



RÉMY COINTREAU

**GLOBAL COMPACT : engagement annuel du Président**

Depuis son adhésion en 2003 au Global Compact, Rémy Cointreau a déployé sa politique de responsabilité sociale et environnementale (RSE) avec la volonté de respecter de bonnes pratiques dans le domaine des droits de l'homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption. Ces bonnes pratiques sont partagées avec nos collaborateurs, nos fournisseurs et toutes nos parties prenantes.

L'exercice 2013/2014 aura été marqué par la mise en œuvre de la première année du plan RSE 2015, programme triennal pour une démarche de progrès continu de notre stratégie RSE.

Conscients de l'impact de ses activités, Rémy Cointreau continue à réduire son empreinte environnementale par la mesure et la réduction de ses émissions carbone et le suivi de ses indicateurs environnementaux.

Le Bilan Carbone annuel a été étendu aux domaines viticoles de Rémy Cointreau et le reporting RSE inclut désormais la mesure des consommations de ressources naturelles des sites de production de nos marques Mount Gay à La Barbade et Bruichladdich en Ecosse.

D'autre part, la société Mount Gay a obtenu la certification Qualité Iso 9001 et les sociétés Cointreau et Rémy Martin ont renouvelé leurs certifications Qualité, Environnement et Sécurité Alimentaire (Iso 9001, Iso 14001 et Iso 22000).

Les autres actions réalisées font l'objet de notre communication annuelle sur le Progrès 2013/2014 et confirment le déploiement de notre plan RSE 2015.

Conformément à l'article 225 de la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010, le reporting RSE est vérifié par un tiers externe, la société Ernst & Young, qui atteste de la présence des informations sociales, environnementales et sociétales exigées par la réglementation française.

A ce titre, il a été établi un référentiel de reporting qui est dorénavant partagé par toutes les sociétés de production et les filiales de distribution de Rémy Cointreau.

L'implication quotidienne de nos collaborateurs s'appuie sur la diffusion mondiale de notre charte RSE et de notre code éthique des affaires qui définit nos principes de comportement en matière d'éthique professionnelle, notamment pour les questions de conflit d'intérêt et de corruption.

Alignée sur la norme Iso 26000, notre politique RSE se doit d'être pragmatique et exemplaire afin de répondre aux attentes de la société civile et de porter les valeurs sociales et environnementales ancrées dans l'histoire de Rémy Cointreau.

Elle s'appuie également sur le renouvellement annuel de notre adhésion au Global Compact, afin de conforter la création de valeur de l'entreprise.

François Hériard Dubreuil  
Président du Conseil d'Administration

Paris, le 10 juin 2014



RÉMY COINTREAU

## **Communication sur le Progrès 2013 / 2014 (Charte Global Compact)**

Dans la continuité de la ratification et de l'application de la Charte Global Compact, Rémy Cointreau maintient ses engagements visant à être l'ambassadeur des bonnes pratiques de cet engagement mondial dans le domaine des droits de l'homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Membre depuis plusieurs années de l'Association "Réseau Pacte Mondial France", Rémy Cointreau respecte et partage régulièrement les dix principes de la charte avec ses collaborateurs et partenaires. La notion de responsabilité sociale et environnementale est ainsi diffusée au sein de l'entreprise, mais aussi en amont et en aval de son périmètre, vers ses clients, ses fournisseurs et l'ensemble de ses parties prenantes.

### ***1. Politique et engagements du groupe : gouvernance RSE***

#### **Faire vivre une politique RSE pragmatique et exemplaire**

Depuis son adhésion en 2003 au Global Compact, agir de manière responsable relève de l'évidence pour un groupe attaché à ses terroirs et implanté internationalement.

Alignée sur la norme Iso 26000, la politique de responsabilité sociale et environnementale (RSE) de Rémy Cointreau a pour objectif de respecter de bonnes pratiques dans le domaine des Droits de l'homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Chaque année, la politique RSE est validée par le Comex et la Présidence du groupe. Un plan d'actions à 3 ans est régulièrement réactualisé. Actuellement en fin d'année 1, le plan RSE 2015 précise les actions et objectifs attendus pour les deux années à venir.

En fin de chaque d'exercice, le bilan annuel des actions RSE est présenté au Conseil d'Administration.

La diffusion internationale de la Charte RSE et du code éthique de Rémy Cointreau illustre la volonté de Rémy Cointreau d'impliquer au quotidien l'ensemble de ses collaborateurs.

Conformément à l'article 225 de la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010, et convaincu que les exigences réglementaires sont une opportunité, Rémy Cointreau a étendu son périmètre de reporting RSE à l'ensemble de ses sites de production et filiales de distribution. Ce reporting est vérifié par un tiers externe qui atteste de la présence des informations sociales, environnementales et sociétales exigées par la réglementation française.

Pragmatique, exemplaire et partagée avec les fournisseurs, la politique RSE répond aux attentes de toutes les parties prenantes et porte les valeurs sociales et environnementales ancrées dans l'histoire de Rémy Cointreau.

#### **Le plan RSE 2015, un cap à suivre pour toute l'entreprise**

Au cours de l'exercice 2013/2014, le groupe a structuré sa stratégie RSE pour anticiper les exigences réglementaires, déployer les engagements du groupe auprès de toutes ses parties prenantes et répondre aux attentes de la société civile.

L'année écoulée aura été marquée par la mise en œuvre de la première année du plan RSE 2015, programme triennal pour une démarche de progrès continu de notre stratégie RSE.

Le reporting RSE inclut les informations sociales, environnementales et sociétales de Rémy Cointreau en application des exigences du décret n° 2012-557 de l'article 225 de la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2012. Ce reporting a fait l'objet de travaux de vérifications par un tiers externe (attestation de présence et rapport d'assurance modérée du vérificateur indépendant).

Le périmètre de reporting comprend dorénavant 22 sociétés qui reportent désormais tout ou partie de leurs informations sociales et environnementales. Les indicateurs associés aux informations sont calculés conformément au protocole de reporting de Rémy Cointreau, consultable sur demande auprès du directeur RSE du groupe.

Le protocole de reporting est traduit en langue anglaise et diffusé internationalement dans les 22 sociétés concernées par le reporting RSE. Des correspondants RSE (Social et Environnement) ont été identifiés dans chacune d'entre elles.

Rémy Cointreau continue à s'appuyer sur les normes internationales Iso qui garantissent des standards de qualité, de sécurité alimentaire, de respect du consommateur et de sa santé.

La société Mount Gay a obtenu la certification Qualité Iso 9001 et les sociétés Cointreau et Rémy Martin ont renouvelé leurs certifications Qualité, Environnement et Sécurité Alimentaire (Iso 9001, Iso 14001 et Iso 22000). La société Cointreau a également renouvelé sa certification sécurité OHSAS 18001. Le plan RSE 2015 prévoit en 2015/2016 l'extension des certifications Iso 9001 et Iso 22000, respectivement au sein des sociétés Bruichladdich et Mount Gay.

Rémy Cointreau, conscient de l'impact de ses activités, continue à réduire son empreinte environnementale par la mesure et la réduction de ses émissions carbone et le suivi de ses indicateurs environnementaux. Le Bilan Carbone annuel a été étendu aux domaines viticoles de Rémy Cointreau et le reporting RSE inclut désormais la mesure des consommations d'énergie et d'eau des sites de production des sociétés Mount Gay à La Barbade et Bruichladdich en Ecosse.

Rémy Cointreau a également à cœur d'impliquer tous ses collaborateurs afin que la politique RSE soit l'un des piliers de sa culture d'entreprise. La charte RSE du groupe, éditée en français et en anglais, et le code éthique des affaires édité dans toutes les langues parlées au sein de Rémy Cointreau, sont diffusés internationalement et font référence en matière d'éthique professionnelle, en intégrant les questions de conflit d'intérêt ou de corruption.

Les actions menées dans le cadre de notre politique RSE sont présentées dans le document de référence 2013/2014 de Rémy Cointreau (chapitre 2. Responsabilité sociale, environnementale et sociétale), ainsi que dans le Rapport Annuel 2013/2014 (chapitre Responsabilité sociale, environnementale et sociétale).

Ces documents, disponibles fin juillet 2014, seront consultables sur notre site Internet et diffusés à l'ensemble de nos parties prenantes. Ils présenteront également la totalité des indicateurs RSE, en lien avec les indicateurs internationaux du GRI (Global Reporting Initiative).

## ***2. Informations sociales : Droits de l'Homme et conditions de travail***

### **2.1 Politique ressources humaines**

La culture du groupe Rémy Cointreau s'appuie sur 5 valeurs fondamentales que sont la dimension artisanale, la rigueur, l'authenticité, la créativité et le sens du contact humain. Ces fondamentaux guident naturellement sa politique en matière de ressources humaines et tous ses plans d'actions.

Partout où il est implanté, le groupe s'attache à respecter en permanence les législations sociales locales et à promouvoir les dispositions des conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, dont le respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective, l'élimination des discriminations et du travail forcé, l'abolition effective du travail des enfants.

Au cours de l'exercice 2013/2014, le groupe a poursuivi ses actions sur le développement professionnel des collaborateurs, la diversité et la consolidation du sentiment d'appartenance au groupe.

Enfin, en France, fidèle à ses choix historiques, Rémy Cointreau a poursuivi ses pratiques favorisant l'accord collectif dans tous les domaines de la négociation.

### **2.1.1 Favoriser le développement des collaborateurs**

Rémy Cointreau a maintenu ses outils internationaux de développement pour favoriser le développement des compétences de ses collaborateurs. Les processus d'évaluation de la performance, de plans de succession, les politiques de formation portent résolument l'accent sur la mise en place de plans d'actions collectifs ou individualisés visant à supporter les projets professionnels des hommes et des femmes du groupe, à encourager le développement des compétences et à favoriser la performance des équipes.

En particulier, un processus d'identification des postes clés, partagé par le comité exécutif, permet de s'assurer que le groupe dispose en son sein des talents nécessaires à son développement et/ou oriente les décisions ressources humaines pour garantir la pérennité de l'organisation.

### **2.1.2 Irriguer l'identité multiculturelle du groupe, favoriser la diversité**

Conséquence logique de l'activité fortement exportatrice du groupe, 60% de l'effectif du groupe est situé hors de France. Rémy Cointreau fait le pari que la dimension multiculturelle du groupe représente un atout majeur dans son développement international. La formation est encore clairement orientée vers le partage des expériences sur tous les pays où le groupe est implanté. La mobilité internationale – professionnelle et géographique – contribue à diffuser largement les valeurs du groupe au sein de son organisation. Mais le parti pris de la diversité s'exprime également dans la volonté du groupe de favoriser la constitution d'équipes associant des hommes et des femmes d'âge, de formation et d'expérience professionnelle variés.

### **2.1.3 Enrichir le sentiment d'appartenance**

Le groupe Rémy Cointreau, riche de cette diversité, souhaite en même temps nourrir le sentiment d'appartenance à une communauté animée par une vision partagée, réunie autour de valeurs communes et travaillant à la réalisation d'objectifs collectifs.

Au-delà de cette communication, Rémy Cointreau met en place des formations internationales ambitieuses qui visent à partager avec les équipes marketing, commerciales et financières, les principes, les politiques et les pratiques que le groupe met en place pour ses marques dans tous les pays.

### **2.1.4 Maintenir un dialogue social ambitieux**

L'année 2013/2014 a de nouveau été marquée par la conclusion d'accords collectifs marquant la volonté partagée avec les partenaires sociaux de privilégier le dialogue et la concertation.

En France et à La Barbade, la politique salariale a été définie dans le cadre d'accords collectifs. Dans un contexte économique difficile, cela marque une fois encore la maturité des partenaires sociaux du groupe.

