



RÉMY COINTREAU

DÉVELOPPEMENT DURABLE
2003|2004



SOMMAIRE

1 Message du Président

2 Pour un comportement responsable

- L'engagement éthique
- Fédérer et piloter les initiatives

3 Des marques inscrites dans la durabilité

- Un équilibre fondamental
- La valeur du temps
- Comme fil conducteur

4 Cinq thèmes cinq priorités pour un comportement responsable

- Éthique marketing et commerciale
- Viticulture
- Qualité/Sécurité/Environnement
- Relations Fournisseurs
- Ressources Humaines

5-10 Bilan des actions et objectifs

- Direction du Développement Durable
 - Former, sensibiliser
 - Communiquer
 - Une politique volontariste et une stratégie évolutive
 - Actions futures : des objectifs précis
- Éthique marketing et commerciale
 - La responsabilité au centre des actions de communication et de prévention
 - Actions futures : la circulation accélérée des informations
- Viticulture
 - Les actions pour une viticulture raisonnée
 - Actions futures : une implication régionale renforcée
- Qualité/Sécurité/Environnement
 - Actions prioritaires
 - Des résultats en phase avec la législation internationale
 - Actions futures : des actions à impact fort
- Relations Fournisseurs
 - Des engagements clairs et partagés
 - Innovation et environnement
 - Actions futures : toujours plus d'exigence
- Ressources Humaines
 - L'équité sociale
 - Le développement personnel et l'évolution professionnelle
 - La concertation collective et le dialogue social
 - Actions futures : aller plus loin

11 Les termes de l'engagement responsable de Rémy Cointreau

12 Glossaire



FAIRE VIVRE NOS ENGAGEMENTS

La réputation de Rémy Cointreau repose sur la longue tradition de qualité qui accompagne l'histoire de chacune de ses marques.

Qu'il s'agisse de Rémy Martin, de Cointreau, de Bols, de Mount Gay Rum ou encore de Charles Heidsieck et de Piper-Heidsieck, la même exigence est à l'origine de leur notoriété et de leur succès.

et d'un Comité pour le Développement Durable opérant à tous les niveaux de nos différentes activités : production, élaboration, innovation, distribution et communication.

Partisan d'une autorégulation, le groupe est membre de *The Amsterdam Group* (TAG), association européenne créée par des acteurs

“Le comportement du Groupe relève d'une éthique qui l'engage sur le long terme.”

Le respect dû aux consommateurs, le souci de préserver l'environnement et de favoriser un bon climat social sont les fondements mêmes qui ont permis à chacune de nos marques de se développer à travers le monde. La conscience aiguë que nous avons du sens de la responsabilité nous prédispose naturellement à répondre aux attentes croissantes de la société civile et des pouvoirs publics concernant l'impact de nos activités.

Par son adhésion à la Charte Global Compact, Rémy Cointreau s'est engagé à respecter et à appliquer par des actions spécifiques les grands principes fondamentaux du développement durable. La volonté de renforcer nos pratiques pour un engagement toujours plus responsable s'est exprimée par la création d'une Direction

majeurs de notre secteur et relayée en France par l'association Entreprise et Prévention. Nous avons voulu prolonger et préciser ces engagements collectifs en nous dotant d'une Charte de Communication Responsable.

Aujourd'hui amplifié et formalisé, le comportement de Rémy Cointreau relève d'une éthique qui l'engage sur le long terme, mobilise chacun de ses collaborateurs et l'inscrit dans un processus dynamique d'amélioration continue, garant de sa propre durabilité et de celle du monde qui l'entoure.

Dominique Hériard Dubreuil
Président du directoire

POUR UN COMPORTEMENT RESPONSABLE



Rémy Cointreau a toujours affirmé sa volonté d'allier sa performance économique à ses responsabilités sociétales et environnementales. Cet engagement, partagé par l'ensemble de ses collaborateurs, a fondé l'identité du Groupe dont les marques leaders sont des exemples de durabilité. Il relève d'un processus dynamique d'amélioration continue et d'un esprit d'innovation qui inscrivent Rémy Cointreau dans la pérennité.

L'engagement éthique

En 2003, Rémy Cointreau souscrivait officiellement au respect des principes énoncés par la Charte Global Compact à propos des grands sujets du développement durable. Élaborée à la suite d'une proposition du secrétaire général des Nations unies, M. Kofi Annan, la Charte Global Compact se réfère aux valeurs définies par la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, ainsi qu'aux recommandations du Bureau International du Travail et de la Conférence de Rio. Par leur adhésion, ses signataires s'engagent à agir selon les objectifs éthiques retenus et à publier annuellement leurs résultats.

