

## **Pernod Ricard lanza su nuevo modelo de sustentabilidad y responsabilidad 2030**

- *El grupo anuncia ocho compromisos a aplicar a nivel mundial.*
- *Entre sus acciones están el cuidado al medio ambiente, garantías de equidad entre sus colaboradores, así como el combate al uso nocivo del alcohol.*
- *“La sustentabilidad ha sido una parte importante de nuestro pasado, es una parte muy activa de nuestro presente y será un factor definitorio para el futuro, afirmó Alexandre Ricard, CEO de Pernod Ricard*

**Ciudad de México a 3 de abril de 2019.-** Pernod Ricard, el segundo productor y distribuidor de vinos y licores más grande del mundo, dueño de marcas como Absolut®, Jameson® y Chivas®, lanzó su estrategia 2030 en materia de Sustentabilidad y Responsabilidad (S&R), en línea con los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS) de las Naciones Unidas.

Como parte del plan estratégico del grupo, denominado ‘Transformar y Acelerar’, Alexandre Ricard, presidente y CEO de Pernod Ricard, dio a conocer la ruta que plasma ocho grandes objetivos a cumplirse en el 2030.

Los ocho nuevos objetivos de sustentabilidad y responsabilidad están contruidos en cuatro áreas clave: Cuidar y nutrir el *Terroir*, Gente, Economía Circular y ser siempre Anfitriones Responsables.

Estas cuatro áreas buscan atender asuntos que le conciernen al Grupo y a todo el mundo, como el cambio climático, los derechos humanos y el manejo adecuado y reducción de residuos. Cada pilar será cuantificado para asegurar un correcto monitoreo del progreso que se tenga.

### **Cuidar y nutrir el *Terroir***

Cada uno de los productos de Pernod Ricard toma su carácter del ecosistema en el que es producido. Esta área de compromiso se enfoca en nutrir cada uno de los terrenos y su respectiva biodiversidad, respondiendo a los retos ambientales del planeta.

1. Biodiversidad - Para el 2030, el 100% de las empresas del Grupo deberán contar con un proyecto estratégico de biodiversidad.
2. Agricultura regenerativa - Para el 2025, el Grupo desarrollará diversos proyectos piloto de agricultura regenerativa con sus propios viñedos en ocho regiones: Argentina, California, Cognac, Champagne, España, Australia, Nueva Zelanda y China, imitando los procesos naturales para mejorar la calidad de la tierra, los sistemas de riego y los ecosistemas. Para 2030, Pernod Ricard se habrá asociado con cerca de 5,000 productores para compartir sus hallazgos.

## Gente

La convivialidad se trata de compartir, de generar afecto y de preocuparse y respetar a la gente. Este compromiso está relacionado con el incremento de la diversidad y la equidad, así como el empoderamiento de toda la gente involucrada en la cadena de suministro.

3. Equidad y liderazgo a futuro - Para el 2022, el grupo tendrá igualdad de salarios en toda la extensión del negocio. Para el 2030, el equipo de alta dirección habrá logrado el balance de género. A lo que se suma que, para ese año, el 100% de los empleados habrá recibido entrenamiento adecuado, al menos cada tres años, para desarrollar nuevas habilidades.
4. Aprendizaje y conocimiento compartido - Para el 2030 el grupo entrenará a 10,000 *bartenders* para brindar a los consumidores una atención con enfoque sustentable, es decir, tomar en cuenta la no generación de residuos ni el uso de plástico. Es importante resaltar que este proyecto surgió de una activación internacional de una marca mexicana: Tequila Altos®.

## Economía Circular

Consientes de preservar los recursos que provee el planeta, y como alta prioridad, Pernod Ricard está comprometido con minimizar los residuos durante cada proceso de producción y distribución de sus productos, mediante acciones que optimicen y ayuden a preservar los recursos naturales.