En France, l'accord sur le contrat de génération a été signé en cohérence avec l'accord sur l'emploi des seniors qui a fait l'objet d'un avenant. Enfin, le contrat d'intéressement a fait l'objet d'un avenant permettant de s'ajuster à l'environnement économique de l'exercice.

## 2.2 Évolution des effectifs

### 2.2.1 Les effectifs du groupe

Au 31 mars 2014, l'effectif total du groupe atteint 1 726 salariés en contrat à durée indéterminée (CDI) et à durée déterminée (CDD), soit une augmentation de 20 salariés par rapport à mars 2013.

Le groupe a procédé à 233 recrutements, dont 136 en contrat à durée indéterminée (58%). 20% ont concerné la force commerciale, 12% les métiers de la production et 25% le marketing.

Dans le même temps et sur le même périmètre, 219 départs se sont réalisés, dont 29% de démissions, 15% de départs avec accord mutuel des 2 parties et 24% en fin de contrat à durée à déterminée.

### 2.2.2 Répartition des effectifs par zone géographique

L'effectif en France a progressé de 21 personnes, principalement dans métiers de la production.

EFFECTIF PAR ZONE GEOGRAPHIQUE (INDICATEUR GRI LA1)

	MARS 2014	%	MARS 2013	%	MARS 2012	%
FRANCE	721	42	700	41	660	43
EUROPE (HORS FRANCE) – AFRIQUE	251	15	255	15	175	10
AMERIQUES	333	19	332	19	320	21
ASIE	421	24	419	25	405	26
<b>Total</b>	<b>1726</b>		<b>1 706</b>		<b>1 560</b>	<b>100</b>

### 2.2.3 Répartition des effectifs par activité

L'activité distribution représente toujours plus de la moitié des effectifs du groupe (56%).

EFFECTIF PAR ACTIVITE (INDICATEUR GRI LA1)

	MARS 2014	%	MARS 2013	%	MARS 2012	%
MARQUES DU GROUPE	686	40	673	39	573	37
DISTRIBUTION	976	56	967	57	927	59
HOLDING	64	4	66	4	60	4
CHAMPAGNE	–	–	–	–	–	–
<b>Total</b>	<b>1726</b>		<b>1 706</b>		<b>1 560</b>	

### 2.2.4 Répartition des effectifs par fonction, métier et sexe

La répartition par sexe est stable ; les hommes représentent 57% de l'effectif, les femmes 43% avec des situations différentes selon les métiers et les pays (indicateur GRI LA13).

Par métier, les hommes sont plutôt majoritairement représentés dans les métiers du vieillissement, de la maintenance et du commercial. Les femmes sont quant à elles plus présentes dans les métiers du marketing, du service clients et du conditionnement.

	MARS 2014	%	MARS 2013	%	MARS 2012	%
COMMERCIAL	485	28	504	30	497	32
MARKETING	242	14	237	14	200	13
PRODUCTION, ACHATS	352	20	349	21	293	19
SUPPLY CHAIN	154	9	158	9	151	10
VIEILLISSEMENT	126	7	109	6	100	6
FINANCES & JURIDIQUE	199	12	187	11	169	11
SYSTEMES D'INFORMATION	49	3	45	3	42	3
RESSOURCES HUMAINES	39	2	39	2	35	2
SERVICES GENERAUX	42	2	42	2	36	2
DIRECTIONS GENERALES	39	2	37	2	37	2
<b>Total</b>	<b>1726</b>		<b>1 706</b>		<b>1 560</b>	

## 2.2.5 Répartition des effectifs par catégorie professionnelle

41% de l'effectif est constitué de cadres (managers), principalement positionnés sur les fonctions Commercial, Marketing et Finance.

Les activités de production regroupent la majeure partie des positions d'opérateurs et de techniciens, dont environ 77% sont localisés en France dans les sites de Cognac et Angers, le solde étant localisé en Écosse (Bruichladdich) et à La Barbade (Mount Gay).

## 2.2.6 Moyenne d'âge et Ancienneté moyenne

La moyenne d'âge des effectifs du groupe Rémy Cointreau est de 41 ans, avec une moyenne d'âge plus élevée en France, 44 ans. Il y a peu de différence par sexe.

L'ancienneté moyenne des effectifs du groupe est de 9,8 ans avec peu de différence entre hommes/femmes, managers/non managers.

## 2.2.7 Les contrats en alternance en France

Le groupe Rémy Cointreau poursuit sa politique volontariste en matière de formation en alternance, avec le renouvellement des contrats d'alternance venus à échéance quand cela est nécessaire et le recrutement de nouveaux contrats sur de nouveaux métiers. La part de ces contrats représente à fin mars 2014 près de 3% de l'effectif en France.

## 2.3 Organisation du temps de travail

Le groupe Rémy Cointreau respecte les dispositions légales et conventionnelles en vigueur dans les pays où il est implanté en matière de durée du travail. Compte tenu des spécificités des marchés, en France, le temps de travail est annualisé ou modulé pour les activités de conditionnement selon des périodes de haute et basse activité avec du travail en équipe. D'autres métiers ont une organisation du travail cyclique, tels ceux du vieillissement, dont l'organisation est calée selon les périodes de livraison des eaux-de-vie. Le groupe Rémy Cointreau peut être amené à procéder à des aménagements individualisés du temps de travail pour les salariés qui le demandent, si les exigences et contraintes d'activité et de planning le permettent. Dans le strict respect des législations et des accords conventionnels, les besoins d'activité peuvent parfois nécessiter de recourir aux heures supplémentaires.

## 2.4. Rémunérations

Afin de garantir une cohérence des positionnements de l'ensemble des postes de management du groupe, l'évaluation des niveaux de responsabilité est effectuée selon une méthode commune quel que soit le pays.

La compétitivité des packages de rémunération est quant à elle mesurée localement au plus près des marchés par rapport à des groupes et entreprises présentant des caractéristiques similaires, afin de garantir un positionnement attractif.

Cette politique a contribué à mobiliser les équipes et à motiver chacun des salariés pour l'atteinte des objectifs ambitieux du groupe sur ses nouveaux marchés.

Pour chacun des pays, la politique salariale 2013/2014 est mesurée par rapport à l'inflation avec une hausse moyenne des salaires supérieure à cette dernière, même si le contexte économique local peut être parfois défavorable ou dégradé. Cette politique salariale s'appuie sur des mesures salariales individuelles volontairement sélectives concentrées sur les salariés les plus performants.

Dans le même temps, la rémunération variable (bonus) des managers du groupe a été déclinée autour d'une architecture commune pour l'ensemble des pays, tout en tenant compte des spécificités et pratiques locales. Elle prend ainsi en compte des objectifs économiques et financiers, mesurés au plus près du périmètre de responsabilité, selon une même pondération pour chacun des métiers.

Enfin, selon les pays et les législations sociales et fiscales, les supports d'épargne bénéficiant d'exonérations ou d'autres avantages sont étudiés et mis en place quand ils sont compatibles avec les moyens budgétaires alloués.

## **2.5. Prévoyance et protection sociale**

Le groupe a finalisé la mise en place dans chacune de ses filiales de régimes de prévoyance et de protection sociale respectant un standard groupe en termes de prestations. Ceci a permis de proposer des niveaux de garantie compétitifs au regard des pratiques du marché, avec une prise en charge significative de la part de l'employeur.

L'objectif est dorénavant de mutualiser ces régimes d'assurance collective en optimisant les régimes existants tout en développant un partenariat privilégié concernant l'assurance de ces risques.

## **2.6 Une politique de formation tournée vers l'excellence**

La politique de ressources humaines doit constamment anticiper les besoins du groupe et c'est plus particulièrement le cas en matière de formation.

Priorité du groupe, la formation a pour objectif principal de garantir l'employabilité de tous ses salariés et la pérennité de ses savoir-faire.

La « Rémy Cointreau Academy » a poursuivi son développement et s'est enrichi de nouvelles thématiques. Cet ensemble de formations est élaboré par les plus hauts niveaux de direction du groupe qui en assurent personnellement l'animation. Cette université interne est entièrement adaptée pour former les 300 managers dans une culture propre au groupe.

Le déploiement de ces formations est progressif et les modules recouvriront à terme tous les volets clés de l'activité :

- La « Brand Academy » aborde sous un angle stratégique les spécificités marketing et commerciales des marques du groupe et du secteur du luxe. Tous les principaux managers ont d'ores et déjà bénéficié de ce module. Un module digital a été mis à disposition des managers pour leur permettre de s'y référer dans l'exercice de leurs missions.
- La « Art of selling Academy » forme à la négociation et aux techniques commerciales avec une approche pragmatique et différenciante à mettre en œuvre sur les marchés afin de soutenir les marques, créer de la valeur pour nos partenaires et clients, en ligne avec la stratégie du groupe. Ces modules de formation sont largement déployés aux États-Unis. Les séminaires auront été déployés au cours de l'exercice 2013/2014 en Europe et en Asie.

- La « Finance Academy » est déployée auprès de l'ensemble des managers. 150 collaborateurs non-financiers ont d'ores et déjà été formés, principalement en France et en Europe. Au-delà des aspects économiques de notre métier, cette formation permet de garantir la compréhension par tous des critères de l'efficacité du groupe, avec une culture financière mieux partagée.
- La « Quality Academy » a vu le jour en novembre 2012. Ce module a poursuivi dans toutes les régions son déploiement au cours de l'exercice 2013/2014.
- Enfin, à plus long terme, une formation sur le management des Ressources Humaines se concentrera sur les aspects plus strictement liés au leadership et au pilotage de la fonction managériale.

La dématérialisation de ces modules sur l'intranet donnera l'occasion aux nouveaux arrivants d'entrer rapidement dans les principes fondateurs de la culture du groupe, avec une approche la plus opérationnelle et pratique possible.

En parallèle, le plan de formation a continué afin d'accompagner le développement professionnel de nos collaborateurs. En particulier, le *e-learning* est encouragé pour inciter chacun à se former aux langues étrangères.

Une bibliothèque du développement est également en libre accès pour permettre à chacun d'accomplir une démarche volontaire d'apprentissage.

Enfin un module digital d'intégration pour les nouveaux embauchés a été mis en œuvre sur le plan international. Il complète un processus d'intégration déjà très apprécié par les collaborateurs qui rejoignent notre groupe.

En supplément des formations individuelles, des actions collectives sont également parfois menées au bénéfice de différentes catégories. Ainsi les collaborateurs du site de Cognac ont pu bénéficier de formations techniques pour accompagner l'évolution de l'outil industriel et de formations managériales pour soutenir l'évolution de l'organisation. A Angers, des formations économiques innovantes ont été conçues et mises en œuvre pour l'ensemble du personnel. Ces formations ont la spécificité d'être animées par des animateurs internes. Ainsi, le nombre d'heures de formation déclarées sur l'ensemble du périmètre du groupe (Europe exclue, hors France) pour les salariés en contrat à durée indéterminée a été en 2013/2014 de 25 174 heures dont 11 008 pour les femmes et 14 167 pour les hommes (indicateur GRI LA10), soit une augmentation de +17% par rapport à 2012/2013.

## **2.7 Saisir les opportunités pour faire évoluer nos collaborateurs**

Groupe en expansion, Rémy Cointreau encourage le développement et l'élargissement des compétences de ses équipes. La politique des ressources humaines mise en place depuis quelques années vise notamment à encourager les collaborateurs à être co-responsables et acteurs de leur avenir professionnel. Dans cette optique, la formalisation du processus de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences a vocation à permettre à l'entreprise d'adapter ses ressources et d'anticiper ses besoins, notamment en matière d'expertises techniques et de compétences rares.

À Cognac, le programme ambitieux d'investissement s'accompagne cette année encore d'un aménagement de l'organisation qui a pour objet de rapprocher le management des équipes « terrain » ; cet aménagement ouvre des perspectives d'évolution professionnelle en interne par les formations techniques qui sont dispensées pour accompagner ces progrès technologiques, permettant aux collaborateurs motivés d'élargir le périmètre de leurs responsabilités.

