

## ASSEMBLEE GENERALE 2022

### Réponses du Conseil d'administration aux questions écrites des actionnaires

À l'occasion d'une assemblée générale, des questions écrites peuvent être adressées à la Société par ses actionnaires, dans les conditions établies par la loi et règlements applicables. Conformément à la législation en vigueur, la Société a choisi de publier sur son site internet les réponses apportées.

### Questions du FIR du 17 octobre 2022

#### ENVIRONNEMENT

##### Question 1

- 1. Vous êtes-vous engagés explicitement à aligner vos revenus et vos investissements (CAPEX/OPEX/R&D/fusions-acquisitions...) avec l'objectif de l'Accord de Paris qui vise un réchauffement limité à 1,5 °C ? Comment assurez-vous que ces revenus et investissements respectent cet objectif (merci de décrire les méthodologies utilisées) ? Quels sont les principaux plans d'actions et, le cas échéant, les montants d'investissement associés mis en place pour atteindre cet objectif à horizon court, moyen et long termes ?*

##### **Réponse PR :**

En juillet 2021, Pernod Ricard a rejoint la « Business Ambition for 1.5°C » pour aligner ses objectifs d'atténuation du changement climatique avec l'objectif des Accords de Paris : atteindre zéro émission nette d'ici 2050 afin de limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C.

Nous avons pour objectif de réduire d'ici 2030 nos émissions de CO2 sur les scopes 1 et 2 (en valeur absolue) de 54 %. Cet objectif est aligné sur le scénario 1,5 °C et va au-delà de l'objectif initial de réduction de 30 % soumis à la SBTi en 2019. Nous revoyons également notre objectif sur le scope 3 pour nous aligner avec un scénario plus ambitieux de 1,5°C sur la base des nouvelles directives SBTi et FLAG récemment publiées.

En ligne avec ces objectifs, le Groupe investit dans la transition énergétique de ses opérations en propre. Par exemple, Pernod Ricard investit dans des projets de décarbonation de ses principales filiales émettrices (notamment les distilleries) en Irlande, au Royaume-Uni ou encore au Canada. De la même façon pour notre scope 3, nous investissons dans des projets d'agriculture régénératrice et d'emballages durables, qui permettront de réduire les émissions de carbone de ces postes.

Nous développons également nos processus internes de fusions/acquisitions, afin de prendre en compte la maturité RSE de potentielles acquisitions.

Par ailleurs, dans le cadre de la taxonomie européenne, nos revenus et autres investissements type R&D et OPEX seront amenés à s'aligner de plus en plus avec cet accord pionnier de la finance durable. Si les premiers exercices de *reporting* nous permettront de mieux comprendre nos finances au sens durable comme défini par cette réglementation, les prochains nous permettront de nous assurer que nos dépenses et revenus soutiennent le Green Deal.

##### Question 2

- 2. Quel est le pourcentage de vos activités (exprimé en chiffre d'affaires, revenu net bancaire...) qui dépend directement de la biodiversité ? Quelles sont vos dépenses en faveur de la biodiversité ?*

**Réponse PR :**

Le Groupe est dans l'attente de la publication de l'acte délégué final de la Taxonomie Européenne sur les quatre derniers objectifs environnementaux. Ce texte viendra notamment structurer la notion de contribution à la préservation de la biodiversité. Il nous permettra de pouvoir communiquer de façon claire sur la part de notre chiffre d'affaires, CAPEX et OPEX éligibles à la Manufacture of Food & Beverage contribuant à la biodiversité, ainsi que sur la part alignée de ces mêmes postes de revenus et investissements, au travers d'une méthodologie unifiée et comparable entre les entreprises. Dans l'attente de ce texte, le Groupe poursuit sa stratégie biodiversité.

**Question 3**

3. *Listez les ressources naturelles stratégiques nécessaires à l'exercice de votre activité et/ou à celle de vos clients (eau, énergie, matériaux, etc.) ? Comment évaluez-vous et calculez-vous l'impact de la raréfaction de ces ressources sur vos modèles économiques ? Quelles actions mettez-vous en place pour lutter contre les difficultés d'approvisionnement et saisir les opportunités de développement de « modèles d'affaires circulaires » ? Quels sont vos objectifs en la matière ?*

**Réponse PR :**

**Ingrédients naturels**

Pernod Ricard produit et s'approvisionne en plus de 120 ingrédients d'origine naturelle provenant d'environ 70 pays. Au total, 3 millions de tonnes de matières premières agricoles sont utilisées pour produire les marques iconiques de Pernod Ricard, notamment diverses céréales (blé, orge, seigle, maïs, riz, sorgho), du raisin, de la canne à sucre, de l'agave, de la betterave sucrière et des ingrédients aromatiques (café, noix de coco, fenouil, anis étoilé, réglisse, genièvre, coriandre, gentiane et orange).