5. Empaques y residuos - Para el año 2025 Pernod Ricard eliminará todos los productos promocionales hecho de plásticos de un solo uso, y el 100% de sus empaques estarán hechos de materiales reciclables, compostables, reutilizables y elaborados con productos biológicos. Adicionalmente, para el año 2030 el grupo probará cinco nuevas formas circulares para distribuir vinos y licores, promoviendo el aumento de las tasas de reciclaje en los 10 mercados más grandes que tengan bajos niveles de reciclaje.
6. Balance de agua y huella de carbono - Para el 2030 el grupo busca tener un equilibrio en todas las cuencas acuíferas, reabasteciendo al 100% el consumo de agua en los sitios de producción. En relación con las emisiones de carbono, Pernod Ricard se compromete a reducir la emisión de carbono en un 50% para el 2030, por medio de lineamientos científicos.

## Ser siempre Anfitriones Responsables

Pernod Ricard está comprometido a luchar contra el uso nocivo del alcohol, con acciones y proyectos para un cambio significativo.

7. Consumo nocivo - Para el 2030, las empresas del grupo Pernod Ricard en todo el mundo tendrán que contar con al menos un programa para combatir el uso nocivo del alcohol, y que por supuesto pueda ser evaluado.
8. Fiestas responsables - Para el año 2030, Pernod Ricard expandirá a todo el mundo su programa de Fiestas Responsables, para impactar a por lo menos un millón de jóvenes, mayores de edad. El programa de Fiestas

Responsables fue creado hace 10 años en conjunto con la red estudiantil Erasmus para generar conciencia entre la comunidad estudiantil sobre el consumo responsable. Desde entonces ha generado un alcance de cerca de 400,000 estudiantes en Europa.

Adicionalmente a estos ocho compromisos, y como parte de la hoja de ruta 2030, Pernod Ricard también ha desarrollado planes para incluir la visión de derechos humanos de las Naciones Unidas, además de atender el buen manejo del agua y pasar a un modelo de energía completamente renovable.

Alexandre Ricard afirmó: “Nuestros 18,900 empleados son ‘creadores de convivialidad’. Somos anfitriones apasionados y huéspedes responsables. De los mejores lugares traemos grandes momentos (*Good times from a good place*), con el objetivo de compartir buenas experiencias entre todos nuestros consumidores; y al mismo tiempo buscamos crear y vender productos de la manera correcta. La sustentabilidad ha sido una parte importante de nuestro pasado, es una parte muy activa de nuestro presente y será un factor definitorio para el futuro”.

Vanessa Wright, VP de Sustentabilidad y Responsabilidad de Pernod Ricard, agregó: “Sabemos que nuestros clientes tienen la expectativa de que nuestras marcas sean responsables y respetuosas con el medio ambiente, valores que han estado en el ADN de nuestro negocio desde su creación. Estos objetivos 2030 nos permiten contar con una estructura enfocada en ayudar a atender algunos de los temas de sustentabilidad más importantes, y que nuestros consumidores disfruten nuestros productos en medio de un clima de sana convivencia”.

Pernod Ricard y sus marcas han tomado diversas acciones desde el 2010, tales como Chivas Venture y la alianza de Absolut® con Elyx® llamada ‘Agua para la gente’, generando un importante progreso hacia los objetivos de sustentabilidad de la empresa rumbo al 2020.

En los últimos ocho años, el 93% de las instalaciones de producción han obtenido la certificación ISO 14001, y el 95% de los viñedos están certificados de acuerdo con estándares de sustentabilidad. Adicionalmente, el grupo ha reducido su consumo de agua por litro de alcohol en un 20% y sus emisiones de carbono en un 30% por unidad de producción, mientras que los residuos han disminuido en 9,505 toneladas.

###

**Contacto de prensa**

Magdalena Arriaga  
Tel. 4444 0555 al 59 ext. 212  
Cel. 55 3964 3274  
Correo [marriaga@cuadrante.com.mx](mailto:marriaga@cuadrante.com.mx)

Carlos Alarcón  
Tel. 4444 0555 ext. 245  
Cel. 55 3743 8916  
Correo [calarcon@cuadrante.com.mx](mailto:calarcon@cuadrante.com.mx)