Rémy Cointreau développe également une politique de recrutement exigeante pour attirer les hauts profils et développer leur potentiel. La taille humaine du groupe permet également d'identifier les talents en interne et de les encourager à se développer en saisissant les opportunités offertes par la stratégie de croissance. Les parcours sont suivis de manière individualisée.



L'apprentissage est un autre moyen privilégié de recruter et former les talents de demain. Sur les sites français, une dizaine d'apprentis (niveau Bac Pro à Bac+5) apprennent leur métier dans un environnement où la rigueur et la créativité sont encouragées. Certains stagiaires se voient proposer des contrats de volontariat international en entreprise (VIE).

Le transfert des compétences est également une préoccupation forte, nécessaire dans un secteur où le savoir-faire est un art avant d'être un métier. Des binômes junior-senior ont été créés dans les chais pour assurer la continuité de la tâche dans le respect des méthodes traditionnelles.

## **2.8 Un dialogue social serein pour favoriser l'intégration et le bien-être des collaborateurs**

Selon la taille des organisations et plus particulièrement lorsque les salariés sont représentés par des organisations syndicales reconnues, Rémy Cointreau pratique une approche volontariste en matière de dialogue social favorisant l'intégration et le bien-être des collaborateurs.

Outre l'application scrupuleuse des conventions collectives dans ces pays, Rémy Cointreau s'engage régulièrement avec ses partenaires sociaux sur des thématiques sociales au travers d'accords d'entreprise spécifiques.

## **2.9 Faire de la diversité une chance**

Le groupe souhaite offrir à tous la possibilité de s'épanouir professionnellement. De ce fait, les méthodes de recrutement et les postes de travail continuent d'être adaptés pour accueillir davantage de travailleurs handicapés. À Angers, le groupe a fait le choix de verser sa taxe d'apprentissage à des organismes, écoles ou structures accompagnantes favorisant l'insertion des travailleurs handicapés.

En matière de diversité, après deux exercices qui ont permis d'installer une politique forte, le groupe a opéré en parallèle des actions liées à la diversification des recrutements, à l'égalité hommes-femmes, à l'intégration des travailleurs handicapés et à des actions de réinsertion au niveau local. Cognac mène ainsi, en partenariat avec Pôle Emploi, des opérations de recrutement de personnes en réinsertion sociale qui se sont soldées par des embauches en CDI.

## **2.10 Egalité de traitement**

En matière d'égalité de traitement des hommes et des femmes et de non-discrimination en général, le groupe Rémy Cointreau a pris la décision de mettre en œuvre des procédures et processus internationaux qui garantissent un traitement équitable des collaborateurs du groupe. La non-discrimination sans distinction de race, de religion, de couleur, d'âge, de sexe, d'origine nationale ou tout autre facteur discriminant non basé sur des critères d'exigence professionnelle fait partie intégrante des politiques et pratiques de Rémy Cointreau, notamment dans le cadre du recrutement, des promotions, des mutations, de l'évolution des rémunérations et des actions de formation.

Par exemple, les politiques de rémunérations sont encadrées par des évaluations de rôle éclairées par une méthodologie et par une expertise externe à l'entreprise et par une évaluation de la performance fondées sur des compétences identifiées et des objectifs partagés. Les politiques de recrutement et de mobilité interne font l'objet de procédures et/ou de chartes internationales qui guident les managers et favorisent la prise de décision collégiale fondée sur des critères objectifs.

Par ailleurs, en France, les accords collectifs traitant de l'égalité professionnelle des hommes et des femmes d'une part et du travail des seniors d'autre part, ont permis de formaliser des objectifs et des indicateurs de progrès sur les thèmes du recrutement, de la rémunération, des carrières et de la formation, des conditions de travail et de l'équilibre vie privée/vie professionnelle.

En ce qui concerne les rémunérations, le groupe s'est engagé en France à décliner sa politique de rémunération en veillant à ce que la distinction hommes/femmes ne soit pas un critère pris en compte. 3 actions ont ainsi été formalisées avec un objectif et des indicateurs de mesure communs :

- pas de différence hommes/femmes sur le salaire d'embauche à compétences égales
- pas de différence hommes/femmes sur les augmentations individuelles de salaires à niveau de performance et ratio marché égaux
- analyse des écarts hommes/femmes sur le salaire de base à niveaux d'emploi, d'expérience et de performance égaux, et plan d'actions visant à les réduire

Rémy Cointreau s'attache également à ce que ses pratiques en matière d'organisation du travail et des autres temps passés dans l'entreprise visent, dans la mesure du possible, à maintenir un bon équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, permettant le bon exercice de la parentalité notamment.

Par exemple, en France, des facilités en termes d'aménagement du temps de travail sont prévues pour accompagner les enfants dans une structure hospitalière. Par ailleurs, dans la mesure du possible, les réunions sont organisées dans la plage horaire de travail et les sessions de formation planifiées suffisamment tôt pour permettre aux parents d'organiser la garde éventuelle de leurs enfants. Enfin, conscient des difficultés rencontrées par les salariés quand ceux-ci sont amenés à gérer un événement mettant en jeu le pronostic vital de l'un de leurs proches, les parties ont souhaité adapter dans ce cas l'application du congé solidarité famille et permettre au salarié concerné d'étudier avec sa hiérarchie l'aménagement de son poste en termes d'organisation du temps de travail sous forme de temps partiel.

## **2.11. Santé et Sécurité**

Le groupe Rémy Cointreau s'engage à fournir et à maintenir un environnement de travail qui assure la santé et la sécurité du personnel, des clients, des entrepreneurs, des visiteurs et du public en général qui peuvent raisonnablement être affectés par ses activités. La politique du groupe en la matière est de prévenir les accidents du travail, maladies ou autres blessures, en s'assurant que les risques soient pris en compte dans la gestion opérationnelle des processus de production.

### **• Association des partenaires sociaux aux réflexions**

Conformément aux exigences légales locales, des comités réunissant des représentants des salariés et de la direction sont constitués à Cognac, à Angers et à La Barbade pour traiter les aspects d'hygiène et de sécurité au travail et veiller à l'application des règles de prévention. Les partenaires sociaux sont ainsi étroitement associés aux réflexions hygiène et sécurité lors de la conduite de projets structurants sur les sites de production. Le dialogue entre toutes les parties prenantes sur les thématiques santé et sécurité est en permanence recherché et favorisé.

### **• Engagements**

En France, le groupe s'est engagé au travers de l'accord sur les seniors à réaliser une analyse des principaux emplois et situations professionnelles à risque en vue d'identifier les situations nécessitant une amélioration de l'ergonomie et/ou de l'environnement de travail.

Par ailleurs, certains postes étant occupés majoritairement par des hommes ou des femmes, situation souvent liée à des contraintes physiques spécifiques du poste ou à un très faible nombre de candidatures de l'un des deux sexes, le groupe a associé les comités hygiène et sécurité locaux pour étudier la possibilité d'aménager les postes.

L'objectif est d'éliminer autant que faire se peut les critères physiques et ainsi favoriser les candidatures des femmes sur les quelques postes majoritairement occupés par des hommes pour cette raison.

- **Initiatives locales**

Chacun des sites de production a mis en place un dispositif spécifique pour rester en veille et améliorer de manière continue les conditions de travail des collaborateurs.

En matière de sécurité, des actions de formation systématiques sont réalisées pour tout nouveau salarié ou intervenant sur site informant sur les conditions de sécurité spécifiques du site, sur les règles à respecter et sur les risques encourus. Dans le cadre des procédures de sécurité, des revues des zones à risque sont régulièrement organisées pour actualiser les affichages et les informations à destination du personnel et des intervenants extérieurs.

Les sites d'Angers et de Cognac ont poursuivi le travail entrepris sur les conditions de travail et les risques psycho-sociaux.

- **Indicateurs santé et sécurité :**

Pour le périmètre France, Barbade et Bruichladdich, le taux d'absentéisme cumulé, mesuré en heures d'absence par heures travaillées théoriques pour les salariés en contrat à durée indéterminée, est de 3,5% pour 2013/2014. Les arrêts maladie de durée inférieure à 90 jours représentent la majorité des absences. Ce taux n'inclut pas les longues maladies de plus de 90 jours d'arrêt.

Le taux de fréquence des accidents du travail sur les sites de production de France, de La Barbade et de Bruichladdich pour 2013/2014 est de 13.2, taux exprimé en nombre d'accidents de travail avec arrêt par million d'heures travaillées réelles pour les salariés en contrat à durée indéterminée (indicateur GRI LA7).

Le taux de gravité est faible à 0,3, exprimé en nombre de jours d'arrêt pour accident de travail par millier d'heures travaillées réelles pour les salariés en contrat à durée indéterminée. En vue de remédier aux causes de chaque accident, des membres des comités d'hygiène et sécurité réalisent systématiquement un arbre des causes et remettent des conclusions et des recommandations au comité.

### **3. Informations environnementales**

Fort de ses racines et de sa longue histoire, Rémy Cointreau a fait de l'engagement environnemental un levier durable de sa réussite économique, qu'il s'agisse de la préservation des ressources naturelles, ou encore d'une politique ambitieuse de certifications.

#### **3.1 Viticulture**

Les eaux-de-vie des produits Rémy Martin sont issues des produits de la vigne. Rémy Martin s'approvisionne essentiellement auprès de l'Alliance Fine Champagne (AFC), une structure coopérative qui lui est exclusive et qui accompagne son développement depuis 1966. Rémy Martin dispose également de vignobles en propre regroupés dans les Domaines Rémy Martin qui constituent une plateforme d'expérimentation pour promouvoir la politique du groupe en matière de viticulture.

#### **Une politique de certification pour reconnaître les efforts menés et guider les pratiques**

L'objectif de Rémy Cointreau en matière de viticulture est affirmé : toutes les actions initiées visent à positionner le groupe comme leader d'une viticulture compétitive économiquement, sans faire de compromis sur la qualité, tout en préservant l'environnement.

L'intégration des Domaines Rémy Martin dans le périmètre de reporting RSE renforce la volonté de mesurer, de rendre compte des démarches innovantes et de progresser. L'augmentation du nombre de collaborateurs formés est en forte augmentation avec 98 jours de formation aux pratiques viticoles cette année contre 56 l'an passé (indicateur GRI LA10). La formation a essentiellement porté sur les certificats d'aptitude à l'utilisation des produits phytosanitaires (certificats individuels « certiphyto »).

Depuis 2012, les Domaines Rémy Martin sont parmi les premiers en France à avoir obtenu la certification AHVE (agriculture à haute valeur environnementale), en même temps que la certification Agriculture Raisonnée, acquise depuis plusieurs années. Satisfaisant pleinement tous les volets du référentiel, qui incluent la préservation de la biodiversité et le poids des intrants dans le chiffre d'affaires, les Domaines ont obtenu la certification AHVE de niveau 3, délivrée par l'Afnor, en lien avec les actions menées pour la préservation de la biodiversité et la réduction de l'usage des produits phytosanitaires.

À la fois reconnaissance du travail mené et guide pour l'activité quotidienne, ces référentiels sont un véritable outil de management. En outre, les Domaines ont renouvelé leur certification PEFC, qui garantit la gestion durable des forêts de leur territoire (indicateur GRI EN14).