Pour appréhender les risques au sein des chaînes d'approvisionnement agricoles, répondre au devoir de vigilance et concrétiser son ambition de préservation de ses terroirs, le Groupe a mis en place un plan d'action à trois niveaux visant à cartographier ses ingrédients, identifier les risques liés à ses terroirs, et déployer des projets de biodiversité et d'agriculture régénératrice. Nous visons ainsi à atteindre :

- 100 % des matières premières clés produites ou approvisionnées selon des normes de développement durable sélectionnées d'ici 2030
- 100 % de filiales directes avec un programme d'agriculture régénérative ou de biodiversité en lien avec les terroirs prioritaires du Groupe d'ici 2030

En outre, nos objectifs sont également de tester des modèles locaux de cultures régénératives dans nos vignobles dans huit régions viticoles d'ici 2025 et de sensibiliser/former/accompagner 5 000 agriculteurs d'ici 2030. A date, ce sont près de 10 000 agriculteurs qui ont déjà été accompagnés.

**Eau**

L'eau est essentielle à l'élaboration des produits du Groupe. De l'irrigation des cultures à la transformation des matières premières, en passant par la distillation, l'assemblage des eaux-de-vie et la formulation des produits, l'eau est utilisée à toutes les étapes du cycle de vie du produit. Pernod Ricard a pour objectifs de :

- Réduire son utilisation d'eau de 20 % en intensité entre les exercices 2017/18 et 2029/30 ;

- Recharger 100 % de l'eau consommée dans les bassins-versants avec le même niveau de risque, pour les sites de production et sous-traitants d'embouteillage implantés dans des zones à risque élevé.

Pour réduire la consommation directe d'eau au niveau des sites de production, le Groupe concentre ses efforts sur deux axes principaux : (i) la mise en place de systèmes de mesure et de suivi de la consommation d'eau et (ii) l'identification de mesures d'économie, de réutilisation et de recyclage de l'eau. Pour les années à venir, le Groupe a consolidé les feuilles de route de réduction de l'eau des principales filiales contributrices et a identifié les plans d'investissement connexes pour atteindre les objectifs 2030.

Dans le cadre de son plan d'intéressement à long terme (LTIP) attribué au Top Management du Groupe, l'un des critères RSE est lié à la mise en œuvre de la feuille de route eau avec pour objectif de réduire de 20,9 % en intensité la consommation d'eau dans les distilleries du Groupe d'ici 2030.

Aussi, le Groupe a réaffirmé son engagement sur la préservation de l'eau au travers ses émissions Sustainability Linked Bonds (obligations liées au développement durable) en mars et octobre derniers, reliées à des indicateurs clés de performance environnementaux, incluant la réduction de la consommation en eau : réduire de 12,5 % en intensité la consommation d'eau des distilleries par unité d'alcool produite d'ici l'exercice 2024/25, et de 20,9% en intensité d'ici 2029/2030 sur le même périmètre.

### **Energie**

Les opérations de production de Pernod Ricard nécessitent l'usage d'énergie (électricité, gaz naturel, fuel, charbon, bioénergies...). Le Groupe a comme objectif d'atteindre 100% d'électricité d'origine renouvelable pour ses sites de production et bureaux administratifs.

Le Groupe travaille donc à réduire sa consommation d'énergie, et à améliorer la composition de son mix énergétique. Nous visons à réduire l'usage de combustibles fossiles, et favoriser une électricité d'origine renouvelable. Les principales actions et leviers identifiés sont le remplacement des chaudières par des unités à haute efficacité énergétique, le recyclage de la vapeur par la technologie de recompression mécanique des vapeurs (MVR), l'utilisation de biocarburants et de biomasse dans les distilleries, l'installation de panneaux solaires sur les sites et l'approvisionnement en électricité renouvelable via des contrats d'achat d'énergie et des certificats verts.

### **Emballages**

Le verre, les coffrets, caisses en cartons, bouchons/étiquettes/coiffes ainsi que le PET/Pouches & Bag in Box sont des ressources stratégiques pour le Groupe. Ce sont en effet des composants essentiels des emballages de nos produits.

Pernod Ricard s'est fixé les objectifs suivants :

- Depuis 2021, les objets publi-promotionnels du Groupe en plastique à usage unique sont interdits ;
- À partir de 2022 : 100% des nouveaux projets développés seront conformes aux directives internes du Groupe sur les emballages et objets publi-promotionnels durables ;
- D'ici 2025 :
  - 100 % des emballages et objets publi-promotionnels achetés seront réutilisables, recyclables ou compostables ;

- 50 % du verre utilisé pour nos produits sera d'origine recyclée (*post-consommation*), 25 % du PET utilisé sera d'origine recyclée et 100 % du carton utilisé sera d'origine certifiée, selon des normes garantissant une gestion durable des forêts ;
- D'ici 2030 : Pernod Ricard conduira cinq projets pilotes de R&D sur les méthodes circulaires de distribution des vins et spiritueux et des initiatives seront lancées afin de favoriser le recyclage dans dix marchés clés (Inde, États-Unis, Canada, Chine, France, Brésil, Espagne, Russie, Afrique du Sud et Pologne).