Fédérer et piloter les initiatives

La création, en 2003, d'une Direction et d'un Comité pour le Développement Durable confirme la volonté de Rémy Cointreau de renforcer son implication traditionnelle dans les attentes environnementales, sociétales et économiques, clairement exprimées par la société civile et contemporaine, à travers le monde.

Relayant la stratégie managériale du groupe, la Direction et le Comité ont pour mission de proposer, de développer, d'actualiser un ensemble d'actions définies après expertises. La cohérence de l'ensemble des activités du groupe, exclusivement dans l'univers des vins et spiritueux, lui permet de pratiquer une transversalité naturelle dans l'application de ces différentes actions – de la chaîne d'élaboration jusqu'à la mise en marché.

Cette nouvelle organisation formalisée par un programme et des objectifs explicitement définis, exige de chacun des collaborateurs du Groupe une vigilance accrue et un engagement personnel. Les résultats, contrôlés par exemple à l'aide de références externes telles que les accréditations ISO sur les sites de production, relèvent d'un système d'autoévaluation placé sous la responsabilité de la Direction et du Comité pour le Développement Durable.

DES MARQUES INSCRITES DANS LA DURABILITÉ

Bols, 1575 ; Mount Gay Rum, 1703 ;
Rémy Martin, 1724 ; Piper-Heidsieck, 1785 ;
Cointreau, 1849 ; Charles Heidsieck, 1851 ;
Metaxa, 1888...

L'ancienneté des marques phares du Groupe démontre leur capacité à traverser les siècles, à surmonter les aléas historiques et à accompagner, en l'enrichissant, l'évolution du goût à travers le monde. Parmi les facteurs qui ont inscrit ces marques dans la durée, la volonté de ne proposer que des produits de qualité a toujours été essentielle. Elle appartient à la culture inhérente à ces grandes marques et demeure, plus que jamais, un critère déterminant dans le choix des consommateurs.



Un équilibre fondamental

La recherche de qualité suppose qu'à tous les niveaux des procédés d'élaboration soit observé un certain nombre de règles. Si, au cours de leur histoire, chacune des marques du Groupe a su installer des pratiques fondées sur le respect des consommateurs, elles ont, simultanément, mis en place les éléments essentiels à une logique économique qui a fait ses preuves sur le long terme. Ainsi, le sens de la préservation de l'environnement sur les sites de production et la détermination de toujours favoriser le dialogue social ont pleinement participé à leur expansion dans la durée.

La valeur du temps

C'est une entité à part entière, essentielle à la pérennité des marques. Elle privilégie, en l'affinant continuellement, le sens des métiers, des gestes et du savoir-faire.

Comme fil conducteur

Chez Rémy Martin, le choix de limiter la contenance des alambics de petites capacités et de conduire la double distillation sur des lies obéit à la seule volonté d'obtenir des eaux-de-vie de qualité, parfaitement équilibrées, exprimant la quintessence des arômes de la Grande Champagne et de la Petite Champagne (les 2 premiers crus de Cognac utilisés par Rémy Martin). Pour Charles Heidsieck, les années de vieillissement dépassent largement celles requises par la législation, dans le seul but de ne transmettre que le meilleur des vins de champagne.

Prendre le temps, c'est aussi laisser, durant trois ans minimum, le bois des chênes du Limousin à l'air libre, sous forme de merrains, avant de les façonner en fûts qui enrichiront de leurs arômes exclusifs les cognacs Rémy Martin.

CINQ THÈMES – CINQ PRIORITÉS POUR UN COMPORTEMENT RESPONSABLE

Identifiés par les huit membres experts qui composent le Comité pour le Développement Durable, cinq thèmes d'actions portant sur l'ensemble des activités ont été validés. Ils soulignent l'implication quotidienne et régulière du Groupe dans sa stratégie pour un comportement responsable. Le Comité assure le suivi régulier de la réalisation des objectifs déclinés pour chacun des cinq thèmes retenus.