### **Pratiquer une viticulture respectueuse de l'environnement**

Les Domaines Rémy Martin sont membre du réseau Ecophyto, initiative nationale pilotée par le Ministère de l'agriculture issue du Grenelle de l'Environnement qui vise à réduire progressivement l'utilisation des produits phytosanitaires et réduire ainsi la pollution des sols. Très investis, les Domaines Rémy Martin ont accueilli cette année le forum régional « Pulvérisation ». Les professionnels de la vigne ont pu échanger sur les traitements phytosanitaires mis en place pendant la période de végétation, ainsi que sur les évolutions technologiques des appareils de pulvérisation. Rémy Cointreau a par ailleurs confirmé sa volonté de soutenir diverses expérimentations : les analyses de sols et de feuilles, essentielles pour le suivi de la vigne, sont plus complètes de manière à adapter le plus finement possible l'application des fertilisants.

En vue d'adopter des modes de cultures respectueux de l'environnement, tous les pesticides utilisés sont inoffensifs pour la faune et la flore auxiliaires. L'application de produits phytosanitaires est inférieure de 14% aux doses homologuées malgré des conditions climatiques difficiles cette année, qui ont rendu moins aisé le bon développement des vignobles. L'enherbement naturel est stable et recouvre 32% des surfaces. Les Domaines Rémy Martin confirment leur engagement de ne plus utiliser d'herbicides sur l'ensemble du vignoble. Enfin, 4 analyses de sols et 11 analyses de feuilles ont permis de maîtriser les apports de fertilisants (500 kg/ha) pour un entretien régulier du vignoble. Ces analyses sont maintenues chaque année afin de mieux identifier les besoins de fertilisation sur les futures parcelles à planter. Des moyens de lutte naturelle (prédateurs naturels) sont utilisés sur la totalité des vignobles.

### **Valoriser les pratiques viticoles vertueuses de nos partenaires**

Entraîner à sa suite tous les viticulteurs et bouilleurs de cru de l'AFC dans la mise en place des certifications AHVE est l'un des objectifs majeurs de Rémy Cointreau. Cette année, les viticulteurs ont été sensibilisés à ce référentiel. Au cours de différentes réunions d'informations, la charte RSE Rémy Cointreau a été distribuée à 370 viticulteurs, qui ont également bénéficié d'une information spécifique à l'Agriculture à Haute Valeur Environnementale (AHVE). La charte RSE Rémy Cointreau a ensuite été envoyée par courrier à 239 autres viticulteurs. Ce sont donc 56% des adhérents de l'AFC qui ont été sensibilisés à la démarche environnementale de Rémy Cointreau.

D'ores et déjà, de grandes orientations ont été prises pour les trois prochaines années pour encourager les démarches volontaires des bouilleurs de cru qui veulent valoriser leur production.

Rémy Cointreau a initié un travail commun entre Rémy Martin et l'AFC sur l'environnement. Le groupe se place ainsi dans une perspective d'accompagnement et encourage les adhérents de l'AFC à passer cette certification pour en faire un label de qualité qui valorise les pratiques vertueuses : réduction de l'usage des pesticides, et adaptation des traitements en fonction de la pression parasitaire tout en maintenant un rendement maximum.

Enfin, le trophée des Centaures de la distillation, qui récompense chaque année les meilleurs bouilleurs de cru, a reconnu l'exceptionnelle qualité des eaux-de-vie produites par 56 d'entre eux cette année. 22 bouilleurs de cru ont reçu la distinction du Centaure d'or de la distillation.

## **3.2 Environnement**

En 2013/2014, le groupe a consacré 2 millions d'euros à l'amélioration de la qualité, de la sécurité et de l'environnement (indicateur GRI EN30) sur l'ensemble de ses sites de production.

La formation sur ces trois volets a été maintenue, avec au total 3 092 heures de formation consacrées à la formation de 413 personnes (indicateur GRI LA10).

### **3.2.1 Energies et ressources naturelles**

#### **Consommation d'énergie**

Le groupe poursuit les efforts entrepris pour réduire sa consommation d'énergie. Des demandes de certificats d'énergie sont effectuées sur tous les nouveaux matériels mis en place, comme les dispositifs d'éclairage ou les pompes à chaleur.

Un travail de grande ampleur, mené sur le long terme, est mis en place concernant l'éclairage et l'isolation thermique des sites. À Cognac et Angers, les bâtiments font l'objet de plans réguliers de rénovation afin d'en optimiser la luminosité, le chauffage et la climatisation. Les ampoules à forte consommation sont remplacées par des luminaires à LED. Les consignes de réduction de chauffage sont maintenues sur les sites et la mise en place d'une gestion centralisée des dispositifs de climatisation se poursuit.

La sensibilisation du personnel continue afin de favoriser une plus grande précaution quant à la consommation d'énergie. Une campagne d'information interne est menée pour pousser à la réduction au quotidien des dépenses d'énergie, avec par exemple le maintien d'informations et de conseils pratiques près des interrupteurs.

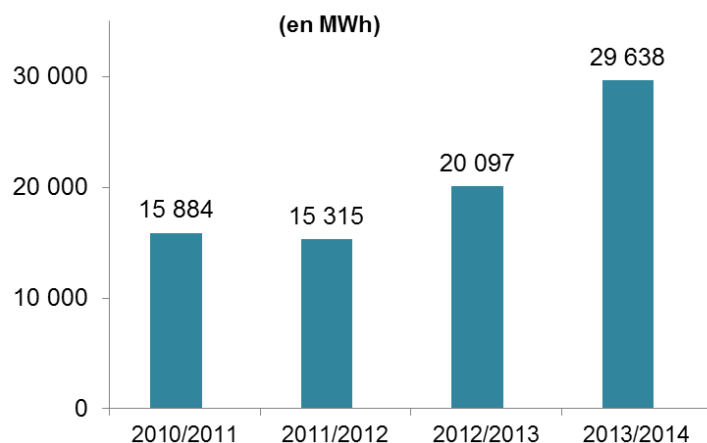
Cette démarche s'étend bien sûr à la réduction de l'empreinte écologique du parc informatique (protocole Green IT). De nouveaux matériels moins consommateurs d'énergie ont été déployés cette année.

Les études menées sur les sites pour évaluer les possibilités d'intégrer des énergies vertes dans le processus de production ont abouti à la signature de contrats avec EDF pour l'achat d'énergies renouvelables au cours du prochain exercice sur une partie de la consommation d'électricité des sites de production français.

**La consommation totale d'énergie** s'élève à 29 638 MWh, en augmentation de 47% par rapport à l'an passé (20 097 MWh) suite à l'inclusion dans le périmètre de reporting des sites d'Islay (Bruichladdich) et de La Barbade (Mount Gay).

À périmètre constant, la consommation d'énergie est en baisse de 4% par rapport au précédent exercice et s'élève à 19 238 MWh.

## Consommation totale d'énergie



La consommation totale d'énergie s'élève à 5,92 kWh par caisse standard, hors Domaines Rémy Martin. Pour ces derniers, la consommation totale d'énergie représente 73,39 kWh par hectolitre de vin. À périmètre constant, la consommation totale d'énergie est de 3,74 kWh/caisse standard, stable par rapport à 2012/2013.

**Concernant les énergies directes (gaz et fioul),** la consommation totale est de 19 640 MWh, en hausse de 78% par rapport à l'exercice précédent, avec l'intégration de Mount Gay et Bruichladdich dans le reporting (indicateur GRI EN3).

À périmètre constant, la consommation est en baisse de 14% par rapport au précédent exercice et s'élève à 9 501 MWh.

La consommation totale d'énergie directe passe de 2,03 à 3,86 kWh par caisse standard (indicateur GRI EN4), hors Domaines Rémy Martin. Pour ces derniers, la consommation totale d'énergie directe représente 59,18 kWh par hectolitre de vin.

La consommation d'énergie directe pour le site de Cognac passe de 2 712 à 1 964 MWh, soit une baisse de 28% due principalement à un hiver moins rigoureux nécessitant moins de chauffage des locaux.

Pour les mêmes raisons, le site d'Angers enregistre une baisse de 6%, passant de 6161 MWh à 5 778 MWh. La consommation d'énergie directe pour les Domaines Rémy Martin passe de 2 184 à 1 758 MWh, soit une baisse de 19% due principalement à une récolte moins abondante en 2013/2014 suite à de mauvaises conditions climatiques printanières.

**Concernant l'énergie indirecte (électricité),** le relevé de consommation inclut désormais le site d'Islay (Bruichladdich). Les consommations d'électricité passent de 9041 MWh à 9 998 MWh, soit +11%. On enregistre une hausse de 6% à périmètre constant, avec des valeurs qui passent de 9 041 à 9 584 MWh (indicateur GRI EN4). Ceci est dû à l'augmentation de la consommation d'électricité du site de Cognac (+13%) en raison d'importants travaux d'extension menés cette année.

La consommation totale d'énergie indirecte s'élève à 2,06 kWh/caisse standard, hors Domaines Rémy Martin. Pour ces derniers, la consommation totale d'énergie indirecte représente 14,22 kWh par hectolitre de vin. À périmètre constant, la consommation totale d'énergie indirecte est de 2,01 kWh/caisse standard, soit une augmentation de 10% par rapport à 2012/2013.

Sur le site d'Angers, la consommation d'électricité est en baisse de 4%, passant de 2 612 à 2 499 MWh. Sur le site de Cognac, elle est en hausse de 13%, passant de 5 241 à 5 922 MWh. La consommation d'électricité pour les Domaines Rémy Martin passe de 478 à 422 MWh, soit une baisse de 12% due principalement à une récolte moins abondante en 2013/2014 suite à de mauvaises conditions climatiques printanières.

La consommation d'électricité du site de La Barbade est en hausse de 4%, passant de 710 MWh à 741 MWh, en raison de l'augmentation de la production du site (+29 %).

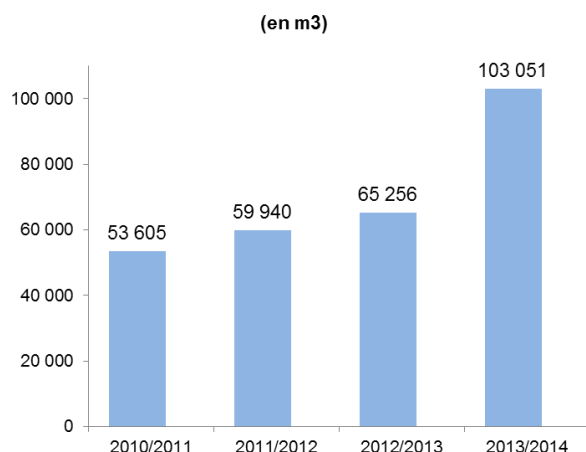
## Consommation d'eau

En augmentation de 58%, la consommation totale d'eau s'élève à 103 051 m<sup>3</sup>, avec l'inclusion dans le périmètre de reporting des sites de production de Mount Gay et Bruichladdich (indicateur GRI EN8). À périmètre constant, la consommation d'eau est en légère baisse (-2 %), passant de 65 256 à 63 690 m<sup>3</sup> d'eau consommée.

Sur le site d'Angers, la consommation d'eau est en très légère diminution (-1%), passant de 32 343 à 32 064 m<sup>3</sup> d'eau. Sur le site de Cognac, la consommation est en baisse de 7%, passant de 28 656 à 26 526 m<sup>3</sup> d'eau.

La consommation d'eau des Domaines Rémy Martin passe de 4 257 m<sup>3</sup> à 5 100 m<sup>3</sup>, soit une hausse de 20% due principalement à de mauvaises conditions climatiques pendant la période de vendanges et qui ont nécessité plus de nettoyage des matériels et des locaux. Les sites de production de Rémy Cointreau ne sont pas situés dans des zones de stress hydrique majeur.

