



Die neue Roadmap ist Teil der Gesamtstrategie der Gruppe und beinhaltet acht konkrete Ziele bis 2030.

03.04.2019 08:15 CEST

Pernod Ricard stellt die neue Strategie für Nachhaltigkeit und Verantwortung vor

Köln, 03. April 2019. Der Premium-Spirituosen-Anbieter Pernod Ricard, Nummer zwei der Welt im Bereich Wein und Spirituosen, stellt heute seine neue Strategie für mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung vor. In einem Live-Broadcast aus der Cognac-Destillerie in Martell präsentieren Alexandre Ricard, Chairman and Chief Executive Officer, und Vanessa Wright, VP Sustainability & Responsibility bei Pernod Ricard, die Strategie, an die ehrgeizige und ambitionierte Ziele bis 2030 geknüpft sind.

Alle Interessierten können den **Live-Broadcast** heute am **03.04.2019 von 11:00 bis 12:00 Uhr (MEZ)** unter folgendem [LINK](#) verfolgen.

Im Anhang dieser Pressemitteilung finden Sie detaillierte Informationen zur neuen Strategie für mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung.

Verantwortung übernehmen und leben

Verantwortung und Nachhaltigkeit stehen bei Pernod Ricard bereits seit der Gründung im Fokus. Paul Ricard eröffnete vor über 50 Jahren das Paul Ricard Oceanographic Institute, das noch heute eine führende Position im Bereich Meeresschutz innehat. Seit Jahrzehnten engagiert sich die Gruppe in Fragen der verantwortungsvollen Vermarktung und der Nachhaltigkeit. Im Rahmen des bisherigen Nachhaltigkeitsplanes verzichtet die Gruppe beispielsweise seit letztem Jahr auf Plastikstrohhalm, konnte seit 2010 den Wasserverbrauch um 17 % pro produziertem Liter reduzieren und die CO₂-Emissionen um 27 % pro Produktionseinheit senken.

Die neue Roadmap ist Teil der Gesamtstrategie der Gruppe. Sie beinhalten acht konkrete Ziele bis 2030, die zur Unterstützung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) beitragen. Die acht Ziele werden von vier elementaren Säulen getragen und teilen sich in folgende Schlüsselbereiche auf:

- Schutz von Anbaugebieten
- Wertschätzung von Menschen
- Zirkuläre Herstellung
- Verantwortungsbewusste Vermarktung

Alle vier Säulen umfassen die wesentlichen Themen wie Klimawandel, Menschenrechte und Abfall, mit denen Unternehmen und Gesellschaften heutzutage weltweit konfrontiert sind. Zudem beinhaltet jede Säule messbare Ziele bis 2030, um die Überprüfung des Fortschritts zu gewährleisten. Ganz konkret bedeutet das zum Beispiel, dass der Konzern im Bereich Verpackungen den Energieverbrauch und überflüssiges Verpackungsmaterial deutlich reduziert und sich im Kampf gegen Alkoholmissbrauch mit weitreichenden und öffentlichkeitswirksamen Programmen stark macht.

„Unsere 18.900 Mitarbeiter sind alle „Createurs de Convivialité“. Dies steht zum einen für unsere Arbeitsweise, beschreibt aber auch unseren offenen Umgang mit Kunden, Partnern und das tägliche Miteinander innerhalb des Unternehmens. Wir wollen Menschen zusammenführen, echte Momente und Lebensfreude für unsere Verbraucher schaffen und dabei gleichzeitig unsere

Produkte verantwortungsvoll herstellen und vermarkten. Wir alle sind lediglich Gäste auf unserem Planeten und so ist bei Pernod Ricard Nachhaltigkeit ein wesentlicher Teil unserer Vergangenheit, unserer Gegenwart und ein entscheidender Faktor für die Gestaltung unserer Zukunft“, sagt Alexandre Ricard, Chairman and Chief Executive Officer, Pernod Ricard.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.914 Mitarbeitern in 86 Filialen Spirituosen, Weine und Champagner. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium Marken wie z.B. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu, Lillet und Monkey 47. Der Erfolg des Marktführers in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter. Ein vertrauensvoller und transparenter Umgang miteinander steht für die Gruppe Pernod Ricard an erster Stelle. Die alle zwei Jahre stattfindende Mitarbeiterbefragung ergab, dass 94% der Mitarbeiter stolz darauf sind bei Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten. Darüber hinaus empfehlen 88% der Mitarbeiter Pernod Ricard als guten Arbeitgeber (Willis Towers Watson Survey, 2017).

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de