Éthique marketing et commerciale

Coordinateurs :

XAVIER DESAULLES (chef de produit cognac)

JEAN-PIERRE LACARRIÈRE (directeur des affaires publiques)

L'implication de Rémy Cointreau dans le domaine des spiritueux a, très tôt, conduit le Groupe à adopter une politique responsable tant auprès de ses clients que de ses collaborateurs. Soutenus par des actions préventives, relayés par une communication pertinente, les messages du thème "éthique marketing et commerciale" veulent prévenir tout comportement à risques.

Viticulture

Coordinateur :

RÉGIS CAMUS (directeur vignobles et vins de Champagne)

Respecter, préserver et améliorer l'environnement sur les sites de production ont conduit le Groupe à pratiquer progressivement une viticulture raisonnée sur les différentes propriétés des sites de Cognac et de Reims. Elle est associée à des actions visant à gérer la consommation de l'eau, garantir la qualité de l'air, optimiser l'utilisation des énergies, limiter et recycler les déchets. Après des formations spécifiques, ces méthodes seront progressivement adoptées par les partenaires viticulteurs.

Qualité/Sécurité/Environnement

Coordinateurs :

CHRISTIAN LAFAGE (directeur du développement durable et responsable QSE Groupe)

BRUNO MORTIER (directeur industriel – Angers)

Valeur fondatrice sur laquelle chacune des marques a bâti sa notoriété, la qualité renvoie naturellement à l'exigence de sécurité envers les consommateurs et au respect de la source même des activités : l'environnement immédiat.

Conforter la maîtrise de la qualité, assurer la sécurité industrielle et alimentaire, renforcer les actions portant sur la préservation de l'environnement, telles sont les missions de la structure Qualité/Sécurité/Environnement.

Relations Fournisseurs

Coordinateur :

NICOLAS LEROY (directeur des achats Groupe)

Dans la logique de son adhésion à la charte Global Compact, le Groupe requiert de ses fournisseurs et prestataires de service le respect du droit international du travail et de la préservation de leur environnement. Ces engagements sont stipulés par l'ajout d'articles spécifiques aux contrats et par la réalisation d'audits permettant d'en vérifier la mise en œuvre.

Ressources Humaines

Coordinateurs :

JEAN-FRANÇOIS BOUEIL

(directeur des affaires sociales Groupe)

MAYANNE CHAUVET-VIODES

(directrice de la communication interne et institutionnelle)

La politique sociale menée par Rémy Cointreau s'appuie sur trois grands principes : l'équité sociale et le respect de chaque collaborateur, la reconnaissance des compétences de chacun, la concertation collective. Indispensables à la croissance de l'entreprise, ils favorisent l'expression de la créativité et soutiennent l'évolution des marques dans le respect attentif des lois sociales en vigueur dans les pays où elles sont implantées.

BILAN DES ACTIONS ET OBJECTIFS

Direction du développement durable

En 2003, la formalisation de l'engagement du Groupe pour un comportement responsable s'est traduite par la création d'une Direction du Développement Durable. Son objectif prioritaire est de partager l'ensemble des valeurs attachées à cette démarche avec l'ensemble du personnel et les partenaires extérieurs.

Former, sensibiliser

Un premier séminaire a réuni la direction du Groupe et les principaux directeurs de département. Il a été suivi par une série d'interventions sur les sites de production d'Angers, de Reims et de Cognac.

Site pilote depuis 2000 pour le management de l'environnement, le personnel d'Angers a bénéficié d'un important programme de formation (six cents heures) et de deux semaines de sensibilisation à l'environnement, axées en particulier sur la gestion de l'eau et des déchets. Une formation spécifique a été menée pour améliorer les performances requises par la certification ISO 14001. Après expertise, un programme de formations portant sur l'ensemble des critères du Développement Durable a été étudié pour être appliqué au site de Reims, en 2004.



Communiquer

La volonté de mobiliser l'ensemble des équipes autour des engagements pour un "comportement responsable" a fait l'objet d'un dossier publié en décembre 2003, dans la lettre interne distribuée à l'ensemble des salariés et d'une présentation aux cadres sur les sites d'Angers, de Cognac et de Reims.

Le devoir de partager l'ensemble de nos valeurs par nos équipes et par nos partenaires extérieurs, mais également de témoigner des bonnes pratiques du groupe, conduit à la publication annuelle d'un bilan traitant des actions réalisées et de celles à venir.

Une politique volontariste et une stratégie évolutive

La création de la Direction et du Comité pour le Développement Durable a permis de définir les grands axes de réflexion sur lesquels le Groupe souhaite s'engager ; ils se traduisent par des actions menées et contrôlées sur l'ensemble des activités.