Pernod Ricard met en œuvre des principes d'écoconception lors des phases de développement des emballages et objets publi-promotionnels en veillant à les concevoir pour un usage durable. Ces directives internes ont été développées selon le modèle des 5R : Repenser, Réduire, Réutiliser, Recycler et Respecter. Le Groupe participe également à la mise en place de programmes locaux de collecte et de recyclage des emballages dans le but de minimiser les déchets finaux.

Par ailleurs, en 2022, Pernod Ricard est devenu partenaire de la Fondation Ellen MacArthur pour soutenir la transition vers une économie circulaire et cibler ses efforts.

### **Impacts de la raréfaction des ressources**

Dans le secteur agro-alimentaire, Pernod Ricard est particulièrement exposé aux conséquences du changement climatique : disponibilité et prix de certaines matières premières, prix de l'énergie et du carbone, augmentation de la demande, impacts sur les chaînes d'approvisionnement et les actifs de production, évolutions réglementaires et technologiques, etc.

Conformément aux recommandations de la TCFD, Pernod Ricard mène sa première évaluation de scénarios climatiques pour s'assurer que sa chaîne de valeur est résiliente aux impacts du changement climatique, et afin de quantifier l'impact du changement climatique sur son modèle d'affaires.

A date nous avons identifié 19 risques et opportunités sur l'ensemble de notre chaîne de valeur et avons quantifié les impacts financiers pour un échantillon de 6 risques et opportunités à l'aide de scénarios à court, moyen et long terme.

Ces travaux nécessitent du temps, étalé sur plusieurs exercices, afin de structurer au mieux l'approche de quantification des risques, et pouvoir communiquer au mieux sur l'impact des risques sur nos modèles économiques. Nous espérons pouvoir publier nos premières conclusions dès l'exercice fiscal 2022/23.

## SOCIAL

### Question 4

4. *Quel est la proportion de vos mandataires sociaux et de vos salarié.e.s (répartis par typologie) concernés par l'intégration de critères environnementaux et sociaux (E&S) dans la détermination de leur rémunération variable (bonus, rémunération de long terme, intéressement...)?*

*Quels organes de gouvernance sont chargés du choix et de la validation de ces critères E&S ?*

*Comment s'assurent-ils que ces critères sont à la fois pertinents, suffisamment incitatifs et corrélés aux objectifs à atteindre pour mener à bien la stratégie environnementale et sociale du groupe ?*

*(Merci de préciser les critères extra-financiers retenus pour les mandataires sociaux et pour les salarié.e.s).*

### **Réponse PR :**

La rémunération variable du PDG et du Top Management du Groupe inclut des critères environnementaux et sociaux. Pour le PDG ces critères sont fixés par le Conseil d'administration. Pour le Comex, ils sont fixés par le PDG. Pour les autres salariés du Groupe, ces critères sont définis par le manager sur la base des recommandations fixées par la Direction de la Responsabilité Sociétale et Environnementale du Groupe.

Par ailleurs, les actions de performance attribuées dans le cadre des plans d'intéressement à long terme au Top Management du Groupe incluent 4 conditions liées à la responsabilité sociétale et environnementale (Eau, Carbone, Collaborateurs et Consommation Responsable) fixées par le Conseil d'Administration.

Pour assurer la pertinence de ces critères en regard de notre stratégie RSE « Good Times from a Good Place », de nombreux experts internes ont été consultés : Ressources Humaines, Opérations, Affaires Publiques, RSE... Les critères retenus, alignés avec nos objectifs à horizon 2030 et nos différentes roadmaps, sont les suivants :

- **Carbone** : mise en œuvre de la feuille de route de réduction des émissions de CO2 directes générées par nos sites (scope 1 & 2) afin de réduire de 54% le montant des émissions carbone en valeur absolue ;
- **Eau** : mise en œuvre de la feuille de route dont l'ambition est de réduire la consommation d'eau de nos distilleries de 20,9 % d'ici 2030 en intensité ;
- **Consommation responsable** : les marques stratégiques de Pernod Ricard lanceront des campagnes marketing centrées sur la consommation d'alcool responsable, avec un objectif de montée en puissance chaque année sur les 5 prochaines années ;
- **Collaborateurs** : objectif d'atteindre la mixité hommes-femmes dans notre Top Management (au moins 40 % de chaque genre) d'ici 2030.

