour améliorer leur compréhension sur le risque de l'alcool chez les mineurs. Le 22 mai à Tokyo, il sera dirigé par le Dr Maesato du Centre Médical Kurihama (le seul centre médical reconnu par l'OMS pour ses études sur l'alcool), et le jour suivant à Osaka, par le Dr Kinoshita de l'Université Féminine de Mukogawa. A partir d'août 2014, les autorités japonaises mèneront une série de séminaires sur ce thème à l'attention des professeurs d'école, avec le soutien de Pernod Ricard Japan.

Paris : Une plénière sur le thème de 'l'Alcool et ma santé' regroupe l'ensemble des collaborateurs de la Holding, de Pernod Ricard Europe and Middle East Africa, du Centre de Recherche Pernod Ricard et d'Havana Club International pour évoquer les dernières initiatives du Groupe en la matière et débattre des moyens à mettre en place pour une politique locale de prévention efficace dans les 5 domaines d'engagement de Pernod Ricard. Les collaborateurs vont également à la rencontre des barmen et des consommateurs de la capitale pour promouvoir l'application digitale 'Wise Drinking'.

Cape Town : Le Responsib'All Day de Pernod Ricard South Africa se fait en collaboration avec Massmart/Walmart sur le thème de la promotion d'une consommation responsable. Il comprend une journée de formation avec des simulateurs de conduite en état d'ivresse pour le personnel de Pernod Ricard South Africa, de Massmart/Walmart et les intervenants ainsi qu'une journée d'éducation des consommateurs au danger de l'alcool au volant dans les principaux magasins Massmart/Walmart. Cette action de Pernod Ricard South Africa est relayée par une campagne digitale conjointe avec Massmart / Walmart.



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

New York: Pernod Ricard USA s'associe au distributeur de vins et spiritueux Southern Wine & Spirits of America pour promouvoir une consommation responsable au côté de l'association nationale à but non lucratif FAAR (Foundation for Advancing Alcohol Responsibility). L'ensemble de la force de vente de Pernod Ricard USA ainsi que plus de 1 000 commerciaux de Southern rendront visite à près de 15 000 détaillants et distribueront des documents à partager avec les consommateurs sur les programmes FAAR, y compris B4Udrink.org, ce dernier proposant des conseils pratiques sur l'influence de certains facteurs (morphologie, régime alimentaire) sur le niveau d'alcool dans le sang.

**ICAP : International Center for Alcohol Policies*

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 575 millions d'euros en 2012/13. 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, Campo Viejo et Graffigna. Le Groupe compte près de 19 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 80 « Sociétés de marchés » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext Paris (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Contacts Pernod Ricard

Sylvie MACHENAUD / Directrice Communication Externe
Carina ALFONSO MARTIN / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 42 74
+33 (0)1 41 00 43 42