Établie sur la pertinence des expertises, reposant sur la concertation avec l'ensemble des collaborateurs, mise en œuvre par des actions ciblées, cette stratégie évolutive permettra de renforcer l'identité et la pérennité du groupe, en veillant à sa propre durabilité et à celle du monde qui l'entoure.

Actions futures : des objectifs précis

Chacun des sites de production sera doté d'indicateurs Développement Durable, communs à l'ensemble du groupe, qui compléteront l'implantation de tableaux de bord destinés à vérifier la réalisation des objectifs. Les programmes de formation et de sensibilisation se poursuivront selon des thèmes prioritaires inhérents à la spécificité des sites. En complément de la brochure annuelle, un site intranet sera conçu et mis en place au cours de l'année. Le bilan annuel des actions entreprises sera également mentionné dans les Rapports Annuels de Global Compact et du groupe Rémy Cointreau.

CHARTRE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Nos 6 engagements

1 Consommation responsable

Le groupe Rémy Cointreau, conscient des risques liés à la consommation excessive d'alcool, notamment du risque de dépendance, s'engage à promouvoir une consommation responsable de ses produits, c'est-à-dire une consommation sans excès et conviviale. Le groupe Rémy Cointreau demande à ses équipes de s'interroger systématiquement sur la dimension responsable du message qu'elles communiquent et sur les types de médias utilisés.

2 Vertus particulières attribuées à l'alcool

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à ce que ses communications ne prêtent pas de vertus thérapeutiques à ses produits, ne suggèrent pas que l'alcool puisse améliorer les performances physiques, psychiques ou intellectuelles, et ne montrent pas explicitement qu'il puisse être un facteur de réussite sociale ou sexuelle.

3 Mineurs et autres populations vulnérables

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à ne pas cibler, directement ou indirectement, des populations en dessous de l'âge légal de consommation d'alcool. Ce principe conditionne de manière ferme le choix des supports médias, des actions de communication ou encore l'âge des acteurs dans nos communications. Le groupe Rémy Cointreau s'engage, par ailleurs, à identifier d'autres populations vulnérables à la consommation d'alcool et à mettre progressivement en œuvre des moyens pour ne pas les cibler.

4 Contenu en alcool

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à ne pas créer de confusion quant à la nature et au degré alcoolisé de ses produits, de façon à permettre au consommateur d'effectuer son choix en connaissance de cause.

5 Association à des situations à risque ou de violence

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à ne jamais associer ses marques à des situations à risque telles que la conduite routière, l'exercice d'un sport ou toute autre activité potentiellement dangereuse. Le groupe Rémy Cointreau s'engage également à ne pas associer la consommation de ses produits à des comportements violents.

6 Communication respectueuse

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à ce que ses communications ne portent pas atteinte à la dignité des femmes et des hommes et tiennent compte des normes de "goût ou de convenance" propres à ses marchés d'implantation.

Éthique marketing et commerciale

La responsabilité au centre des actions de communication et de prévention

Rassemblés dans la Charte de communication, les principes de responsabilité déterminent toutes les actions entreprises par les services marketing, leurs partenaires et les réseaux de distribution à travers le monde. Un guide d'utilisation aide à l'application interne de la Charte selon la spécificité des activités – commerciales, marketing, production et communication.

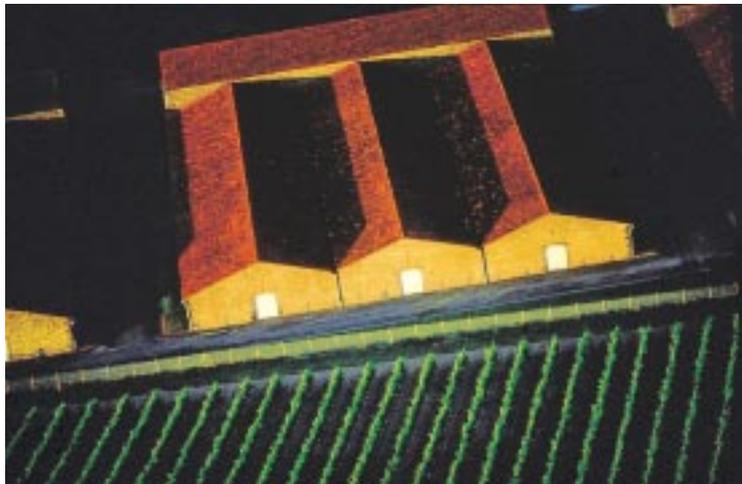
Créé cette année, le Comité de Communication Responsable, composé de 5 personnes, veille au respect de la Charte et fait autorité pour contrôler et valider toutes publicités, communications et opérations promotionnelles destinées au grand public. Sa mission consiste à définir les recommandations générales sur les sujets ayant trait à la santé, et aux actions de prévention auprès des jeunes.

