

Pour Absolut, les partenariats et les financements verts seront la clé de l'atteinte des objectifs de réduction de CO₂

Afin d'atteindre ses objectifs de réduction des émissions de CO₂ à l'horizon 2030, The Absolut Company mise sur l'innovation, en collaboration avec ses partenaires, et imagine de nouveaux moyens pour financer des projets durables malgré une conjoncture économique mondiale difficile et incertaine.

11 Janvier 2023 : Dans le cadre de la publication ce jour de son rapport sur le développement durable pour l'exercice 2021/22, The Absolut Company estime que les partenariats et les financements verts auront un rôle crucial à jouer dans l'atteinte des objectifs de réduction des émissions de carbone, et ce malgré la conjoncture actuelle. Trois ans après le début de la pandémie, l'industrie des spiritueux poursuit son rebond dans un contexte de fragilité des chaînes d'approvisionnement, de crise énergétique, d'inflation galopante et de hausse des taux d'intérêt.

Ce rapport précise que les objectifs de réduction des émissions fixés par la feuille de route 2030 d'Absolut Vodka sont en passe d'être atteints, et que les deux autres grandes marques de The Absolut Company, Kahlúa et Malibu, ont franchi des étapes majeures dans ce domaine. Des progrès obtenus notamment grâce aux partenariats et aux collaborations engagés depuis de nombreuses années par ces marques en matière d'agriculture, de conditionnement et de logistique.

Stéphanie Durroux, Présidente-Directrice générale de The Absolut Company, déclare : « Le développement durable reste une priorité pour notre entreprise, quelque soient les défis économiques, logistiques et géopolitiques auxquels nous sommes tous confrontés. Certains événements, comme la crise énergétique en Europe, ont amené une plus grande prise de conscience du changement climatique ; comme le souligne notre rapport sur le développement durable, nous sommes plus déterminés que jamais à répondre à ces enjeux. L'année écoulée a confirmé l'importance fondamentale, pour la résilience et la croissance de l'entreprise, de notre stratégie en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Comme l'indique notre rapport, nous collaborons étroitement avec l'ensemble de nos partenaires : agriculteurs, ONG, fournisseurs... Et grâce à ces relations établies de longue date, nous sommes bien placés pour atteindre nos objectifs de réduction des émissions. »

Points clés du rapport sur le développement durable de l'exercice 2021/22 :

Absolut Vodka en bonne voie pour proposer un produit neutre en carbone d'ici 2030 La production de la vodka Absolut, déjà neutre en carbone (Scopes 1 et 2), est parfaitement engagée pour atteindre la neutralité carbone d'ici 2030 (Scopes 1, 2 et 3), son principal site de production émettant 98 % de CO₂ que la moyenne*. Ses bouteilles emblématiques sont désormais composées à 53 % de verre recyclé, ce qui participe au développement de l'économie circulaire et réduit l'utilisation de matières premières vierges. En parallèle, une meilleure collaboration avec les producteurs de blé suédois et la hausse de leur rémunération permettent d'augmenter les rendements, d'améliorer la santé des sols et de lutter contre la perte de biodiversité.

Un partenariat innovant dans le domaine de l'hydrogène

La publication de ce rapport, qui couvre l'exercice de l'entreprise clos à fin juin 2022, intervient quelques semaines à peine après qu'Absolut Vodka [ait annoncé une initiative révolutionnaire](#) avec Ardagh Glass Packaging, portant sur l'utilisation d'un four à verre alimenté en partie par de l'hydrogène pour produire des bouteilles à grande échelle. Une initiative décisive afin d'accélérer cette évolution profonde et surmonter les défis auxquels sont confrontés tous les verriers et acheteurs de verre en matière de développement durable. L'entreprise a pu financer ce projet vert grâce aux quotas d'émissions excédentaires accumulés par sa distillerie de Nöbbelev, l'une des plus performantes au monde sur le plan énergétique.

Kahlúa : 100 % de son café provient désormais du projet « Coffee for Good ».