### Consommation d'eau (INDICATEUR GRI : EN8)

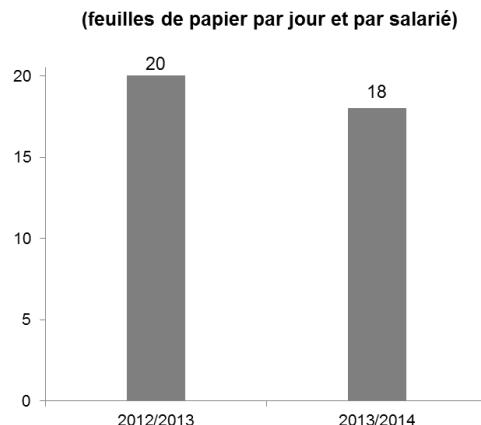
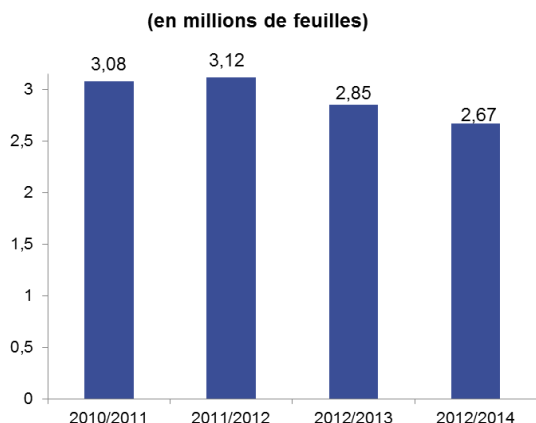


La consommation d'eau s'élève à 21,1 litres par caisse standard, hors Domaines Rémy Martin. Concernant ces derniers, la consommation totale d'eau représente 171,6 litres par hectolitre de vin.

## Consommation de papier bureautique

Cette année, la consommation de papier est en recul de 7%, passant de 2,85 à 2,67 millions de feuilles (indicateur GRI EN1), principalement dû à la poursuite des actions de sensibilisation du personnel aux économies de papier bureautique.

La consommation de papier représente 13,46 tonnes de papier, soit 18 feuilles de papier utilisées par jour et par salarié.



### 3.2.2 Nuisances sonores

Les études menées sur les sites concernant les niveaux sonores en limite de propriété (diurnes et nocturnes) ont été vérifiées. Les valeurs mesurées sont inférieures aux valeurs limites réglementaires. Les sites n'amènent donc pas de nuisances sonores à leur entourage. En interne, des mesures de bruit sont également effectuées dans le cadre de la protection des personnes. Là encore, les valeurs obtenues sont inférieures aux limites réglementaires.

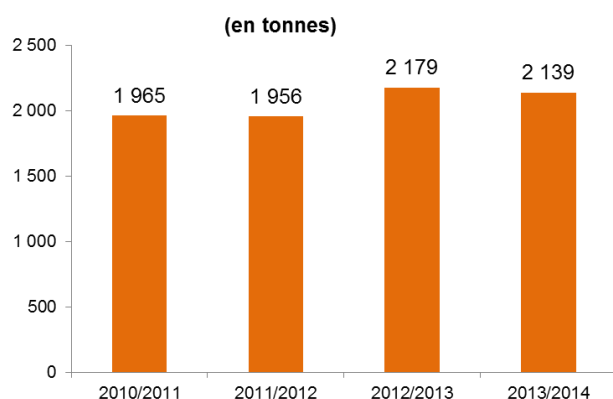
### 3.2.3 Déchets

Rémy Cointreau poursuit son action de réduction des déchets de ses sites avec une politique de sensibilisation du personnel sur le tri et la valorisation des déchets. De façon générale, les déchets des sites de production alimentent des filières de valorisation « matière » ou énergétique. Ils sont essentiellement constitués de déchets d'emballages (verre et carton).

Depuis septembre 2012, les DIB (Déchets Industriels Banals) du site d'Angers sont désormais utilisés et valorisés par une unité de cogénération d'énergie (chauffage urbain). Dans la même optique, Rémy Cointreau a mis en place depuis 2012 un partenariat avec les Ateliers du Bocage (région Poitou-Charentes) pour recycler ou réutiliser tous les téléphones mobiles usagés et le matériel électronique de téléphonie mobile.

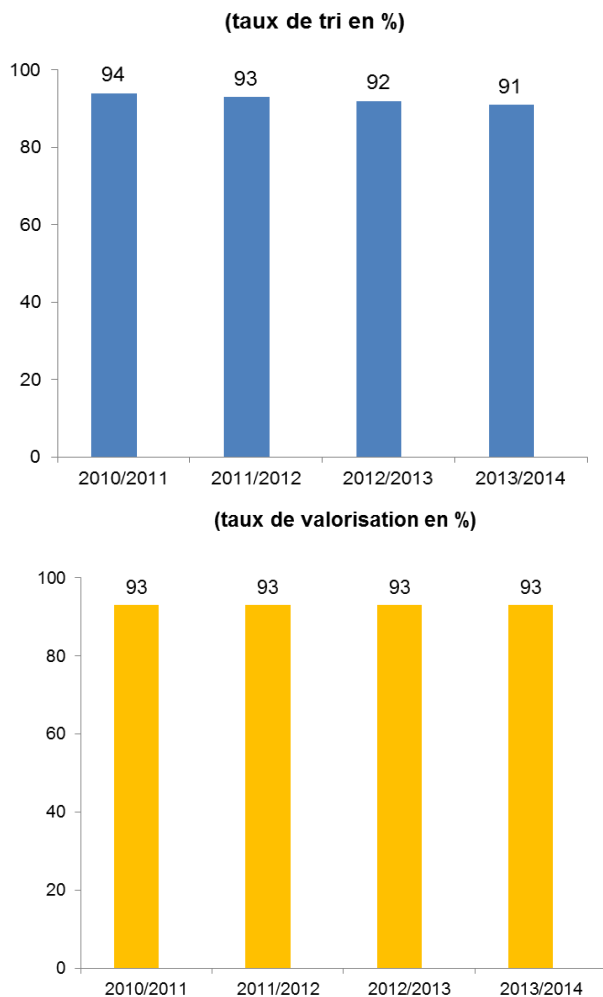
Le total de déchets (indicateur GRI EN22) a diminué de 2% sur l'exercice, passant de 2 179 tonnes à 2 139 tonnes, et ce même en tenant compte de l'intégration du site d'Islay. Les taux de tri et de valorisation restent globalement stables, respectivement mesurés à 91 et 93%. Sur le site d'Angers, les déchets, en hausse de 4%, passent de 1 251 tonnes à 1 299. Sur le site de Cognac, la quantité de déchets diminue de 19%, passant de 915 tonnes à 737 tonnes de déchets. Les taux de tri et de valorisation sont respectivement égaux à 97% et 100% à Angers. Ils sont égaux à 85% à Cognac et à 81% sur le site d'Islay. La quantité de déchets des Domaines Rémy Martin s'élève à 20 tonnes. Rapportée à la caisse standard, la quantité de déchets passe de 0,50 kg à 0,46 kg.

Quantité de déchets (indicateur GRI : EN22)





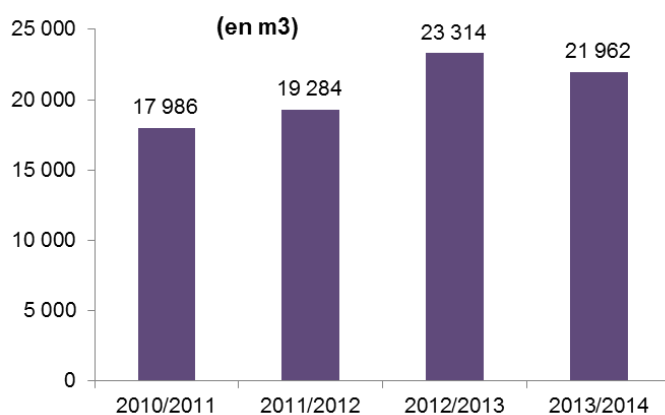
## Taux de tri des déchets et taux de valorisation des déchets



### 3.2.4 Effluents

Les rejets d'effluents sont en baisse de 6%, passant de 23 314 m<sup>3</sup> à 21 962 m<sup>3</sup> (indicateur GRI EN21). Ils sont stables sur le site de Cognac, passant de 7 444 m<sup>3</sup> à 7 412 m<sup>3</sup> et en baisse de 3% sur le site d'Angers, passant de 10 977 à 10 675 m<sup>3</sup>. Ils sont en forte baisse pour les Domaines Rémy Martin, passant de 4 893 m<sup>3</sup> à 3 875 m<sup>3</sup>, soit une diminution de 21% due principalement à une récolte moins abondante en 2013/2014 suite à de mauvaises conditions climatiques printanières. La quantité d'effluents par caisse standard passe de 4,21 litres à 4,36 litres. Concernant les Domaines Rémy Martin, la quantité d'effluents est stable, à 130 litres par hectolitre de vin produit.

Volume d'effluents (indicateur GRI : EN 21)



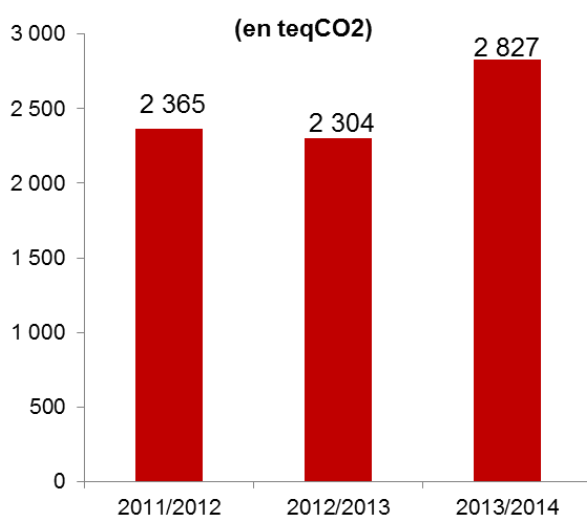
Concernant les sites d'Angers et de Cognac, la pollution des effluents, en sortie de site et avant traitement, atteint 24,1 tonnes de DBO et 37,1 tonnes de DCO. Après traitement par des stations d'épuration externes et retour au milieu naturel, la pollution est de 0,9 tonne de DBO et de 2,7 tonnes de DCO, hors Domaines Rémy Martin, en hausse par rapport aux valeurs 2012/2013 qui étaient respectivement de 0,6 et de 2,4 tonnes. Ces valeurs aboutissent à un taux d'effluents par caisse standard de 0,23 g de DBO et de 0,64 g de DCO.

### 3.2.5 Emissions de gaz à effet de serre

De nombreuses actions sont mises en place afin de maîtriser nos émissions de gaz à effet de serre. Depuis quelques années, l'usage de plus en plus systématique des vidéoconférences, la mise en service de véhicules électriques sur les sites d'Angers et de Cognac et les actions d'écoconception des produits ont permis de réduire nos émissions CO<sub>2</sub>.

La mesure des émissions de gaz à effet de serre a été étendue cette année aux Domaines Rémy Martin. Elles sont donc cette année en augmentation de 23% et atteignent 2827 teq CO<sub>2</sub>. A périmètre constant, elles sont en diminution de 5%, passant de 2 304 teq CO<sub>2</sub> à 2199 teq CO<sub>2</sub>. Par caisse standard, ces émissions sont stables par rapport à 2012/2013 et représentent 0,53 kgeq CO<sub>2</sub>.

Émissions de GES (Scope 1 & 2)



Les émissions de gaz à effet de serre (GES) ont diminué de 5% sur le site d'Angers avec 1 338 teq CO<sub>2</sub>, faisant passer les valeurs du scope 1 de 1 233 à 1 176 teq CO<sub>2</sub> (principalement en raison de la diminution de consommation de gaz) et celles du scope 2 de 169 à 162 teq CO<sub>2</sub> (indicateur GRI EN16). Ces émissions sont en diminution de 5 % sur le site de Cognac avec 861 teq CO<sub>2</sub>. Sur ce site, les valeurs du scope 1 sont passées de 562 à 478 teq CO<sub>2</sub>, celles du scope 2 de 340 à 384, en raison de l'augmentation de la consommation d'électricité suite à d'importants travaux d'extension menés cette année (indicateur GRI EN16).