La volonté d'encourager une consommation responsable implique depuis plusieurs années le Groupe au sein d'associations nationales (Entreprise et Prévention) et européenne (TAG). En cohérence avec cet engagement, Rémy Cointreau participe au financement du programme d'études sur la consommation des boissons alcoolisées chez les jeunes, dans le cadre du projet ESPAD mené par l'IREB.

Actions futures : la circulation accélérée des informations

La diffusion et l'application des principes définis par la Charte de Communication Responsable sera étendue à l'ensemble des services concernés au sein du Groupe et de leurs partenaires extérieurs (agences de publicité et de communication) au cours de sessions de formation et de sensibilisation. Le Comité de Communication Responsable bénéficiera des moyens nécessaires pour établir une circulation – rapide et efficace – des informations vérifiées et contrôlées au préalable par le tableau de bord " Indicateurs Éthique Marketing" .

Les équipements des installations des domaines – pressoirs (Reims), chais de vinification, cuveries et distilleries (Cognac) – sont progressivement adaptés aux méthodes de la protection de l’environnement.



Viticulture

Différentes actions ont été entreprises depuis plusieurs années sur les domaines et propriétés viticoles Rémy Cointreau, à Cognac et à Reims, pour pratiquer une viticulture respectueuse de l’environnement et en réponse à l’attente du consommateur.

Les actions pour une viticulture raisonnée

Elles concernent en premier lieu la préservation des sols et la protection des vignobles.

À Cognac, le tassement du sol occasionné par les travaux viticoles a été diminué par l’utilisation de matériel approprié. L’analyse des sols et des feuilles ont permis de réduire les apports d’azote de 50 %. L’achat d’une nouvelle machine à désherber a entraîné une baisse évaluée à 50 % de l’utilisation des herbicides.

À Reims, l’érosion des sols a été limitée par l’apport d’écorces d’essences résineuses, provenant des rejets d’une scierie.

La protection raisonnée du vignoble induit que soient favorisés des moyens naturels pour lutter contre les maladies de la vigne. L’implantation d’insectes prédateurs, la création de la confusion sexuelle pour empêcher le fléau des vignes – le papillon eudémis – de se reproduire font leurs preuves à Cognac et à Reims et ont permis de réduire d’environ 80 % l’utilisation des insecticides.

Les équipements des installations des domaines – pressoirs (Reims), chais de vinification, cuveries et distilleries (Cognac) – sont progressivement adaptés aux méthodes de la protection de l’environnement. Les premières réalisations concernent la gestion de l’eau (diminution de la consommation) et celle des déchets, en particulier à Cognac (circuit de traitement, reprise des surplus par des sociétés extérieures, diminution des rejets d’effluents, étude lancée pour la création d’une station d’épuration).

À Cognac, les sites appartenant au Groupe ainsi que les centres de pressurage à Reims bénéficient de l’accréditation HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) qui garantit la sécurité alimentaire.

Actions futures : une implication régionale renforcée

Les Propriétés de Rémy Cointreau à Cognac sont appelées à devenir les sites pilotes pour la mise en place d’une viticulture raisonnée à l’échelle des partenaires viticulteurs de la région. Les actions précédemment engagées seront complétées et renforcées.

L’engagement du Groupe sera élargi à une série d’actions pour recréer un environnement naturel propice à un développement équilibré et qualitatif du vignoble, mais également à sauvegarder l’identité paysagère de la région. Elles se manifesteront par le respect des haies et des arbres entourant les parcelles de vignes (protection des vents, lutte contre l’érosion des sols, préservation de la faune...), le parti pris de reboiser les berges de rivière, la protection de la faune et de la flore indigènes.

La maîtrise des cultures et des amendements sera renforcée par la pratique d’analyses réalisées sur l’ensemble des parcelles et par la localisation spécifique des apports azotés. Le Service de la Protection des Végétaux et les groupements de développement agricole apporteront leur soutien technique à la protection raisonnée du vignoble, en particulier, pour la détection des seuils d’apparition des maladies et des insectes.

