

Pernod Ricard annonce de nouveaux engagements pour lutter contre la consommation d'alcool des mineurs

Pernod Ricard, aux côtés des membres de l'International Alliance for Responsible Drinking (IARD), annonce aujourd'hui avec ses partenaires un ensemble de nouvelles mesures mondiales pour lutter contre la consommation d'alcool chez les mineurs.

Pernod Ricard et les plus grands producteurs mondiaux de bières, vins et spiritueux réunis au sein de l'IARD s'engagent à la mise en place de 5 actions concrètes, partout dans le monde, visant à combattre la consommation d'alcool des mineurs.

Afin d'empêcher que les mineurs consomment de l'alcool, la mesure la plus emblématique concerne l'apposition d'un logo ou d'une mention écrite de l'âge légal requis sur les étiquettes de toutes les boissons alcoolisées produites par Pernod Ricard et les membres de l'IARD d'ici 2024. Il s'agit là d'une des 5 actions concrètes annoncées ce jour.

1. Apposer un logo indiquant clairement l'âge légal requis sur tous nos produits,
2. Ne pas proposer aux mineurs d'extensions sans alcool de nos marques,
3. Renforcer les barrières digitales empêchant les mineurs de voir des contenus liés à l'alcool sur les réseaux sociaux,
4. Inviter les distributeurs et propriétaires d'établissements distribuant de l'alcool pour les aider à mieux identifier l'âge des consommateurs et clients,
5. Associer également tous les acteurs du e-commerce (vendeurs, agences et livreurs) à cet effort de prévention.

Engagé de longue date dans ce combat au niveau mondial, Pernod Ricard a fait de la consommation responsable une de ses priorités. Pionnier dans la généralisation du logo interdisant l'alcool aux femmes enceintes, le Groupe a conduit de multiples campagnes à travers le monde ces dernières années. Sur l'année 2019, Pernod Ricard a mené ou participé à 150 programmes de prévention à travers 72 pays. L'un des plus emblématiques reste son partenariat avec les étudiants Erasmus au travers duquel il a sensibilisé 400 000 étudiants depuis 10 ans grâce au programme *Responsible Party*.

En avril 2019, Pernod Ricard a lancé un plan de développement durable et responsabilité sociétale 2030, partie intégrante de son plan stratégique « *Transform & Accelerate* ». Cette feuille de route se

décline en huit engagements ambitieux, en ligne directe avec les Objectifs de Développement Durable (ODD) fixés par les Nations Unies. Deux de ces engagements à 2030 portent précisément sur la promotion de la consommation responsable, à savoir l'extension du programme *Responsible Party* pour sensibiliser au moins un million de jeunes et le déploiement par la totalité des filiales du Groupe d'au moins un programme local de lutte contre la consommation excessive d'alcool.

Ces initiatives interviennent alors que plusieurs indicateurs témoignent de progrès en matière de consommation chez les jeunes, dans le monde avec notamment un recul du nombre de la tendance du Binge Drinking, ou « biture express » (*Baromètre Santé Publique France publié en février 2019*) et une baisse de la consommation auprès des jeunes (*étude ESCAPAD 2017*).

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n°2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 9 182 millions d'euros en 2018/19. 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 à travers plus de 160 marchés, et dans 73 pays par ses propres forces de vente. L'organisation décentralisée du Groupe permet à ses 19 000 employés d'agir en tant que véritables ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique à trois ans « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour tous ses actionnaires. Le Groupe reste fidèle à ses trois valeurs fondatrices : l'esprit entrepreneur, la confiance mutuelle et un fort sens de l'éthique. Comme illustré par notre feuille de route à 2030 qui soutient les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies, « nous préservons pour partager ». 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 et est classé n°1 du secteur boissons par Vigeo Eiris. 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 de l'indice CAC 40.

A propos de l'IARD

L'Alliance internationale pour la consommation d'alcool responsable (IARD) est une organisation à but non lucratif consacrée à la lutte contre la consommation nocive d'alcool dans le monde et à la promotion d'une consommation d'alcool responsable auprès des consommateurs. L'IARD bénéficie du soutien de ses entreprises membres, issues de tous les secteurs de l'industrie de l'alcool réglementée - bière, vin et spiritueux - dans leur objectif commun visant à élaborer une solution pour réduire la consommation nocive d'alcool. Pour plus d'information sur notre engagement et nos actions, rendez-vous sur le site www.iard.org

Contacts Pernod Ricard

Emmanuel Vouin / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 04

Alison Donohoe / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 63