### **Question 5**

5. *Quels enseignements tirez-vous des nouveaux modes d'organisation du travail liés à la pandémie du Covid-19 (travail à distance, digitalisation des modes de communication, flexibilité accrue...) mis en place dans votre entreprise en termes d'impacts sur les conditions de travail ? Comment votre stratégie Ressources Humaines intègre-t-elle aujourd'hui ces nouveaux modes d'organisation ? Quel dialogue social a été mené sur le sujet (accords, réflexion partagée sur l'avenir du travail...), et ce dans l'ensemble de vos métiers et zones d'implantation ?*

#### **Réponse PR :**

Le contexte de pandémie a contribué à accélérer la mise en place de modes de travail hybrides. Les ressources digitales ont été renforcées (suite Microsoft Office 365, utilisation de solutions de e-signatures, etc.) ; les collaborateurs et les managers ont été formés à ces nouvelles formes de collaboration. En tant que créateurs de convivialité, le Groupe Pernod Ricard continue d'investir dans des cadres « physiques » afin d'offrir des lieux de travail adaptés à toutes les formes de collaboration, comme en témoigne le site de The Island inauguré à l'été 2020 à Paris.

Dans le cadre de sa gestion décentralisée, il n'y a pas de règle Groupe mais l'organisation la plus fréquente propose aux collaborateurs jusqu'à deux jours de travail hors site pour les postes « télétravaillable ».

En outre, la notion de bien-être est au cœur de la stratégie RH et du dialogue social. De nombreuses initiatives ont été lancées par l'ensemble des filiales au sein du Groupe, avec par exemple le programme « Taking Care of Each Other ».

### **Question 6**

6. *De manière à pouvoir évaluer l'évolution d'une année sur l'autre, nous reposons la question posée en 2021 pour laquelle les réponses n'ont pas atteint un niveau estimé satisfaisant.*

*Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui laquelle ? Comment votre société s'assure-t-elle que ses salarié.e.s, mais aussi les salarié.e.s de ses fournisseurs, bénéficient d'un salaire décent ?*

#### **Réponse PR :**

La politique de rémunération prévoit l'application a minima des seuils locaux et recommande l'alignement aux pratiques de marché en matière de rémunération (obtenu par la comparaison régulière aux données de benchmark externes).

Les politiques de rémunération locales doivent être conçues pour être objectives, responsables, équitables et respecter le principe de l'égalité de rémunération entre hommes et femmes pour un travail de valeur égale.

Le Groupe s'est d'ailleurs fixé l'objectif d'atteindre l'équité salariale entre les hommes et les femmes au niveau du Groupe avant la fin de l'année 2022 ; objectif qui a été atteint cette année avec un an d'avance au niveau mondial.

En termes d'avantages sociaux, la politique du Groupe est également de se conformer à la réglementation locale et de mettre en place des régimes en ligne avec la pratique de marché locale (ou plus favorables).

10/11/2022

Le Groupe a par ailleurs mis en place une politique de couverture en cas décès toutes causes prévoyant le versement au minimum d'un an de salaire de base.

Le Groupe met également en œuvre une politique mondiale en matière de Droits de l'Homme, en ligne avec les principes ILO, OCDE, OIT... Cette politique se concentre en particulier sur les sujets de rémunération équitable, lutte contre le harcèlement, liberté d'association, travail forcé... Elle est disponible sur notre site internet : [Global Human Rights Policy \(pernod-ricard.com\)](https://www.pernod-ricard.com/global-human-rights-policy).

Par ailleurs, dans le cadre du processus Blue Source, les fournisseurs avec lesquels le Groupe travaille doivent également se conformer à des standards qui couvrent les principaux aspects RSE, y compris au regard des conditions de travail et droits de l'Homme. Ces Standards Fournisseurs sont consultables sur notre site internet : [Pernod Ricard Supplier CSR Commitment v2013 04 \(pernod-ricard.com\)](https://www.pernod-ricard.com/pernod-ricard-supplier-csr-commitment-v2013-04).

Enfin, notre objectif à horizon 2025 est de s'aligner sur les Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux Droits de l'Homme (UNGPs). Cela inclut la mise en place d'une procédure de diligence raisonnable dans l'ensemble des opérations du Groupe ainsi que le renforcement des processus d'achats responsables de Pernod Ricard.

### **Question 7**

7. *Périmètre France : en dehors des investissements en titres de votre entreprise, quelle part des fonds d'épargne salariale proposés à vos salarié.e.s est labellisée responsable (labels ISR, Greenfin, CIES ou Finansol) ? Comment expliquez-vous le maintien de fonds non responsables en l'absence de différence de rentabilité et alors que la Place de Paris est leader sur le sujet ?*

*Dans vos autres pays d'implantation : vos dispositifs d'épargne à l'intention de vos collaborateurs (retraite ou autres) intègrent-ils également des critères ESG ?*

*Comment le conseil d'administration ou de surveillance encourage-t-il la souscription de ces types de fonds d'épargne salariale ?*

### **Réponse PR :**

Au sein de notre Plan d'Epargne Groupe, nous proposons 3 fonds en complément des fonds investis en titres Pernod Ricard. Les 3 fonds ont des propositions ISR

- 1 fonds monétaire investi à 90% minimum en parts ou actions d'OPCVM ISR
- 1 fonds actions ISR
- 1 fonds mixte

Parmi ces 3 fonds :

- 1 fonds labellisé CIES (Comité Inter syndicale de l'Epargne Salariale) SFDR 9 et investi à 100% dans des valeurs respectant les critères ESG.
- 1 fonds mixte ayant une partie de ses encours (entre 5et 10% du fonds) qui finance les entreprises solidaires (label FINANSOL).

