Pernod Ricard. Sì alla distribuzione responsabile di bevande alcoliche

pernod-087017a7

Pernod Ricard ha annunciato il coinvolgimento della sua forza vendita nella promozione dei principi fondamentali della distribuzione responsabile delle bevande alcoliche. L'obiettivo? Coinvolgere i retailers (bar, hotel, ristoranti e supermercati) nella promozione dei principi del bere piacevole sulla base delle linee guida emanate dalle autorità sanitarie. I rivenditori, che operano a livello locale e sono in contatto permanente con i consumatori, hanno infatti un ruolo chiave nel promuovere una vendita responsabile di bevande alcoliche. Grazie ad una forza vendita integrata, che vanta 5.500 rappresentanti di commercio in tutto il mondo, saranno distribuiti direttamente più di 500.000 opuscoli sul tema del consumo responsabile.

Per Pernod Ricard, l'educazione dei consumatori in modo diretto e la loro sensibilizzazione sono i prerequisiti per combattere comportamenti ad alto rischio. E' quindi fondamentale coinvolgere in questa iniziativa coloro che sono più vicini al consumatore come i barman, i camerieri e i responsabili cassa.

"La distribuzione responsabile è il primo passo verso un consumo responsabile. Per questo vogliamo sostenere tutti i nostri partner nel loro sforzo quotidiano di promozione di un consumo responsabile dei nostri prodotti", ha dichiarato Alexandre Ricard, Presidente e CEO di Pernod Ricard.

Pertanto, oltre 500.000 opuscoli saranno distribuiti direttamente ai rivenditori da parte dei 5.500 rappresentanti di vendita del Gruppo sparsi in 85 filiali. Questi volantini sottolineano in modo semplice ed essenziale questi 8 principi fondamentali:

1. Vietare la vendita di alcolici ai minori;

2. Evitare la vendita di alcol a soggetti in stato di ebbrezza;

3. Scoraggiare la guida in stato di ebbrezza;

4. Informare le donne in stato di gravidanza sui rischi connessi al consumo di alcol;

5. Non incoraggiare un consumo eccessivo attraverso promozioni o offerte inappropriate;

6. Assicurarsi che le degustazioni di alcolici in occasione di eventi promozionali in negozi non siano offerte ai minori;

7. Educare e formare i team sulla vendita e sul consumo responsabile;

8. Verificare l'età degli acquirenti al momento dell'acquisto on-line.

Il Gruppo ha deciso di pubblicare questo manuale durante il 5° Responsib'All Day, evento che coinvolge tutti i 18.000 dipendenti di Pernod Ricard: in questa giornata tutto il personale sospende il proprio lavoro per condurre una serie di iniziative che puntano a promuovere il consumo responsabile. Negli ultimi 5 anni hanno incontrato i consumatori, i distributori e altre figure per inoltrare il 5 impegni assunti nel mese di ottobre 2012 da parte di 13 aziende leader del settore. Durante la Conferenza internazionale ICAP - ora IARD * - tali impegni vennero accompagnati da un ambizioso programma di misure per il periodo 2013-2017 che i firmatari si impegnarono a realizzare. Ciascuno di essi è tenuto a presentare alla comunità internazionale una relazione annuale sui risultati raggiunti. Il 17 giugno 2015 verrà presentato alla stampa un rapporto sui 5 impegni, aggiornato alla fine del 2014, alla presenza di Alexandre Ricard.

Come promemoria, gli impegni sono:

1. Ridurre il consumo alcolico dei minori;

2. Ridurre il consumo durante la guida;

3. Rafforzare e ampliare i codici di buone pratiche riferite al marketing;

4. Fornire informazioni ai consumatori e sviluppare innovazioni di prodotto responsabili;

5. Ottenere il sostegno degli esercenti per ridurre l'abuso di alcol.

Il Gruppo organizza decine di campagne di sensibilizzazione ogni anno nella maggior parte dei suoi mercati: ad esempio sono state lanciate 90 campagne, la maggior parte in collaborazione con le autorità pubbliche o sanitarie.

In Italia, Pernod Ricard ha preso parte, insieme ad altri leader nella produzione e distribuzione di bevande alcoliche, alla terza edizione di “Conoscere l’alcol”, la campagna sociale di sensibilizzazione

sul consumo responsabile di bevande alcoliche in linea con gli obiettivi del Programma “GUADAGNARE SALUTE”, promosso dal Ministero della Salute per incentivare stili di vita salutari. Obiettivo dell’iniziativa, che si svolge tra i mesi di giugno e luglio 2015 e punta a sensibilizzare circa 3 milioni di persone, è incrementare l'informazione e responsabilizzare i cittadini sul consumo consapevole di bevande alcoliche. “Conoscere l’alcol” coinvolgerà 150 ipermercati e supermercati Simply-Auchan diffusi su tutto il territorio nazionale, dove saranno distribuiti materiali informativi. Sono poi previste 23 giornate di sensibilizzazione con personale appositamente formato, in cui i consumatori verranno sensibilizzati ad adottare stili di consumo responsabile e ad evitare comportamenti pericolosi.

* IARD: International Alliance for Responsible Drinking – per maggiori informazioni si prega di visitare i siti: www.iard.org e www.responsibledrinking.org.

Pernod Ricard Italia

Pernod Ricard Italia, filiale italiana del Gruppo Pernod Ricard, è tra i leader nella vendita e distribuzione di vini e liquori. Il suo portfolio comprende alcuni tra i marchi più prestigiosi come ABSOLUT vodka, whisky scozzesi come Chivas Regal, Ramazzotti, The Glenlivet e Ballantine's, Jameson Irish whiskey, gin Beefeater, rum Malibu, il liquore al caffè Kahlúa e lo champagne GH Mumm. Pernod Ricard Italia promuove un consumo responsabile dei propri prodotti.

Pernod Ricard

Pernod Ricard è il secondo player mondiale di vini e spiriti con un fatturato consolidato di € 7.945 milioni nel 2013/14. Creato nel 1975 dalla fusione di Ricard e Pernod, il Gruppo ha subito conosciuto uno sviluppo sostenuto, grazie sia alla crescita organica sia alle acquisizioni: Seagram (2001), Allied Domecq (2005) e Vin & Sprit (2008). Pernod Ricard detiene uno dei più prestigiosi portfolio marchi del settore: Absolut Vodka, pastis Ricard, gli Scotch Whiskey Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute e Glenlivet, l'Irish whiskey Jameson, il cognac Martell, il rum Havana Club, Beefeater gin, i liquori Kahlúa e Malibu, gli champagne Mumm e Perrier- Jouët, e inoltre i vini Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo, Graffigna e Kenwood. Pernod Ricard impiega una forza lavoro di circa 18.000 persone e opera attraverso una organizzazione decentrata, con 6 "Aziende di Marchio" e 80 "Società di mercato" presenti in ogni mercato chiave. Pernod Ricard è fortemente impegnata in una politica di sviluppo sostenibile e sostiene un consumo responsabile. La strategia e l'ambizione di Pernod Ricard si basano su tre valori chiave che guidano la sua espansione: spirito imprenditoriale, fiducia reciproca e un forte senso etico.