La plus grande marque de liqueur de café au monde a franchi une étape importante dans sa volonté de transparence et de traçabilité au niveau de sa chaîne d'approvisionnement. Pour ce faire, la marque a cartographié chaque étape de sa chaîne d'approvisionnement afin d'identifier tous les risques éventuels. Aujourd'hui, son ingrédient clé, le café arabica, bénéficie d'une traçabilité totale et provient exclusivement de communautés agricoles mexicaines participant à son initiative « Coffee for Good ». Le principal objectif de ce projet, lancé en collaboration avec une ONG locale en 2016, est d'aider à pérenniser ces communautés. 704 agriculteurs ont déjà été formés, 161 réservoirs d'eau ont été installés et plus de 213 500 caféiers ont été plantés.

Malibu : des bouteilles en PET contenant à présent 30 % de plastique recyclé

Pernod Ricard s'est fixé comme objectif d'intégrer un minimum de 25 % de plastique recyclé à ses emballages d'ici 2025. Malibu a atteint, et même dépassé, cet objectif quatre ans avant la date prévue : ses bouteilles contiennent ainsi actuellement 30 % de plastique recyclé. Les actions de Malibu en matière de développement durable comprennent notamment un partenariat avec Plastic Bank, qui contribue à la mise en place d'une filière de recyclage du plastique aux

Philippines (troisième pays au monde pour les rejets de plastique dans l'océan) tout en améliorant la qualité de vie des populations locales. La réussite de cette collaboration a été telle que le partenariat a été prolongé d'une année.

Stéphanie Durroux, ajoute : « La conclusion de partenariats avec des entreprises et organismes partageant les mêmes valeurs, et ayant le courage de prendre des décisions audacieuses pour financer des initiatives vertes innovantes, s'avèrera de plus en plus cruciale dans notre dynamique de réduction des émissions de CO₂. »

Ce rapport sur le développement durable 2021/22, qui contient un compte-rendu détaillé et transparent des progrès de The Absolut Company au regard de ses engagements, structurés autour de quatre piliers (préserver nos terroirs, valoriser l'humain, agir circulaire et être responsable), est à télécharger [ici](#).

FIN

Pour plus d'informations, obtenir des contenus ou demander une interview, veuillez contacter :

theabsolutcompany@mcsaatchi.com

Notes aux rédacteurs :

* Selon l'étude comparative de la BIER (Beverage Industries Environmental Roundtable) sur la base de données de 2020

** Pour plus d'informations sur la stratégie RSE de Pernod Ricard, veuillez consulter le document d'enregistrement universel disponible [ici](#).

A propos de The Absolut Company

The Absolut Company a pour mission, dans le monde entier, d'assurer la production, l'innovation en matière de conditionnements et le marketing stratégique des marques Absolut Vodka, Malibu et Kahlúa. Absolut Vodka figure dans le top 10 des marques internationales de spiritueux. Chaque bouteille d'Absolut Vodka provient d'une seule origine : Åhus, ville du sud de la Suède. Malibu est le numéro un mondial des spiritueux à base de rhum aromatisés à la noix de coco. La liqueur de café Kahlúa est le leader mondial de sa catégorie. Le portefeuille de la société Absolut comprend également la marque Åhus Akvavit. L'espace visiteurs, Absolut Home, situé à proximité immédiate du principal site de production de la vodka Absolut, a ouvert ses portes en 2018. Le siège social est situé à Stockholm (Suède). Stéphanie Durroux est Présidente-Directrice générale de The Absolut Company, qui fait partie du groupe Pernod Ricard, deuxième producteur mondial de vins et de spiritueux (source : IWSR).

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 10 701 millions d'euros en 2021/22. Le Groupe, qui possède 17 des 100 premières marques mondiales de spiritueux, dispose de l'un des portefeuilles les plus prestigieux et les plus diversifiés du secteur avec plus de 240 marques premiums distribuées dans plus de 160 marchés. Le portefeuille de Pernod Ricard comprend 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, ou les champagnes Mumm et Perrier-Jouët. Fidèle à sa feuille de route RSE « Préserver pour Partager », le Groupe s'est donné pour mission de cultiver la magie des relations humaines dans une approche durable, responsable et créatrice de valeur sur le long terme. Son organisation décentralisée permet à ses 19 480 salariés d'agir comme les ambassadeurs d'une convivialité inclusive et porteuse de sens. Mettant en œuvre son plan stratégique Transform & Accelerate, Pernod Ricard s'appuie désormais sur sa « Plateforme de convivialité », nouveau modèle de croissance rentable permettant une constante adaptation aux besoins des consommateurs grâce à l'utilisation des données et de l'intelligence artificielle. Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie des indices CAC 40 et Eurostoxx 50.