

UN AN APRÈS LA PRÉSENTATION DE SES OBJECTIFS POUR 2025, PEPSICO ANNONCE DES RESULTATS POSITIFS DANS LE CADRE DE SON PROGRAMME *PERFORMANCE WITH PURPOSE*

Le Groupe annonce d'importants progrès réalisés par rapport à ses objectifs pour 2025, concernant le profil nutritionnel de ses produits, son approvisionnement en ressources durables et sa consommation d'eau.

*Purchase, New York, 13 octobre 2017 – Dans le cadre de son programme **Performance with Purpose**, PepsiCo annonce d'importants progrès dans les trois piliers de son programme (Products, Planet, People). Ces améliorations n'ont pas eu d'impact sur la performance économique du Groupe, qui a reversé 7 milliards de dollars à ses actionnaires cette année.*

PepsiCo réaffirme dans son dernier rapport RSE sa volonté d'initier un changement durable à travers *Performance with Purpose*, à l'échelle du groupe PepsiCo mais aussi de l'industrie agroalimentaire mondiale.

*« L'année dernière, nous avons renforcé notre programme **Performance with Purpose**, notre projet d'entreprise visant à l'excellence économique tout en prenant à cœur les défis environnementaux et sociétaux », a déclaré Indra K. Nooyi, Présidente Directrice Générale de PepsiCo. « Depuis, nous avons travaillé sans relâche à la réalisation de nos objectifs pour 2025, en améliorant le profil nutritionnel de nos produits, en réduisant notre impact environnemental et en accompagnant le développement des communautés locales partout où nous exerçons nos activités. Comme le montre le rapport de cette année, nous réalisons des progrès significatifs dans le monde entier. »*

Les chiffres-clés du rapport RSE 2016 de PepsiCo sur les 3 piliers :

- **Produits** : En 2016, PepsiCo a réduit les quantités de sucres ajoutés, d'acides gras saturés et de sodium dans son portefeuille de boissons et snacks par rapport à 2015[1]. Le Groupe a également développé son activité avec le lancement de produits plus sains, augmentant ainsi le chiffre d'affaires net de sa catégorie de produits « Everyday Nutrition » qui représente désormais 27 % de son chiffre d'affaires total. PepsiCo a également offert plus de 260 millions de ses produits les plus nutritifs à des communautés dans le besoin.
- **Planète** : PepsiCo a réalisé un quart de ses objectifs pour 2025 en matière de consommation annuelle d'eau en compensant localement près de 2,7 milliards de litres dans les régions sujettes à la sécheresse. Le Groupe a également collaboré avec la

Fondation PepsiCo et ses partenaires pour assurer l'accès à une eau potable pour plus de 2 millions de personnes rien qu'en 2016 (soit 11 millions de personnes au total entre 2006 et 2016).

- **Humain** : En étendant son programme Sustainable Farming Initiative (SFI – Initiative pour une Agriculture Durable), le groupe PepsiCo s'est engagé aux côtés des agriculteurs auprès desquels il s'approvisionne à hauteur de 34 % en matières premières agricoles. Ce programme a vocation à les aider à mener à bien leur activité tout en réduisant leur consommation d'eau et leurs émissions de gaz à effet de serre. PepsiCo s'est également engagé en matière de parité hommes/femmes et comptait ainsi 38 % de femmes à des postes de direction en 2016. Enfin, PepsiCo a accompagné la formation de 6 millions de femmes et jeunes filles grâce à des investissements financiers auprès des communautés défavorisées dans les pays dans lesquels le groupe est implanté (atteignant déjà près de 50 % de ses objectifs pour 2025).

Bien que des progrès significatifs aient été réalisés dans un grand nombre de domaines du programme *Performance with Purpose* pour 2025, Mehmood Khan, Vice-président et Directeur Scientifique de PepsiCo, en charge de la Recherche et du Développement, a souligné qu'une action coordonnée à l'échelle mondiale demeure toutefois indispensable pour relever les défis majeurs en matière de santé publique et de nutrition, de réchauffement climatique ainsi que de raréfaction des ressources et de droits de l'homme.

« Le système alimentaire mondial a atteint son point d'inflexion », a-t-il déclaré. « L'intégralité du réseau qui réunit les agriculteurs, les négociants, les producteurs, les fournisseurs, les fabricants et les distributeurs qui nourrissent notre planète doit accepter le changement. Cette année, j'ai été encouragé par les réactions positives reçues à l'annonce de nos objectifs dans le cadre de Performance with Purpose. Nous avons tout à fait conscience que le chemin est encore long pour atteindre l'ensemble de nos objectifs mais nous croyons que des efforts conjoints de la part des acteurs de l'industrie permettront de créer un avenir plus sain et durable pour tous. »

PepsiCo a également annoncé des mesures destinées à améliorer sa transparence et à offrir à toutes les parties prenantes un meilleur accès aux informations du programme *Performance with Purpose* et ses enjeux de responsabilité sociétale. Le Groupe a ainsi lancé A-Z Topics, un nouvel outil interactif disponible sur pepsico.com. Cet outil remplace l'ancien rapport « Global Reporting Initiative Report » et permet d'obtenir des informations régulièrement mises à jour sur les mesures, la gouvernance et les résultats mis en œuvre par PepsiCo dans le cadre de ses objectifs pour 2025.



A propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont dégustés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. PepsiCo a enregistré un chiffre d'affaires net de plus de 63 milliards de dollars en 2015, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'épicerie et de boissons : Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, Bénénuts, Quaker, Lay's ou Doritos, etc. Composé d'une large gamme de boissons et de produits d'épicerie savoureux, le portefeuille de produits PepsiCo comporte notamment 22 marques phares générant chacune un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet Performance with Purpose, notre profonde conviction que la performance de l'entreprise est intimement liée à la durabilité du monde dans lequel nous évoluons.

L'amélioration continue de notre portefeuille, le respect de l'environnement, l'accompagnement au développement des populations, est ce qui permet à PepsiCo d'être une entreprise mondiale performante qui crée de la valeur à long terme pour la société et pour nos actionnaires. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com.

À propos de PepsiCo France :

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme *Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, Bénénuts, Quaker, Lay's ou Doritos* etc. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet « *Performance With Purpose* », notre vision pour réaliser des performances à long terme en intégrant la notion de durabilité dans notre stratégie commerciale, laissant ainsi une empreinte positive sur la société et l'environnement. Cette conviction nous conduit à proposer une gamme de boissons et de produits alimentaires alliant plaisir et bien-être, réduire au maximum notre impact environnemental et enfin s'investir auprès de nos collaborateurs et des communautés locales.