Par ailleurs, nous menons actuellement des réflexions concernant notre plan d'épargne retraite afin de renforcer le nombre de fonds responsables ou solidaires proposés à nos collaborateurs.

De manière générale, les plans d'épargne salariale/retraite varient d'un pays à un autres avec des diverses options de placement pour les collaborateurs, en titres Pernod Ricard (cela représente par exemple 84 % des encours pour la France, témoignant du niveau de confiance et d'engagement de nos collaborateurs pour le Groupe) ou sur des fonds monétaires ou mixtes et incluant des fonds responsables.

### **GOUVERNANCE**

### **Question 8**

8. *Publiez-vous une charte détaillant vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Si oui, comment cette responsabilité fiscale s'intègre-t-elle plus largement au sein de votre responsabilité sociale ? Le conseil revoit-il et approuve-t-il cette charte ? Rendez-vous compte annuellement de l'application des principes de cette charte au travers d'un rapport de responsabilité fiscale ? Ce rapport détaille-t-il les impôts payés pays par pays ?*

### **Réponse PR :**

Nous ne publions pas de charte détaillant nos engagements en matière de responsabilité fiscale mais la politique fiscale et la gouvernance fiscale font partie de nos pratiques éthiques présentées dans l'URD que nous vous invitons à consulter.



Par ailleurs, nous publions le montant total de la contribution fiscale du Groupe et respectons les obligations de reporting pays-par-pays prévues par la législation fiscale. En revanche, nous ne détaillons pas de façon anticipée le montant de notre charge fiscale pays-par-pays dans la mesure où il s'agit d'une information commercialement sensible mais nous nous y conformerons au moment où la réglementation l'imposera.

### **Question 9**

9. *Publiez-vous une charte de lobbying\* responsable ?*

*Êtes-vous membres d'associations professionnelles dont certaines positions sont controversées au regard de l'intérêt général ? Si oui, quelles actions menez-vous pour réorienter les positions de ces associations ?*

*Quels moyens (humains et financiers) consolidés (i.e. sur l'ensemble de votre périmètre géographique) allouez-vous à la représentation d'intérêt ?*

*\* « Le lobbying – ou la représentation d'intérêts – joue en effet un rôle croissant dans l'élaboration de la décision publique. Les organisations concernées (entreprises, organisations professionnelles, associations, acteurs publics...) y consacrent du temps et des budgets importants. Lorsqu'il est conduit avec intégrité et que son usage est rendu clair et transparent, le lobbying peut jouer un rôle positif et contribuer à apporter aux décideurs publics des éléments d'analyse permettant de nourrir leur réflexion. A contrario un lobbying non régulé peut entraîner des abus ayant pour effet des décisions répondant plus à des intérêts particuliers privés qu'à l'intérêt général. » (Transparency International).*

### **Réponse PR :**

Toutes nos pratiques de lobbying sont conduites de manière ouverte, transparente et éthique. Nos engagements et les principes généraux de notre organisation interne figurent sur notre site institutionnel, ainsi que dans la déclaration que nous avons signée avec d'autres entreprises engagées au sein de *Transparency International France* (cf site de cette dernière).

## **Question 10**

*10. La loi sur le devoir de vigilance prévoit l'élaboration du plan de vigilance en association avec les parties prenantes de la société, notamment les partenaires sociaux. De plus, l'une des mesures de ce plan consiste en la mise en place d'un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques, établi en concertation avec les organisations syndicales représentatives. Les organisations syndicales ont en effet une connaissance du terrain et la capacité d'alerter la société et de faire remonter des informations précieuses dans l'exercice du devoir de vigilance.*

*Comment votre Groupe intègre-t-il ses partenaires sociaux – aux niveaux local et global – aux différentes étapes de l'élaboration, de l'évolution et de la mise en œuvre de son plan de vigilance ? Quels moyens le Groupe leur apporte-t-il pour accomplir cette mission ? Comment les partenaires sociaux sont-ils associés au compte-rendu sur la mise en œuvre effective de ce plan de vigilance ?*

**Réponse PR :**

### **Devoir de Vigilance**

#### **Gouvernance**

Plusieurs Directions et groupes de travail sont impliqués dans l'identification et le suivi des risques liés aux activités du Groupe et de ses principaux fournisseurs et sous-traitants, ainsi que dans la mise en œuvre et le suivi des mesures. Les services concernés sont les Directions S&R, Achats, Ressources Humaines, Audit Interne, Opérations et Juridique.

