

Communiqué de presse – 15 février 2021

## **D’Absolut à Perrier-Jouët en passant par Beefeater, Pernod Ricard dévoile ses innovations dans le cadre de sa feuille de route RSE à 2030**

Pernod Ricard est fier de dévoiler une série d’innovations allant de la vodka Absolut au champagne Perrier-Jouët en passant par le gin Beefeater, dans le cadre de sa feuille de route sociale et environnementale à 2030 « *Good Times from a Good Place* ». Tel que défini dans le pilier ‘Agir circulaire’, Pernod Ricard s’est engagé à ce que 100% de ses emballages soient recyclables, réutilisables, compostables ou biosourcés d’ici à 2025.

**Vodka Absolut** : La marque iconique de vodka suédoise vient de franchir une étape majeure en intégrant, avec quatre ans d’avance, 50% de matériaux recyclés dans sa célèbre bouteille en verre. Malgré les défis posés par un tel niveau de recyclage, la transparence du verre a été préservée grâce à l’étroite collaboration entre The Absolut Company et le verrier Ardagh Group. Cette réalisation intervient après le lancement d’une autre grande innovation, la bouteille en papier d’Absolut, un prototype préfigurant une future bouteille entièrement biosourcée capable de contenir des spiritueux. La bouteille est constituée à 57% de papier et à 43% de plastique recyclable. Un premier lot de 2 000 unités a été testé auprès des consommateurs au Royaume-Uni et en Suède. Ce prototype résulte de la collaboration avec Paboco (Paper Bottle Company), qui vise à créer une alternative durable aux contenants traditionnels. Cette entité regroupe des leaders du secteur des produits de grande consommation soucieux d’encourager l’innovation durable sur le marché de l’embouteillage et de bousculer les habitudes des consommateurs et des acteurs de l’industrie des spiritueux.

**Beefeater Gin** : Le gin le plus primé au monde vient de dévoiler une nouvelle bouteille 100% recyclable avec un capuchon en aluminium gaufré remplaçant l’ancien bouchon en plastique. L’étiquette en plastique a été abandonnée pour du papier au rendu artisanal et élégant, qui permettra d’économiser plus de 400 tonnes de plastique chaque année. La nouvelle bouteille, qui coïncide avec les 200 ans de savoir-faire de Beefeater en matière de distillation, vient d’être lancée en Espagne, le premier marché de la marque, et sera commercialisée dans le monde entier au troisième trimestre 2021.

**Perrier-Jouët** : Après deux ans de recherche et développement, le champagne de prestige du Groupe a lancé un nouveau coffret cadeau éco-conçu, entièrement composé de fibres naturelles provenant de forêts certifiées FSC. Alliant élégance et durabilité, ces nouveaux coffrets sont 30% plus légers que les anciens et ne contiennent aucune huile minérale. Ils sont entièrement et aisément recyclables.

*“La RSE est au cœur de la stratégie de Pernod Ricard et l’économie circulaire constitue un des piliers de notre feuille de route à 2030. L’innovation est cruciale pour limiter notre impact environnemental et à l’image d’Absolut, Perrier-Jouët et Beefeater, toutes nos marques sont mobilisées pour réduire les déchets et préserver les ressources naturelles en intégrant les atouts de l’économie circulaire »*  
déclare Vanessa Wright, Directrice RSE.

*\* Préserver pour partager*

Photos disponibles [ici](#)

### **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 Euro Stoxx 50.*

### **Contacts Pernod Ricard**

Julia Massies / Directrice, Communication Financière et Relations Investisseurs	+33 (0) 1 70 93 17 03
Charly Montet / Responsable Relations Investisseurs	+33 (0) 1 70 93 17 13
Emmanuel Vouin / Head of External Engagement	+33 (0) 1 70 93 16 34
Alison Donohoe / Responsable Relations Presse Internationale	+33 (0) 1 70 93 16 23