La mise en place d’un tableau comparatif permettra de contrôler l’utilisation des produits phytosanitaires en faisant ressortir les différences entre les doses homologuées et les doses appliquées.

Les actions entreprises sur les installations des domaines à Reims et à Cognac se poursuivront et seront étendues à la gestion de l’air et des énergies.



Qualité/Sécurité/Environnement

La structure Qualité/Sécurité/Environnement agit sur tous les sites de production du groupe Rémy Cointreau, en France à Angers, Reims et Cognac, en Pologne à Oberniki et en Grèce à Kifissia. Elle intervient sur la gestion de l'eau, de l'air, des énergies, des déchets et, d'une façon plus générale, sur la gestion des risques. L'exemple d'Angers, site pilote du Groupe, (ISO 14001 depuis 2000) sert de référence en matière de management de l'environnement.

Actions prioritaires

L'eau

Le contrôle des besoins s'effectue par l'intermédiaire d'une cartographie établie d'après un dispositif de compteurs (Reims, Angers, Cognac) qui, à terme, permettra d'en réduire la consommation (à Angers réduction de 30 % de la consommation d'eau en cinq ans). La quantité et la vérification de la qualité des effluents sont généralisées à l'ensemble des sites de production avec, pour Reims la mise en place d'un équipement labo pour effectuer les mesures nécessaires (DBO et DCO). À Oberniki, à Reims et à Angers, le traitement des rejets d'eau passe par des stations de traitements (en quatre ans, la pollution des effluents rejetés par le site d'Angers a été réduite de 75 %).

L'air

Des mesures d'émissions de gaz carbonique sont effectuées sur tous les sites concernés (Oberniki, Angers) dans le respect des réglementations en vigueur.

L'énergie

La surveillance et la recherche de toute utilisation injustifiée d'électricité est généralisée à l'ensemble de la production en France (Reims, Angers, Cognac).

Les déchets

Trois types d'actions ont été menés avec succès pour les réduire, prévenir les risques potentiels de pollution qu'ils représentent et leur recyclage. À Kifissia, l'optimisation des procédés industriels s'est traduite par une réduction de 40 % des déchets. La construction d'un bassin de rétention à Oberniki concourt à la sécurité de l'environnement. La pratique systématique du tri sélectif ainsi que le recyclage des déchets par des sociétés extérieures est effectif sur l'ensemble des sites de production en France et à l'étranger. Aujourd'hui, le taux de valorisation et de recyclage des déchets s'élève à 90 % pour le site de Reims et à 95 % pour celui d'Angers.

Des résultats en phase avec la législation internationale

Les accréditations HACCP concernant "l'analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise" ont été délivrées aux sites de production d'Oberniki, Reims et Cognac ; le programme est en cours de finalisation à Angers. Cette année, le site d'Oberniki a été certifié ISO 14001, des programmes sont engagés sur les sites Cognac et Reims pour obtenir la même certification. La certification ISO 9000 a été renouvelée à Cognac en 2004 pour 3 ans et fait l'objet d'un suivi à Oberniki et à Angers.

Actions futures : des actions à fort impact

Le renforcement des actions concernant la gestion de l'eau se traduira par des mesures confirmant l'engagement du Groupe dans la salubrité de ses pratiques industrielles avec une réduction toujours plus efficace des rejets et du contrôle de leurs composants en particulier à Angers, Reims et Cognac. Des études sur la diminution des émissions de gaz carbonique seront également menées sur ces trois sites où, progressivement, les navettes intrasites seront remplacées par des véhicules électriques et où des recherches seront effectuées pour utiliser des véhicules fonctionnant à l'électricité et au gaz pour le transport des produits.

Les bureaux parisiens du siège social du Groupe seront équipés de matériels favorisant les économies d'énergie. Une étude pour l'utilisation de nouvelles énergies, par exemple solaire, sera lancée pour les petites unités telles que les bureaux et les locaux de visite (ex. Musée Cointreau à Angers).

Après les sites industriels, le tri des déchets sera mis en place dans l'ensemble des bureaux des sociétés du Groupe. L'optimisation de l'usage de matériaux recyclables et allégés se poursuivra en particulier dans la conception des nouveaux produits à Angers. Les programmes mis en place pour l'obtention de la certification ISO 14001 seront accompagnés par des analyses d'impact environnemental effectuées à Cognac et Reims.