Le comité RSE contrôle la mise en œuvre de la feuille de route du Groupe et ses progrès au regard des objectifs. Son rôle, au sein du Conseil d'Administration, est de suivre l'avancement de la feuille de route, de remettre en question les objectifs et d'en rendre compte à l'ensemble du Conseil.

Par ailleurs, la feuille de route Good Times from a Good Place intégrant nos engagements en matière de RSE est le fruit d'un long processus cumulant des entretiens et consultations de plus de 300 parties prenantes internes et externes à l'échelle internationale, ainsi que d'experts. Plus de 20 ateliers ont été organisés avec des représentants de Sociétés de Marques, de Sociétés de Marchés, des Régions, du Siège et du Top Management.

Nous déployons des plans d'actions spécifiques pour chaque sujet des piliers de notre stratégie, et mettons en place différents moyens pour assurer la mise en œuvre du Devoir de Vigilance. Nos actions phares et notre Plan de Vigilance sont disponibles dans notre [Document d'Enregistrement Universel](#).

Le Groupe a également mis à jour en 2022 son Code de Conduite des Affaires, disponible en ligne également : [Code de Conduite des Affaires \(pernod-ricard.com\)](#). Il comprend toujours, en particulier, une section sur la lutte contre la corruption et l'intégrité des affaires en général. Le nouveau Code couvre également d'autres sujets tels que le droit de la concurrence, la prévention des délits d'initiés et des conflits d'intérêts, mais aussi la santé et la sécurité, la diversité et l'inclusion, la prise de parole sur les réseaux sociaux, l'éthique des données, le harcèlement, la confidentialité, le développement durable et la responsabilité. Il fournit des conseils pratiques sur la manière de se comporter en situations réelles et indique à qui s'adresser en cas de doute.

#### **Mécanismes d'alerte**

S'agissant des mécanismes d'alertes, la loi relative au devoir de vigilance impose en effet la mise en place d'un dispositif d'alerte interne destiné à permettre le recueil des signalements émanant

d'employés et portant sur l'existence de violation des droits protégés par la loi (i.e. les risques d'atteintes envers (i) les droits de l'homme et les libertés fondamentales ; (ii) la santé et la sécurité des personnes ; et (iii) l'environnement). Par ailleurs, cette loi prévoit l'obligation de consulter les organisations syndicales lors de la mise en place du dispositif d'alerte.

A cet égard, le Groupe Pernod Ricard a :

- opté pour une mutualisation des dispositifs d'alerte exigés par cette loi et la loi Sapin 2, de telle sorte que le dispositif d'alerte global (dénommé « Speak Up ») couvre notamment les risques d'atteintes à la probité et ceux relatifs aux droits humains, à la santé et à la sécurité au travail, ainsi qu'à l'environnement ;
- rendu le dispositif accessible par Internet ou téléphone, 24/7, dans une grande variété de langues, garanti la confidentialité et l'anonymat (lorsque la législation locale le permet) afin d'encourager les parties prenantes de Pernod Ricard à faire part de leurs préoccupations, entre autres, sur toute question liée à la corruption ou toute violation des règles énoncées dans le Code de conduite des affaires du Groupe ;
- ouvert ce dispositif d'alerte et de recueil des signalements non seulement aux employés du Groupe Pernod Ricard mais également aux parties prenantes externes affectées par ses activités (actionnaires, prestataires, fournisseurs, etc.) ;
- initié la mise en place du dispositif d'alerte Speak Up en 2018 et a consulté à ce titre les organisations syndicales représentatives au niveau du groupe et des filiales concernées. Il est fait mention de ce dispositif dans les règlements intérieurs des différentes filiales françaises, conformément à l'article 4 de la loi n° 2022-401 du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte.

### **Fournisseurs – Amont (Agriculture)**

Le Groupe travaille en étroite collaboration avec ses agriculteurs, ses fournisseurs et les communautés pour développer des pratiques d'agriculture durable et régénérative dans ses terroirs, y compris ses propres vignobles, afin de :

- protéger les écosystèmes, favoriser la biodiversité et le capital naturel (sauvage ou cultivé) en protégeant les habitats et chaînes trophiques ;
- lutter contre le changement climatique, en réduisant ses émissions de gaz à effet de serre et en explorant les puits de carbone potentiels au sein de ses filières agricoles. Cela passe également par l'adaptation de ses cultures et de ses pratiques agricoles ;
- soutenir les communautés agricoles et les petits exploitants, afin de :
  - o développer les pratiques durables,
  - o améliorer les moyens de subsistance,
  - o accroître l'accès à la santé et à l'éducation, et, plus globalement, responsabiliser les populations locales.

En 2020, Pernod Ricard a déployé ses Principes Clés d'Agriculture Durable dans l'ensemble du Groupe. Ce document présente un ensemble de bonnes pratiques pour guider l'ensemble des filiales dans la gestion des paysages, de la biodiversité, de la santé des végétaux et la vie des sols, l'eau, les droits humains et les relations avec les fournisseurs. Il couvre les différents contextes et systèmes agricoles, dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue.

