



Pernod Ricard

Les étiquettes digitales Pernod Ricard

Une solution innovante développée
par Pernod Ricard pour mieux
informer les consommateurs et
leur permettre de faire des choix
responsables.



Dossier de presse
Mars 2023



De quoi s'agit-il ?

Il s'agit d'un système d'étiquetage digital destiné à mieux informer les consommateurs sur les produits qu'ils achètent et à leur permettre ainsi d'effectuer des choix éclairés et responsables.

Les étiquettes digitales de Pernod Ricard seront les premières déployées à l'échelle mondiale, et sur l'ensemble de ses produits, par un groupe de vins et spiritueux.

Une initiative engagée

Cette initiative s'inscrit dans notre engagement de longue date pour la promotion d'une consommation responsable d'alcool. En effet, en tant qu'acteur majeur du secteur des vins et spiritueux, nous avons conscience que nous avons un rôle clé à jouer, en contribuant concrètement à la lutte contre l'abus d'alcool et en informant nos consommateurs sur nos produits et la façon de les consommer de manière responsable.

Cette initiative répond aussi aux attentes des consommateurs qui souhaitent plus de transparence sur les produits qu'ils achètent.

Grâce à l'étiquetage digital, Pernod Ricard ouvre la voie à un système d'étiquetage centré sur les consommateurs en leur fournissant des informations détaillées sur ses produits, afin de les aider à faire des choix éclairés lorsqu'ils consomment des boissons alcoolisées.

Une initiative collaborative et évolutive

Nos étiquettes digitales s'inscrivent dans le cadre du programme « U-Label » mis en place par les associations européennes des professionnels du vin et des spiritueux, qui permet aux acteurs du secteur de communiquer, numériquement, par le biais d'un QR code, des informations sur la composition de leurs produits et la consommation responsable.

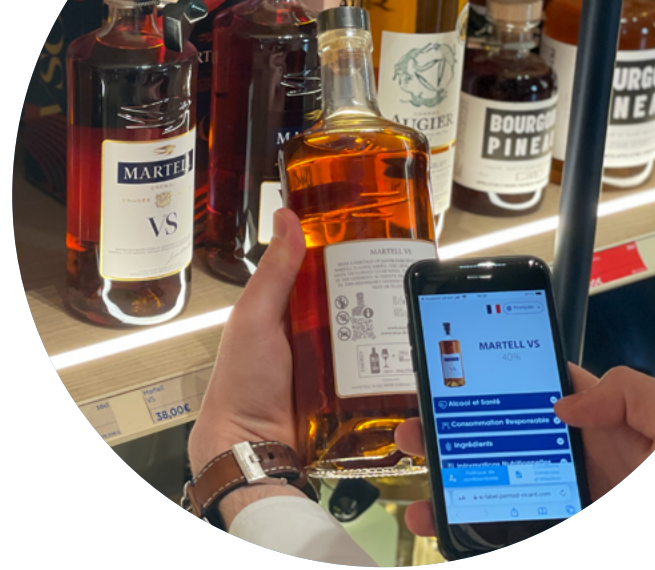
Les équipes de Pernod Ricard ont collaboré avec leurs homologues européens pour créer la plateforme « U-Label », et Pernod Ricard a décidé d'aller plus loin avec ses étiquettes

digitales, en les déployant à l'échelle mondiale et en partageant des informations complémentaires sur la consommation responsable.

Pernod Ricard poursuit son approche collaborative avec les acteurs de la filière comme avec les consommateurs pour pouvoir faire évoluer et améliorer son étiquette digitale et en préserver ainsi la pertinence dans le temps.

Une simplicité d'usage

L'utilisation de l'étiquette digitale est très simple : chaque bouteille commercialisée par les marques de Pernod Ricard affichera bientôt un QR code sur sa contre-étiquette. Une fois celui-ci scanné avec un smartphone, les consommateurs seront redirigés vers une plateforme géolocalisée, disponible en langue locale, où ils auront accès à des informations claires et pertinentes sur le produit et sur la façon de le consommer de manière responsable.



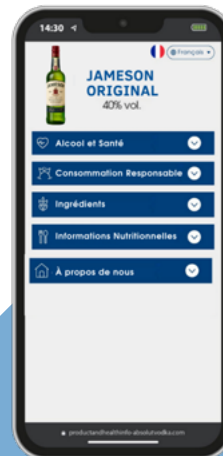
La confidentialité des données est une priorité

Les utilisateurs ne recevront aucune publicité ciblée après avoir scanné le QR code. Les étiquettes digitales ne contiennent aucune information marketing.

Un cookie analytique léger, conforme aux exigences en matière de confidentialité des données, fournit uniquement des statistiques sur le nombre de visites effectuées sur la plateforme pour nous permettre de mesurer la performance des étiquettes digitales. Les utilisateurs peuvent refuser le cookie à tout moment.

Les informations fournies par nos étiquettes digitales

- **Des informations sur les risques de santé potentiels liés à la consommation d'alcool**, ainsi que des sites des autorités de santé du pays où le consommateur se trouve, permettant de trouver des informations complémentaires sur le sujet ;
- **Les repères nationaux de consommation à moindre risque** du pays où le consommateur se trouve, tels que des repères de consommation d'alcool journaliers/hebdomadaires, la définition d'un verre standard, les personnes ne devant pas consommer d'alcool, ainsi qu'un lien vers un site d'information des consommateurs ;
- **La liste complète des ingrédients** du produit ;
- **Les tableaux nutritionnels complets** par portion et par 100 ml, lorsqu'autorisés ;
- **Un renvoi vers les sites internet** de Pernod Ricard et de la marque scannée ;
- Bientôt, des **informations sur la durabilité** de nos produits.





Des informations sur mesure dans la langue locale

Grâce à la géolocalisation, nous pouvons fournir des informations spécifiques à chaque pays, telles que les sites web locaux de santé publique et les repères nationaux en matière de consommation d'alcool à moindre risque.

En effet, il n'existe pas de consensus international en matière de consommation d'alcool, mais de nombreux pays dans le monde ont publié des repères officiels sur la consommation d'alcool à moindre risque afin d'aider les adultes qui consomment de l'alcool à comprendre les effets que cela peut avoir sur leur santé.

Nos étiquettes digitales sont disponibles dans la langue locale, avec une traduction en anglais toujours disponible.



Les avantages de l'étiquette digitale

- Combinée à la technologie de la géolocalisation, elle permet de fournir **du contenu adapté au contexte local** ;
- Elle offre **infiniment plus de souplesse** que les étiquettes classiques, en permettant notamment de mettre facilement les informations à jour, en temps réel ;
- Elle est largement **entrée dans la vie quotidienne des consommateurs** qui sont aujourd'hui de plus en plus familiarisés avec des QR codes devenus très présents sur les produits de grande consommation.

Calendrier de déploiement

Les étiquettes digitales sont en cours de déploiement et nous avons pris l'engagement d'ajouter un QR code sur toutes nos étiquettes **d'ici 2024**.

Le déploiement a commencé en 2023, avec une phase pilote en Europe, portant sur une sélection de marques internationales stratégiques du Groupe.

Les étiquettes digitales, une solution d'avenir

L'étiquetage digital fournira aux consommateurs, dans le monde entier, un outil unique leur apportant plus de transparence et leur permettant d'effectuer des choix de consommation éclairés.

Nous sommes convaincus qu'à terme, l'étiquetage digital s'imposera au sein de la filière comme le support universel permettant de communiquer des informations précises, pertinentes et utiles aux consommateurs.