Relations Fournisseurs

Des engagements clairs et partagés

Les critères de sélection et d'évaluation des fournisseurs et prestataires de service prennent en compte les réponses au questionnaire social et environnemental préalable à tout nouveau contrat. Les clauses excluant le travail forcé ou le travail des enfants sont mentionnées sur les contrats existants ; l'absence de travail des enfants devant être prouvée par une attestation. En faisant état de son adhésion à Global Compact sur tous les nouveaux contrats, Rémy Cointreau attend de ses fournisseurs l'application de pratiques similaires à celles recommandées par la Charte.

Innovation et environnement

Les solutions pour réduire les conditionnements et permettre leur recyclage font appel à de nouvelles pratiques qui se sont traduites par des économies conséquentes quant à l'utilisation de carton et de verre.

Moins de carton avec la simplification de l'approvisionnement des flaconnages, la révision des grammages pour le conditionnement des champagnes et la diminution des étuis de bouteilles (réduction d'un million d'étuis et économie de plus de 300 tonnes de carton).

Moins de verre avec l'allègement des flaconnages selon les marques (économie de 500 tonnes de verre).

Plus d'idées pour faire évoluer les packagings vers des matériaux uniques, plus facilement recyclables.

Actions futures : toujours plus d'exigence

Les pratiques des fournisseurs seront examinées par des auditeurs extérieurs, en particulier pour tous les cas potentiellement sensibles. Une classification des fournisseurs sera déterminée selon un système de notations économique, environnementale et sociétale aux termes d'enquêtes menées par des auditeurs du Groupe et des auditeurs extérieurs (ONG, organismes spécialisés). Les relations entre les fournisseurs, les auditeurs extérieurs et Rémy Cointreau feront l'objet d'une convention.

Toutes les recherches pour concevoir et fabriquer des emballages limitant le volume et la masse au minimum seront encouragées. L'usage de produits à taux de recyclabilité faible ou nulle sera limité, voire supprimé.





Un engagement social privilégié

Ressources Humaines

Les Ressources Humaines mettent en pratique les trois principes qui relèvent des valeurs traditionnelles et essentielles de Rémy Cointreau.

L'équité sociale

Au cœur de l'éthique du Groupe, l'équité sociale est un axe majeur de la politique des Ressources Humaines.

Rémy Cointreau est attentif à ce que chaque collaborateur soit traité de manière équitable quel que soit son sexe, son âge, son niveau de responsabilité, sa filière de métier, sa nationalité ou son pays de résidence. La politique de rémunération du groupe est déclinée sur l'ensemble des sites avec une coordination centrale. La politique d'évaluation des postes permet de comparer les fonctions au sein des entités et de mesurer de manière identique la contribution de chacun au développement de l'entreprise. Rémy Cointreau attache une grande importance à la sécurité sur les postes de travail, ceci s'est traduit par la stabilité des indicateurs de fréquence des gravités des accidents de travail à un niveau faible. En 2003, en France des réunions se sont tenues chaque mois et les dépenses liées à la sécurité ont représenté près d'un million d'euros. Le groupe est attaché à l'insertion des handicapés, et a lancé différents projets pour pouvoir augmenter le pourcentage de handicapés travaillant dans l'entreprise, actuellement de 3 %.

Le développement personnel et l'évolution professionnelle

La valorisation des talents est activement soutenue, en particulier par la promotion interne favorisée par la publication des postes à pourvoir sur intranet. Le développement des carrières

est désormais une phase majeure de l'entretien annuel. Sur les sites de production, le déploiement d'une démarche ambitieuse d'organisation en équipe autonome favorise la motivation et la responsabilisation des équipes et conduit à un enrichissement des tâches. Plus de 3 % de la masse salariale ont été investis sur la formation professionnelle, touchant l'ensemble des catégories professionnelles. Plus de 13 000 heures ont ainsi été consacrées à diverses formations, couvrant près de 70 % des salariés.

La concertation collective et le dialogue social

Dans le cadre législatif de chaque pays où il opère, le groupe privilégie la concertation et le dialogue social. En France, plus de 80 réunions ont été tenues avec les représentants du personnel. Les évolutions de l'organisation sont préparées avec les partenaires sociaux, et en 2004, les principaux éléments du plan à trois ans ont été présentés à l'ensemble des salariés en France.