Rémy Cointreau poursuit ses actions de réduction des émissions de GES. Elles ont permis de réduire ces émissions de 1 097 teq CO<sub>2</sub> (indicateur GRI EN18).

Les principales actions menées cette année sont les suivantes :

- Les actions d'écoconception qui font évoluer nos packagings. Elles ont engendré une réduction des émissions de GES de 118 teq CO<sub>2</sub> (sur les bases de ventes 2013/2014).
- L'utilisation des vidéoconférences : 699 teq CO<sub>2</sub> n'ont pas été émises cette année.
- La réduction des consommations d'énergie qui ont amené une réduction des émissions de GES de 272 teq CO<sub>2</sub>.

Le groupe continue également de réduire les émissions carbone générées par l'envoi des courriers postaux (site de Cognac). 79% du courrier est désormais expédié en lettres vertes (71% en 2012/2013).

### **3.2.6. Ecoconception**

Pour le développement de nouveaux packagings ou de nouveaux produits, Rémy Cointreau s'attache à évaluer en amont leur impact environnemental par un dispositif d'écoconception. Ainsi depuis 2010, chaque nouvel emballage est évalué grâce à un outil qui prend en compte le poids de l'emballage, l'UVC (l'unité de vente consommateurs), le volume de produit contenu et le trajet emprunté par le produit.

Cette année, les études menées ont participé à l'évolution de la nouvelle bouteille Cointreau. Le poids de cette bouteille a été réduit de 2%, représentant une économie de 118 tonnes de verre (sur les bases de ventes 2013/2014).

Toujours pour répondre à cette préoccupation de réduction des impacts environnementaux, le système de consigne des bouteilles de Mount Gay Rum à La Barbade a été maintenu cette année.

En France, pour la vente de ses produits durant l'année civile 2013, le groupe a utilisé 1592 tonnes d'emballages, dont 1 533 tonnes de verre, 23 tonnes de cartons et 19 tonnes de matériaux plastiques. Les 17 tonnes restantes sont constituées de matériaux divers (bois, aluminium, cristal, liège, etc.). Ces tonnages correspondent à un poids moyen d'emballage d'environ 950 grammes par litre de produit, stable par rapport à l'exercice précédent (indicateur GRI EN1).

En lien avec l'application du plan RSE 2015, Rémy Cointreau a également estimé les quantités de verre utilisées pour la fabrication des produits sur les sites d'Angers et Cognac et vendus dans le monde entier. Le tonnage total atteint 70 430 tonnes de verre, ce qui représente un poids moyen de verre par emballage d'environ 910 grammes par litre de produit (données de ventes 2012/2013).

### **3.2.7 Changement climatique et Biodiversité**

Concernant l'adaptation au changement climatique, le groupe participe activement depuis cette année aux actions menées par les instances interprofessionnelles qui traitent du sujet. A Cognac, les Domaines Rémy Martin ont intégré un programme d'études mené par les centres de recherche régionaux et nationaux sur l'adaptation des cépages au changement climatique.

L'érosion de la biodiversité est aujourd'hui une réalité scientifique. Conscient de son rôle face à cet enjeu primordial, Rémy Cointreau déploie depuis des années de nombreuses actions afin d'intégrer la préservation de la biodiversité dans l'ensemble de ses activités. Le recul de la couverture forestière est l'un des exemples les plus marquants de la dégradation des habitats naturels. C'est pourquoi le groupe s'engage depuis plusieurs années pour la préservation de la forêt.

En partenariat avec l'Office National des Forêts (ONF), après le reboisement de la forêt de Senonches, en Eure-et-Loir, qui a permis de replanter plus de 115 000 plants de chêne, Rémy Cointreau a soutenu la plantation de plus de 300 arbres et la mise en place de panneaux informatifs destinés à communiquer sur l'importance du maintien de la biodiversité dans le parc François 1er de la ville de Cognac, parc presque entièrement détruit lors de la tempête de 1999.

Dans la même optique, le groupe confirme les engagements pris les années précédentes concernant les plantations expérimentales de forêts alluviales et la préservation des abeilles, dont on connaît l'importance pour la préservation de la biodiversité, via la mise en place de jachères apicoles.

Cinq ruches supplémentaires ont été installées en Charente, ce qui porte à 10 le nombre total de ruches gérées en partenariat avec l'Association « Un toit pour les abeilles ». Dans les futurs projets de reboisement menés en partenariat avec l'ONF, le groupe intégrera également la protection des abeilles sauvages, notamment en installant des « hôtels » à abeilles.

Rémy Cointreau s'est par ailleurs lancé dans une initiative innovante avec la chambre d'agriculture de Charente. Dans la continuité des actions menées autour des jachères apicoles, le groupe, par l'intermédiaire des Domaines Rémy Martin, est maintenant totalement partie prenante dans un programme de recherche agronomique triennal sur les cultures de jachère les plus profitables pour les sols au repos, avec pour objectif de réduire l'usage des produits fertilisants lors des plantations futures de vignes.

## **4. Informations sociétales**

### **4.1 Citoyenneté : relations avec les parties prenantes**

Groupe d'envergure mondiale, Rémy Cointreau a une conscience aigüe des problématiques sociétales et de son impact local. En accompagnant le développement économique durable des territoires et en soutenant des actions solidaires, il contribue au progrès collectif.

Acteur notable de la vie économique locale, Rémy Cointreau s'implique aux côtés d'associations, d'écoles et d'universités, d'organismes dédiés au développement économique en apportant son expertise sur de nombreux sujets de réflexion ou en promouvant les vertus d'une démarche de RSE. Son engagement se traduit aussi par le soutien apporté aux associations régionales investies dans la promotion du développement durable.

Très attaché à diffuser une culture positive de la responsabilité des entreprises dans les cursus de formation, le groupe est par exemple intervenu auprès de promotions d'étudiants de Grandes Écoles dans la région Pays de Loire.

Membre du réseau des correspondants développement durable du comité Colbert, lequel défend les valeurs du luxe français, le groupe contribue à la mise en commun de bonnes pratiques en matière de RSE.

Rémy Cointreau soutient toujours activement les associations locales engagées pour le progrès social. Aux côtés de la Fondation de la Deuxième Chance depuis 10 ans, le groupe accompagne les personnes précaires dans l'établissement d'un projet professionnel viable. Au-delà du soutien financier apporté, ces personnes bénéficient d'un parrainage pour les aider dans la construction de leur dossier et la mise en place de leur projet dans les régions Poitou-Charentes et Champagne Ardennes.

## 4.2 Fournisseurs : partager nos exigences de responsabilité

Soucieux que ses fournisseurs pratiquent une activité responsable et désireux d'entraîner à sa suite le plus grand nombre possible d'entre eux dans une démarche d'évaluation de leurs pratiques, Rémy Cointreau a mis en place un système de reporting et d'audits sur ses fournisseurs-clés qui se répartissent en deux grandes catégories :

- les fournisseurs de production : matières premières (eaux-de-vie, ingrédients...) et articles de conditionnement (bouteilles, étuis, capsules...) ;
- les fournisseurs « hors production » : prestataires de services et de maintenance, agences de communication et marketing.

Un Code interne de conduite des achats intègre les principes du développement durable, basé notamment sur les 10 principes de la charte du Global Compact, organisation internationale à laquelle adhère Rémy Cointreau depuis 2003. Chaque contrat établi avec les fournisseurs fait référence à cette charte en précisant que le fournisseur doit respecter les principes qu'elle édicte, à savoir le respect et la promotion des droits de l'Homme et des principes de l'OIT, la préservation de l'environnement et la lutte contre la corruption.

**Concernant les fournisseurs de production**, le groupe maintient les actions d'évaluation RSE, d'audits et de plans de progrès déjà engagées depuis plusieurs années. Le questionnaire RSE qui est adressé aux fournisseurs prend appui sur les engagements du Global Compact. Il permet de vérifier de nombreux critères tels que la sécurité alimentaire, la mise en œuvre d'une politique de certification environnementale ou encore l'application de politiques sociales en lien avec le respect des droits de l'homme, du droit international du travail et de la lutte contre la corruption.

Une large majorité des fournisseurs a été d'abord sélectionnée sur deux critères : le chiffre d'affaires réalisé avec le groupe et/ou l'apport d'ingrédient-clé.

Au total, ce sont plus de 99% des fournisseurs de Rémy Cointreau (en chiffre d'affaires) qui ont été retenus et près de 90% (en nombre) ont effectivement été évalués sur leurs engagements et actions de responsabilité sociale. Les audits menés par les équipes du groupe permettent de compléter l'évaluation RSE.

En lien avec le plan RSE 2015, **les fournisseurs « Hors production »** sont intégrés dans le périmètre d'évaluation RSE avec l'objectif de faire progresser chaque année leur évaluation RSE. Le questionnaire qui leur est adressé est identique à celui dédié aux fournisseurs de production. En chiffres d'affaires, 75% des fournisseurs (+19 fournisseurs par rapport à 2012/2013) ont été retenus et 69% en nombre (+8 fournisseurs par rapport à 2012/2013) y ont répondu.

En s'appuyant sur une étroite collaboration entre les directions Achats et RSE, ces dispositifs permettent de diffuser une culture de responsabilité à laquelle le groupe tient particulièrement, puisque globalement les fournisseurs sélectionnés représentent 90% en chiffre d'affaires de l'ensemble des fournisseurs Rémy Cointreau (+48 fournisseurs par rapport à 2012/2013 / Indicateur GRI HR2) parmi lesquels 81% en nombre ont fait l'objet d'une évaluation RSE (+22 fournisseurs par rapport à 2012/2013 / Indicateur GRI HR2).

## 4.3 - Loyauté des pratiques

Rémy Cointreau entretient des relations de confiance avec ses fournisseurs et consommateurs. La rigueur des règles éthiques du groupe, applicables aux collaborateurs comme aux partenaires, est aussi la garantie d'une réussite commerciale durable. La recherche perpétuelle d'excellence de Rémy Cointreau se traduit dans son engagement éthique par une volonté de transparence maximale qu'il exprime par son adhésion à de nombreuses chartes éthiques.

## Une démarche de transparence guidée par un ensemble de documents de référence

L'éthique du groupe dans ses pratiques environnementales, sociales et commerciales est fondamentale pour garantir des relations de confiance avec les parties prenantes. Rémy Cointreau se fait un devoir de sensibiliser tous ses collaborateurs à ses engagements.

Pour assurer la transparence de ses pratiques, Rémy Cointreau s'appuie sur un ensemble de documents de référence :

- **charte du Global Compact** : adhérent au Global Compact depuis déjà plusieurs années, Rémy Cointreau tient à pérenniser cet engagement, garant de sa responsabilité et de l'inscription de sa politique dans les standards éthiques internationaux
- **charte de Responsabilité Sociale et Environnementale** : alignée sur la norme Iso 26000, elle est le socle de la politique RSE du groupe. La charte a été largement diffusée en français et en anglais. Décidé à la faire vivre au quotidien, et convaincu que la responsabilité est l'affaire de tous, Rémy Cointreau a accompagné sa diffusion en animant des actions de sensibilisation à l'ensemble du personnel
- **code éthique des affaires** : référentiel unique du groupe, il a été traduit dans les 13 langues parlées dans tout le groupe. Associant les règles de conduite propres à Rémy Cointreau et ses engagements RSE aux principes directeurs du Global Compact et de l'OCDE, il guide les pratiques commerciales, sociales et environnementales de tous les collaborateurs. Le Code aborde les thématiques suivantes en quatre grands chapitres :
  - responsabilité en affaires : respect des lois, concurrence, communication responsable, conflits d'intérêts, cadeaux et invitations, corruption,
  - responsabilité envers les autres : activités politiques, respect de la personne, consommation responsable, respect de l'environnement, santé et sécurité, engagements envers les clients, consommateurs et fournisseurs,
  - responsabilité envers l'entreprise : protection de la réputation de l'entreprise, confidentialité et délits d'initiés, actifs et ressources de l'entreprise, systèmes d'information et de communication, propriété intellectuelle, opérations de trésorerie, données commerciales et financières, activités illégales,
  - principes-clés.