Par ailleurs, nous cartographions les risques de nos terroirs, à commencer par nos terroirs prioritaires (représentant 92% de nos achats « Wet Goods » en 2021/22). Une fois nos terroirs cartographiés, des

plans d'actions sont déployés et reportés annuellement pour assurer le bon suivi de nos obligations de vigilance.

De plus, Pernod Ricard entend certifier toutes ses matières premières clés selon des normes de développement durable reconnues. Un outil d'analyse comparative des meilleures normes a été créé par le Groupe, conformément aux Principes Clés d'Agriculture Durable. Cependant, le Groupe offre l'opportunité également à ses filiales de développer leurs propres normes avec l'aide des partenaires locaux. Toutes ces normes doivent ensuite être vérifiées par des tiers. Les normes sont sélectionnées afin de couvrir la plupart des risques de niveau élevé et moyen identifiés grâce à la cartographie des risques menée sur chaque terroir. Cette démarche a été conçue sur mesure pour chaque terroir en tenant compte des cultures locales, des habitudes de travail, mais aussi du potentiel de transformation des pratiques.

Enfin, pour accompagner le parcours dédié aux terroirs prioritaires définis dans le cadre de sa stratégie S&R, Pernod Ricard a décidé de rejoindre le mouvement français PADV (Pour une Agriculture Du Vivant). En 2021, le Groupe est devenu la première entreprise partenaire de l'initiative Agriculture and Land Health initiative de l'UICN, qui vise à construire un mouvement mondial pour une agriculture durable et régénérative et à créer des indicateurs pour suivre les progrès.

#### **Fournisseur – Aval (Emballages, POS, VAPs – inclut aussi nos matières premières agricoles en plus du process ci-dessus)**

Le processus Blue Source mis en place à l'échelle du Groupe permet aux filiales d'appliquer la stratégie d'Achats Responsables au niveau local, avec leurs fournisseurs et sous-traitants :

- **Standards Fournisseur** : à signer par tous les fournisseurs et sur la plateforme Partner Up. Le document est disponible sur notre site internet [Pernod Ricard Supplier CSR Commitment v2013 04 \(pernod-ricard.com\)](https://www.pernod-ricard.com/fr/fr/actualites/2013/04/standards-fournisseur). Le but est d'accroître la sensibilisation :
  - o aux droits de l'homme et au droit du travail ;
  - o à la santé et à la sécurité ;
  - o à l'impact environnemental ;
  - o à la consommation responsable ;
  - o à l'intégrité et aux pratiques commerciales équitables.

Ce document couvre des engagements relatifs au « respect des droits à la terre et à l'eau des communautés », à la « réglementation environnementale », au « bien-être animal », ainsi qu'à l'« évasion fiscale ».

Par ailleurs, le Groupe en a profité pour conduire une action de sensibilisation auprès des fournisseurs et les inciter à en faire de même. Pernod Ricard suspendra les transactions (matières premières humides et sèches) et les principaux fournisseurs indirects (POS/VAP) qui ne signeraient pas la version mise à jour.

- **Outil de cartographie des risques** pour chaque filiale afin d'identifier les fournisseurs (matières premières humides et sèches, POS/VAP) et les sous-traitants devant être évalués en priorité en fonction de critères prédéfinis :
  - o société de production ou de service ;
  - o taille de l'entreprise ;
  - o pays d'implantation et empreinte ;
  - o chiffre d'affaires ;
  - o dépendance du fournisseur vis-à-vis de la filiale ;
  - o dépenses annuelles ;

- o criticité du produit ;
- o risques sociaux, environnementaux et de chaîne logistique du fournisseur.
- **Évaluation de la durabilité à l'aide de la plateforme EcoVadis** basée sur quatre grands thèmes: environnement, social, éthique et chaînes d'approvisionnement.

Pernod Ricard demande la réévaluation annuelle de ses fournisseurs à risque élevé et tous les deux ans pour les fournisseurs à risque moyen. L'objectif est d'identifier les domaines à améliorer et de réexaminer l'efficacité de leurs plans d'action.

- **Réalisation d'audits sociaux et éthiques selon les standards SMETA** (Sedex Members Ethical Trade Audit) et tout autre audit similaire couvrant les mêmes critères d'analyse.

Début 2022, pour renforcer le programme Achats Responsables et permettre à Pernod Ricard d'atteindre les objectifs de la feuille de route S&R 2030 du Groupe, l'entreprise a décidé de lancer le « projet Amazone ». Il vise à améliorer la gestion des risques liés aux achats et la création de valeur S&R que le programme peut apporter. Ce projet se décompose en deux phases :

1. un diagnostic ayant pour objectif de comprendre la maturité du programme, de challenger le modèle existant et de dégager des meilleures pratiques et recommandations adaptées à l'organisation de Pernod Ricard ;
2. une phase de préparation à la mise en œuvre du nouveau modèle Achats Responsables de Pernod Ricard au cours de l'exercice 2022/23.