Actions futures : aller plus loin

L'engagement social s'inscrit dans la durée et les efforts engagés seront maintenus et intensifiés. L'amélioration de l'accessibilité des sites aux personnes handicapées est permanente et a été un critère de choix pour le futur siège social.

La modernisation des méthodes de travail sur les sites industriels est intégrée dans le cadre du projet "Challenge 2007" à Cognac.

Des actions de sensibilisation à une consommation responsable sont prévues sur différents sites pour l'ensemble du personnel.

Un travail a été initié sur l'impact du départ plus tardif en retraite sur les conditions de travail et sur la recherche de nouveaux éléments de motivation.

Un mécénat ciblé a pour but d'apporter une aide à des associations favorisant l'intégration sociale, en impliquant des salariés volontaires, telle la Fondation de la Deuxième Chance.

LES TERMES DE L'ENGAGEMENT RESPONSABLE DE RÉMY COINTREAU

Porté par une stratégie volontariste, décliné en actions méthodiques sur l'ensemble des activités, l'engagement responsable de Rémy Cointreau a valeur de conviction.

PRÉVENIR les comportements à risque par des actions de communication qui engagent chacun à poser les limites du raisonnable, que ce soit par les mots ou par les images.

IDENTIFIER les conduites sensibles à travers le monde en terme de consommation, qu'il s'agisse de l'âge, des habitudes socioculturelles, des modes...

PARTAGER les pratiques pour préserver l'environnement.

COLLABORER étroitement avec les partenaires viticulteurs pour le passage progressif à une viticulture raisonnée.

RECHERCHER les améliorations pour gérer l'eau, la qualité de l'air, la maîtrise des énergies, le traitement et la diminution des déchets.

INNOVER pour limiter l'utilisation de matériaux non recyclables.

MESURER et **CONTRÔLER** l'application effective de nos engagements par la mise en place d'outils efficaces.

PRIVILÉGIER les intervenants extérieurs partageant les principes de comportement responsable revendiqués par le groupe.

ENCOURAGER l'engagement social en pratiquant l'équité hommes/femmes, en facilitant l'intégration des personnes handicapées, en interdisant toute pratique contraire aux principes de la déclaration des droits de l'homme.

COMMUNIQUER pour traduire nos engagements dans l'ensemble de nos pratiques quotidiennes.

GLOSSAIRE

Bonnes pratiques

Actions concrètes de l'entreprise pour mettre en œuvre le développement durable.

Certification

Opération qui consiste à faire attester, par un organisme tiers agréé et indépendant, la mise en place d'un système d'assurance qualité conforme à des normes internationales (ex. Iso 9000, Iso 14 000).

Charte de Communication responsable

Document qui formalise les engagements des parties signataires.

Développement durable

Développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs en conciliant performance économique, respect de l'environnement et des personnes.

ESPAD

(European School Survey on Alcohol and Other Drugs)

C'est une enquête européenne quadriennale dont le but est d'étudier la consommation d'alcool, de tabac et de drogue chez les adolescents scolarisés.

Global Compact ou Pacte mondial

Lancé en janvier 2000 lors du Forum économique de Davos par Kofi Annan, secrétaire général des Nations Unies. Le *Global Compact* a pour ambition d'"unir la force des marchés à l'autorité des idéaux individuels" afin de responsabiliser les entreprises.

HACCP

(Hazard Analysis Critical Control Point)

Méthode internationale pour la mise en œuvre d'un système garantissant l'hygiène des aliments remis aux consommateurs.

IREB

L'Institut de Recherches Scientifiques sur les Boissons est un organisme de recherches et une source de documentation et d'information sur la consommation d'alcool des Français.

ISO

(International Standardization Organization)

Organisation Internationale de Normalisation

ISO 9000 est la référence internationale pour les exigences de management de la qualité. Elle recouvre ce qu'une société réalise afin de répondre aux exigences de qualité de ses clients, aux exigences réglementaires tout en tenant compte de l'amélioration continue de ses objectifs qualitatifs.

ISO 14000 concerne le management environnemental. Elle prend en compte ce qu'une société met en œuvre pour réduire au minimum les effets nuisibles de ses activités sur l'environnement ainsi que ses améliorations continues dans ce domaine.

Recyclage

Retraitement des déchets dans un processus de production, soit en vue de la même utilisation que celle d'origine, soit à d'autres fins, mais à l'exclusion de la valorisation énergétique.

WWW.REMY-COINTREAU.COM