Accessible à tous, les nouveaux collaborateurs y sont sensibilisés à leur arrivée.

La lutte contre la corruption s'appuie également sur l'envoi systématique d'une « no gift letter » à tous les fournisseurs.

Le respect du code éthique est vérifié par la Direction Audit du groupe.

- **chartes de communication responsable de Rémy Cointreau et de l'Union Des Annonceurs** : elles garantissent l'autoévaluation des campagnes de communication et le respect de principes promouvant une consommation modérée d'alcool
- **guide de consommation responsable dans le cadre professionnel** : réactualisé en 2012/2013, il a été remis à tous les collaborateurs français

## 4.4 Consommateurs

Rémy Cointreau s'efforce d'offrir à des clients exigeants des produits qui leur apportent une satisfaction qui va bien au-delà de leurs attentes. Une ambition toujours associée à la promotion d'une consommation responsable.

### Promouvoir une consommation responsable

La promotion de la consommation responsable est un aspect important de la RSE Rémy Cointreau. Le positionnement haut de gamme de nos produits nous impose à la fois sur le plan éthique et sur le plan business un engagement responsable fort sur la protection de nos consommateurs exigeants.

Cette responsabilité s'exprime par 2 axes :

- la promotion de la consommation responsable
- la promotion de la communication responsable

### ROLE CLE DE NOS ORGANISATIONS REPRESENTATIVES

C'est par une participation active aux Groupes de Travail Alcool et Société ou Alcool et Santé des organisations professionnelles que Rémy Cointreau collabore à la mise en place d'une stratégie responsable développée par l'ensemble de l'industrie des Spiritueux.

Les principales organisations sont :

- en France : la FFS (fédération française des spiritueux), FEVS (fédération des exportateurs de vins et spiritueux), Entreprise et Prévention, l'IREB (Institut de Recherche sur les Boissons)
- en Europe : Spirits Europe (fédération européenne des spiritueux)
- aux USA : Discuss
- en Chine : FSPA

L'objectif commun de toutes ces organisations est de développer des Plans d'action Alcool pour assister les gouvernements des pays dans la protection du consommateur par des engagements éthiques ainsi que des mesures d'autocontrôle de nos communications.

Par définition il est impossible d'avoir des résultats chiffrés sur ces opérations lourdes et à long terme. Néanmoins, cette année, les résultats de ces dialogues font que les organisations internationales (OMS, OCDE) considèrent que :

- l'objectif principal de nos actions est de combattre la consommation excessive d'alcool
- la voix de l'industrie des spiritueux est importante pour la mise en place de programmes de protection du consommateur et qu'en conséquence les organisations représentatives doivent être présentes lors des discussions traitant de la consommation responsable des consommateurs
- le principe d'autorégulation éthique en matière de promotion et de communication des Spiritueux est garant de la sécurité du consommateur
- l'Industrie des spiritueux continue d'améliorer l'information du consommateur par le packaging et le développement de sites web dédiés à la connaissance des risques alcool/santé

## INITIATIVES EN FAVEUR DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

De nombreuses initiatives confirment la volonté de Rémy Cointreau de s'engager dans la promotion de la consommation responsable de ses produits :

- application progressive en Europe et Asie des décisions volontaires d'imprimer sur nos packagings les logos protégeant la femme enceinte
- application volontaire en Europe d'indiquer sur nos packagings l'adresse web « responsable drinking.eu » qui est un portail permettant aux consommateurs de 25 pays européens d'avoir accès à une information complète sur les risques liés à l'abus d'alcool
- application volontaire en Chine des mentions de modération et de « Drink and Drive » sur toutes les communications des marques de Rémy Cointreau
- développement d'un onglet consommation responsable dans l'intranet Rémy Cointreau
- développement d'une sensibilisation à la consommation responsable sur les sites de production français

## CONTROLE DES COMMUNICATIONS DES MARQUES REMY COINTREAU EN 2013/2014

Le respect de la charte éthique de Rémy Cointreau abordant les points suivants :

- consommation responsable
- vertus particulières attribuées à l'alcool
- mineurs et autres populations vulnérables
- contenu en alcool
- activités à risque
- communication respectueuse

est assuré par le Comité de Communication Responsable (CCR) constitué de 10 membres représentant les Directions Affaires Publiques, Juridique, RSE, Marketing, Communication et Commerciales.

Le CCR participe aux réunions trimestrielles où les nouvelles initiatives de communication des marques sont présentées au Comex, notamment les nouveaux produits et nouvelles campagnes de communication associées.

Le CCR doit analyser au filtre des engagements éthiques de Rémy Cointreau toute communication nouvelle dont le montant global est supérieur à 100 000 euros (incluant la création et le plan media).

L'équipe Affaires Publiques en charge de l'animation du CCR a cette année vérifié auprès des directeurs de marques de Rémy Cointreau, que les nouvelles publicités avaient bien été communiquées au CCR.

Cette année, le CCR a validé 4 nouvelles campagnes :

- Vidéo Tease Dita Cointreau e-reporter
- Passoa Brasil 2014
- Passoa Red Shot
- Vidéo Cointreau Fizz Cocktail by Dita

Les autres communications utilisées au cours de l'année écoulée ont été développées les années précédentes. Globalement, ce sont donc 14 campagnes de communication qui ont été diffusées, dont 4 validées par le CCR cette année et 10 validées les années précédentes.



En 2013/2014, le CCR a mis en place un outil de contrôle permettant d'analyser les coûts des campagnes de communication (par pays, par marque, et par nature de dépenses) afin de garantir que le process de contrôle du CCR est appliqué et systématisé.

Cet outil amène la preuve que 100% des nouvelles créations et initiatives de communication sont communiqués au CCR et validées par la suite.

### **Entretenir des relations de qualité avec ses clients**

Rémy Cointreau suit très attentivement les demandes de ses consommateurs et y répond de la manière la plus rapide et la plus complète possible, par une veille permanente, notamment sur les réseaux sociaux. Le département Marketing Services développe régulièrement une politique au plus près des attentes du consommateur. Dans la même optique, des principes de respect des données privées sont édictés.

Pour répondre également aux attentes des consommateurs sur l'information environnementale des produits, Rémy Cointreau s'investit dans les réflexions menées sur ce sujet au sein de groupes de travail interprofessionnels. Des outils internes d'évaluation de l'impact environnemental des produits ont déjà été développés pour répondre aux demandes des réseaux de distribution et des consommateurs.

Les visites des sites sont à l'image de la recherche d'excellence du groupe. Des programmes sur-mesure, un accueil de qualité : l'offre d'œnotourisme de Rémy Martin à Cognac privilégie un lien chaleureux avec ses visiteurs, tout en proposant des parcours mettant en scène le savoir-faire lié aux spiritueux, leur patrimoine et leur histoire. Après l'obtention en 2012/2013 du Prix National de l'œnotourisme dans la catégorie « mise en valeur d'un caveau ou d'un site viticole », la qualité des « Rendez-vous Rémy Martin » a été reconnue par le Guide Vert Michelin.

Le site d'Angers a obtenu cette année le renouvellement de son label « Qualité Tourisme »  
Le groupe a également obtenu le label « Entreprise du Patrimoine Vivant », décerné par l'État français aux entreprises qui font vivre les savoir-faire artisanaux et la tradition d'excellence française.

### **Annexes :**

#### **1. *Tableau d'Indicateurs Environnementaux par sites***

#### **2. *Tableau d'Indicateurs Sociétaux***

#### **3. *Plan RSE 2015***

#### **4. *Respect des principes du Global Compact / Table de concordance***

## 1. Tableau d'Indicateurs Environnementaux par sites

	2011 / 2012	valeur / caisse standard	2012 / 2013	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin	2013 / 2014	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin
<b>Consommation totale d'énergie, en MWh, et en kWh pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>15315</b>	<b>3,56</b>	<b>20097</b>	<b>3,71</b>		<b>29638</b>	<b>5,92</b>	
dont Cointreau	7913	3,24	8773	3,52		8277	3,45	
dont E.Rémy Martin et C°	7402	3,99	7953	4,23		7886	4,50	
dont Domaines Rémy Martin			2661		71,0	2181		73,4
dont Mount Gay			710	2,22		893	2,17	
dont Bruichladdich						10400	139	
<b>Consommation d'énergie directe (gaz, fuel), en MWh, et en kWh pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin (Indicateur GRI : EN3)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>7384</b>	<b>1,72</b>	<b>11057</b>	<b>2,03</b>		<b>19640</b>	<b>3,86</b>	
dont Cointreau	5367	2,20	6161	2,47		5778	2,41	
dont E.Rémy Martin et C°	2017	1,09	2712	1,44		1964	1,12	
dont Domaines Rémy Martin			2184		58,3	1758		59,2
dont Mount Gay						153	0,37	
dont Bruichladdich						9986	133,25	
<b>Consommation d'énergie indirecte (électricité), en MWh, et en kWh pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin (indicateur GRI : EN4)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>7931</b>	<b>1,85</b>	<b>9041</b>	<b>1,82</b>		<b>9998</b>	<b>2,06</b>	
dont Cointreau	2546	1,04	2612	1,05		2499	1,04	
dont E.Rémy Martin et C°	5384	2,90	5241	2,79		5922	3,38	
dont Domaines Rémy Martin			478		12,7	422		14,2
dont Mount Gay			710	2,22		741	1,80	
dont Bruichladdich						414	5,53	
<b>Consommation d'eau, en m3, et en litres pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin (indicateur GRI : EN8)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>59940</b>	<b>13,95</b>	<b>65256</b>	<b>13,94</b>		<b>103051</b>	<b>21,12</b>	
dont Cointreau	32048	13,12	32343	12,96		32064	13,37	
dont E.Rémy Martin et C°	27892	15,03	28656	15,24		26526	15,13	
dont Domaines Rémy Martin			4257		113,6	5100		171,6
dont Mount Gay						14638	35,53	
dont Bruichladdich						24723	0,33	
<b>Consommation de papier, en millions de feuilles (indicateur GRI : EN1)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>3,12</b>		<b>2,85</b>			<b>2,67</b>		
dont Cointreau	0,66		0,46			0,72		
dont E.Rémy Martin et C°	1,78		1,59			1,20		
dont site de Paris	0,69		0,80			0,74		