Le projet Amazone aspire à transformer le modèle Achats Responsables de Pernod Ricard en termes de périmètre, de méthodes, de technologies utilisées et de ressources impliquées.

### **Nos Employés et nos Opérations**

Le Groupe a publié en 2019 plusieurs politiques applicables pour ses employés. Ces documents présentent nos engagements, priorités et actions à mettre en œuvre en matière de Santé-Sécurité, d'Environnement mais aussi de Droits Humains, Diversité & Inclusion... Les politiques sont accessibles à tous sur l'intranet Pernod Ricard, comme sur notre site internet :

- [Pernod-Ricard-Global-Environmental-Policy.pdf](#)
- [Global Human Rights Policy \(pernod-ricard.com\)](#)
- [Pernod-Ricard-Health-Safety-Policy\\_FR.pdf](#)

Les collaborateurs de Pernod Ricard sont les premiers et meilleurs ambassadeurs de la consommation responsable. Le Groupe mobilise ses collaborateurs dans le monde entier avec l'objectif commun de réduire l'usage nocif de l'alcool et de promouvoir une consommation responsable. Le Groupe vise à former l'ensemble de ses effectifs à la consommation responsable d'alcool, et ses vendeurs et ambassadeurs de marques à la vente responsable d'alcool.

### **Consommateurs**

Le Groupe s'efforce de lutter contre la consommation d'alcool des mineurs en veillant à ce que ses produits ne soient pas vendus ou mis à la disposition de personnes en état d'ébriété. Dans ce cadre, il joue un rôle très actif dans l'élaboration des normes mondiales de l'IARD pour la vente en ligne et la distribution d'alcool.

Pernod Ricard s'est également engagé à être un leader du secteur au niveau du renforcement des normes de marketing responsable des boissons alcoolisées. Par conséquent, le Groupe a étendu son approche rigoureuse de la publicité traditionnelle à la publicité en ligne, à travers les Digital Guiding

Principles (DGP) sur les plateformes les plus utilisées (Facebook, Instagram, Twitter et Youtube) ainsi que sur les sites web. L'audit externe mandaté en 2022 a couvert un périmètre de 1 032 URL, et conclut sur un niveau de conformité de 95% aux DGPs de l'IARD.

En outre, le Groupe met également à disposition sur son site internet son [Code de Communication Commerciales \(CCC\)](#). En place depuis 2007 et mis à jour en 2020-21, il va au-delà du Code de la publicité et de la communication marketing de la Chambre de commerce internationale. Il s'assure que les communications commerciales du Groupe n'encouragent ni ne tolèrent aucune consommation irresponsable ou utilisation abusive de quelque manière que ce soit.

Depuis deux ans, Pernod Ricard s'est associé à l'Institut des Nations unies pour la formation et la recherche (UNITAR) pour déployer le programme de formation Autosobriety, visant à fournir aux acteurs de la sécurité routière des outils pédagogiques afin de sensibiliser aux risques de l'alcool au volant et contribuer à la prévention et à la réduction des accidents de la route liés à l'alcool.

De plus, Pernod Ricard est convaincu que l'information est essentielle pour permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés et responsables en matière de consommation d'alcool. À cette fin, le Groupe s'engage à fournir aux consommateurs une information de qualité sur le contenu de ses produits, les risques potentiels pour la santé liés à la consommation d'alcool et des informations pertinentes sur la consommation responsable. L'un des engagements du Groupe porte par exemple sur la création d'une étiquette digitale pour ses produits : chaque bouteille des marques du Groupe portera un QR code sur sa contre-étiquette d'ici 2024. Scannée avec un appareil mobile, elle redirigera directement les consommateurs vers une étiquette digitale porteuse d'informations sur :

- les risques sanitaires liés à la consommation d'alcool ;
- les recommandations de consommation modérée d'alcool propres à chaque pays ;
- la liste des ingrédients et la valeur nutritionnelle complète du produit ; ainsi que
- d'autres informations pertinentes sur la consommation responsable.

Tous les contenus disponibles seront adaptés aux spécificités locales et seront accessibles dans la langue locale.

Par ailleurs, un outil Groupe permet d'enregistrer et de suivre en temps réel les réclamations qualité des consommateurs. La filiale concernée est immédiatement informée afin que des mesures correctives puissent être prises. En cas de problème grave de sécurité des produits, le système informe également immédiatement le Siège. Cela permet une réponse rapide. Chaque filiale dispose d'une procédure de gestion de crise. C'est notamment le cas pour le risque sanitaire des produits impliquant, si nécessaire, un rappel de produit. Ces procédures donnent périodiquement lieu à des tests, à des formations des personnes impliquées et à des mises à jour. Les indicateurs de qualité, y compris la fréquence des plaintes, sont présentés à la Direction.