	2011 / 2012	valeur / caisse standard	2012 / 2013	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin	2013 / 2014	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin
<b>Quantité de déchets, en tonnes, et en kg pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin (indicateur GRI : EN22)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>1956</b>	<b>0,46</b>	<b>2179</b>	<b>0,50</b>		<b>2139</b>	<b>0,46</b>	
dont Cointreau	1062	0,43	1251	0,50		1299	0,54	
dont E.Rémy Martin et C°	894	0,48	915	0,49		737	0,42	
dont Domaines Rémy Martin			13		0,35	20		0,67
dont Bruichladdich						83	1,11	
<b>Taux de tri des déchets, en %</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>		<b>92</b>			<b>91</b>		
dont Cointreau	96		96			97		
dont E.Rémy Martin et C°	89		87			85		
dont Bruichladdich						81		
<b>Taux de valorisation des déchets, en %</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>		<b>93</b>			<b>93</b>		
dont Cointreau	96		98			100		
dont E. Rémy Martin et C°	89		87			85		
dont Bruichladdich						81		
<b>Volume d'effluents, en m3, et en litres pour les valeurs par caisse standard ou hectolitre de vin (indicateur GRI : EN21)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>19284</b>	<b>4,49</b>	<b>23314</b>	<b>4,21</b>		<b>21962</b>	<b>4,36</b>	
dont Cointreau	10749	4,40	10977	4,40		10675	4,45	
dont E. Rémy Martin et C°	8535	4,60	7444	3,96		7412	4,23	
dont Domaines Rémy Martin			4893		130,5	3875		130,4
<b>Effluents : DBO, après traitement, en tonnes, et en grammes pour les valeurs par caisse standard (Indicateur GRI : EN21)</b>								
<b>TOTAL</b>			<b>0,61</b>	<b>0,14</b>		<b>0,94</b>	<b>0,23</b>	
dont Cointreau			0,61	0,24		0,91	0,38	
dont E. Rémy Martin et C°			0,01	< 0,01		0,03	0,02	
<b>Effluents : DCO, après traitement, en tonnes, et en grammes pour les valeurs par caisse standard (Indicateur GRI : EN21)</b>								
<b>TOTAL</b>			<b>2,40</b>	<b>0,55</b>		<b>2,65</b>	<b>0,64</b>	
dont Cointreau			2,25	0,90		2,49	1,04	
dont E. Rémy Martin et C°			0,16	0,08		0,16	0,09	
<b>Emissions de GES (Scopes 1), en teqCO2, et en kgeqCO2 pour les valeurs par caisse standard</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>1691</b>	<b>0,39</b>	<b>1795</b>	<b>0,41</b>		<b>2254</b>	<b>0,40</b>	
dont Cointreau	1131	0,46	1233	0,49		1176	0,49	
dont E. Rémy Martin et C°	560	0,30	562	0,30		478	0,27	
Dont Domaines Rémy Martin						601		20,21

	<b>2011 / 2012</b>	valeur / caisse standard	<b>2012 / 2013</b>	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin	<b>2013 / 2014</b>	valeur / caisse standard	valeur / hectolitre de vin
<b>Emissions de GES (Scopes 2), en teqCO2, et en kgeqCO2 pour les valeurs par caisse standard</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>674</b>	<b>0,16</b>	<b>509</b>	<b>0,12</b>		<b>573</b>	<b>0,13</b>	
dont Cointreau	216	0,09	169	0,07		162	0,07	
dont E. Rémy Martin et C°	458	0,25	340	0,18		384	0,22	
dont Domaines Rémy Martin						27		0,92
<b>Emissions de GES (Scopes 1 &amp; 2), en teqCO2, et en kgeqCO2 pour les valeurs par caisse standard (indicateur GRI : EN16)</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>2365</b>	<b>0,55</b>	<b>2304</b>	<b>0,53</b>		<b>2827</b>	<b>0,53</b>	
dont Cointreau	1347	0,55	1402	0,56		1338	0,56	
dont E. Rémy Martin et C°	1018	0,55	902	0,48		861	0,49	
dont Domaines Rémy Martin						628		21,14

## 2. Tableau d'Indicateurs Sociétaux

	2012 / 2013	2013 / 2014
<b>Fournisseurs de production</b>		
Nombre de fournisseurs sélectionnés	101	130
Taux de fournisseurs sélectionnés	99,5%	99,3 %
Nombre de fournisseurs évalués	101	115
Taux de fournisseurs évalués	100 %	88,5 %
<b>Fournisseurs Hors Production</b>		
Nombre de fournisseurs sélectionnés	68	87
Taux de fournisseurs sélectionnés	64,8 %	74,6 %
Nombre de fournisseurs évalués	52	60
Taux de fournisseurs évalués	76,5 %	69 %
<b>Total Fournisseurs</b>		
Nombre de fournisseurs sélectionnés	169	217
Taux de fournisseurs sélectionnés	87,6 %	89,9 %
Nombre de fournisseurs évalués	153	175
Taux de fournisseurs évalués	90,5 %	80,6 %

### 3. Plan RSE 2015

THEMES	ACTIONS 2013 / 2014	OBJECTIFS 2014 / 2015	OBJECTIFS 2015 / 2016
<b>GOVERNANCE RSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extension internationale du reporting RSE</li> <li>Diffusion internationale du code éthique</li> <li>Mise en œuvre du plan RSE 2015</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reporting RSE (objectif : extension internationale)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reporting RSE (objectif : extension internationale)</li> </ul>
<b>CONDITIONS DE TRAVAIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mises en place des procédures visant à garantir la non discrimination entre les hommes et les femmes à postes, compétences et niveaux d'expériences équivalents dans toutes les entités du groupe</li> <li>Objectif de taux d'absentéisme (&lt; 4%) atteint sur le périmètre de reporting suivi</li> <li>Objectifs de réduction du taux de fréquence et de gravité des accidents du travail atteint sur le périmètre de reporting suivi</li> <li>Attention particulière à l'intégration des personnes handicapées (actions menées en France pour favoriser l'emploi indirect des personnes handicapées - ateliers protégés)</li> <li>Accentuation de l'effort de formation de 17% sur le périmètre de reporting suivi</li> <li>Identification en concertation avec les représentants du personnel (France) des postes dont la pénibilité doit donner lieu à aménagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction des écarts de rémunération entre les hommes et les femmes à postes, compétences et niveaux d'expériences équivalents (objectif : réduire la disparité Hommes/Femmes)</li> <li>Suivi de l'absentéisme (objectif : taux d'absentéisme &lt; 4 %)</li> <li>Plans d'actions « Sécurité au travail » (objectif : réduction des accidents du travail et des maladies professionnelles)</li> <li>Attention particulière à l'intégration des personnes handicapées dans les effectifs (objectif : respect de la réglementation)</li> <li>Conception, développement et implémentation de programmes de formation (objectif : développement des carrières professionnelles)</li> <li>Etude d'aménagement de postes ciblés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction des écarts de rémunération entre les hommes et les femmes à postes, compétences et niveaux d'expériences équivalents (objectif : réduire la disparité Hommes/Femmes)</li> <li>Suivi de l'absentéisme (objectif : taux d'absentéisme &lt; 4 %)</li> <li>Plans d'actions « Sécurité au travail » (objectif : réduction des accidents du travail et des maladies professionnelles)</li> <li>Attention particulière à l'intégration des personnes handicapées dans les effectifs (objectif : respect de la réglementation)</li> <li>Conception, développement et implémentation de programmes de formation (objectif : développement des carrières professionnelles)</li> </ul>

THEMES	ACTIONS 2013 / 2014	OBJECTIFS 2014 / 2015	OBJECTIFS 2015 / 2016
VITICULTURE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de l'usage de produits phytosanitaires (- 14%)</li> <li>Sensibilisation environnementale des viticulteurs (56 % des adhérents de la coopérative AFC)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de l'usage de produits phytosanitaires (objectif : 16%)</li> <li>Sensibilisation environnementale des viticulteurs (objectif : création d'un référentiel Environnement)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de l'usage de produits phytosanitaires (objectif : 16%)</li> <li>Sensibilisation environnementale des viticulteurs (objectif : certifications AHVE)</li> </ul>
ENVIRONNEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energies, eau et papier (respectivement réduction de 4 %, de 2 % et de 7% à périmètre constant)</li> <li>Energies renouvelables (signature des contrats d'approvisionnement en énergies renouvelables / 21% des consommations des sites France)</li> <li>Emissions CO2 (bilan GES Scopes 1 &amp; 2 / réduction de 5 % des émissions GES à périmètre constant)</li> <li>Déchets (taux de tri : 91 % / taux de valorisation : 93 %)</li> <li>Effluents (DBO : 0,9 tonnes / DCO : 2,7 tonnes)</li> <li>Biodiversité (actions de préservation « Abeilles / Forêts »)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energies, eau et papier (objectif : optimisation des consommations)</li> <li>Energies renouvelables (21%)</li> <li>Emissions CO2 (objectif : bilan GES Scopes 1, 2 &amp; 3)</li> <li>Déchets (objectif : taux de tri et de valorisation &gt; 90%)</li> <li>Effluents (Objectif : DBO et DCO des rejets &lt; 5 tonnes)</li> <li>Biodiversité (objectif : actions de préservation « Abeilles / Forêts »)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energies, eau et papier (objectif : optimisation des consommations)</li> <li>Energies renouvelables (25%)</li> <li>Emissions CO2 (objectif : bilan GES Scopes 1 &amp; 2)</li> <li>Déchets (objectif : taux de tri et de valorisation &gt; 90%)</li> <li>Effluents (Objectif : DBO et DCO des rejets &lt; 5 tonnes)</li> <li>Biodiversité (objectif : actions de préservation « Abeilles / Forêts »)</li> </ul>
LOYAUTE DES PRATIQUES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charte RSE, chartes de communication et consommation responsables, code éthique interne (respect des chartes et codes / transparence des pratiques)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charte RSE, chartes de communication et consommation responsables, code éthique interne (objectif : respect des chartes et codes / transparence des pratiques)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charte RSE, chartes de communication et consommation responsables, code éthique interne (objectif : respect des chartes et codes / transparence des pratiques)</li> </ul>

THEMES	ACTIONS 2013 / 2014	OBJECTIFS 2014 / 2015	OBJECTIFS 2015 / 2016
<b>CITOYENNETE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acteur du développement durable des territoires : partages de bonnes pratiques RSE dans les domaines de l'enseignement et de l'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echanges de bonnes pratiques RSE dans les domaines de l'enseignement et de l'entreprise (objectif : être un acteur du développement durable des territoires / extension internationale)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echanges de bonnes pratiques RSE dans les domaines de l'enseignement et de l'entreprise (objectif : être un acteur du développement durable des territoires / extension internationale)</li> </ul>
<b>FOURNISSEURS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Achats durables et responsables (évaluation RSE des fournisseurs : taux de fournisseurs sélectionnés : 90 % / taux de fournisseurs évalués : 81 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Achats durables et responsables (objectif : évaluation RSE des fournisseurs / taux de fournisseurs sélectionnés : &gt; 92 % / taux de fournisseurs évalués : &gt; 85 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Achats durables et responsables (objectif : évaluation RSE des fournisseurs / taux de fournisseurs sélectionnés : &gt; 95 % / taux de fournisseurs évalués : &gt; 90 %)</li> </ul>
<b>CONSOMMATEURS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivi et validation des campagnes de communication (respect de la charte interne / taux de campagnes vérifiées et validées : 100 %)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivi et validation des campagnes de communication (objectif : respect de la charte interne / taux de campagnes vérifiées &gt; 95%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivi et validation des campagnes de communication (objectif : respect de la charte interne / taux de campagnes vérifiées &gt; 95%)</li> <li>Certification Iso 22000 du site de La Barbade (Mount Gay)</li> <li>Certification Iso 9001 du site d'Islay (Bruichladdich).</li> </ul>



#### 4. Respect des principes du Global Compact / Table de concordance

Table de concordance RSE basée sur le respect des principes de la Charte Global Compact		
Principes de la Charte Global Compact		Informations associées
Droits de l'Homme	1. Promouvoir et respecter la protection des droits de l'homme	pages: 3 à 11 21 et 22 29 à 32
	2. Ne pas être complices de violations de ces droits	
Normes du travail	3. Soutenir la liberté d'association et le droit à la négociation collective	
	4. Éliminer les formes de travail forcé et obligatoire	
	5. Abolir réellement le travail des enfants	
	6. Éliminer la discrimination en matière d'emploi	
Environnement	7. Adopter une démarche fondée sur le principe de précaution en matière d'environnement	pages: 11 à 20 26 à 28 30 à 32
	8. Promouvoir une plus grande responsabilité environnementale	
	9. Développer et diffuser les technologies respectueuses de l'environnement	
Lutte contre la corruption	10. Agir contre la corruption sous toutes ses formes	pages: 21 et 22 30 à 32