



Le Groupe PepsiCo annonce ses objectifs pour 2025 en matière de responsabilité sociétale, destinés à répondre à l'évolution des besoins des consommateurs et de la société

Le plan de PepsiCo est d'optimiser l'évolution de son portefeuille de produits en matière de nutrition, réduire son impact environnemental et accompagner le développement des populations au niveau mondial.

- *Au moins deux tiers des boissons PepsiCo devront contenir au maximum 100 calories provenant des sucres ajoutés pour 33 cl en 2025. Ainsi, PepsiCo mettra l'accent sur la vente de produits sans calories ou faibles en calories.*
- *Un objectif de réduction de 15% de l'eau utilisée dans ses matières premières agricoles directes dans les régions sujettes à la sécheresse – une économie équivalente à la totalité de l'eau utilisée dans la fabrication des produits de PepsiCo.*
- *Une réduction de 20% de l'émission de gaz à effet de serre dans la chaîne de valeur de l'entreprise, y compris son approvisionnement agricole, d'ici 2030.*
- *En partenariat avec la Fondation PepsiCo, un investissement de 100 millions de dollars pour soutenir des initiatives bénéficiant à plus de 12,5 millions de femmes et de jeunes filles dans le monde.*

PURCHASE, N.Y., 18 octobre 2016 – PepsiCo, Inc. (NYSE: PEP) vient d'annoncer des objectifs ambitieux en matière de responsabilité sociétale au niveau mondial, visant à la croissance du Groupe en répondant aux évolutions des besoins des consommateurs et de la société. Les efforts du Groupe ont pour objectif d'améliorer la relation entre les populations et leur alimentation à horizon 2025. Ils devront permettre d'optimiser le profil nutritionnel des produits PepsiCo, et rendre le système alimentaire global plus durable et les populations locales plus prospères.

Ces nouvelles initiatives s'inscrivent dans l'engagement de longue date de PepsiCo: *Performance with Purpose* (donner du sens à la performance). Cette vision novatrice, lancée en 2006, est basée sur la conviction profonde que la performance de l'entreprise est intimement liée à la durabilité du monde dans lequel nous évoluons.

"Pour réussir aujourd'hui dans ce monde changeant et volatil, les entreprises doivent exceller dans trois domaines : atteindre des résultats financiers solides, réaliser cette performance de manière durable et répondre aux besoins de la société" a déclaré Indra Nooyi, Présidente Directrice Générale de PepsiCo. "Les dix premières années du programme Performance with Purpose ont démontré qu'une entreprise pouvait être performante tout en agissant de manière responsable. Nous avons su créer de la valeur pour nos actionnaires, tout en prenant des mesures importantes pour répondre aux priorités environnementales, sociales et nutritionnelles dans le monde entier."



“La mission de PepsiCo est loin d’être achevée et nos nouveaux objectifs visent à consolider nos progrès ainsi qu’à étendre notre champ d’actions”, ajoute Indra Nooyi. “Nous avons établi un plan en lien avec les objectifs de Développement Durable des Nations Unies et nous sommes convaincus que les mesures prises contribueront à faire grandir PepsiCo dans les années à venir. Les sociétés comme PepsiCo ont une opportunité – et une responsabilité – extraordinaire non seulement de croître, mais de le faire de manière profitable pour les communautés”.

Trois piliers pour une croissance durable

Les objectifs *Performance with Purpose* de PepsiCo pour les dix années à venir se concentrent sur trois grandes priorités :

1. Contribuer à une meilleure alimentation grâce à un portefeuille de produits (Products) au profil nutritionnel optimisé.
2. Protéger notre planète (Planet).
3. Responsabiliser et valoriser les populations (People) dans le monde entier.

PepsiCo poursuit une stratégie globale pour progresser sur ces trois axes grâce à son activité économique et ses partenariats. Les objectifs du Groupe ont été nourris par les recherches scientifiques les plus récentes, les attentes des consommateurs, le dialogue avec les parties prenantes majeures et le programme de Développement Durable 2030 des Nations Unies.

En poursuivant ce programme, les actions de l’entreprise iront de pair avec une répartition responsable des ressources, le respect des objectifs financiers et la création de valeur pour les actionnaires. Le Groupe est convaincu que la réalisation de ces objectifs permettra d’améliorer sa performance et le rendement financier à long terme.

"Au cours des dix dernières années, PepsiCo est devenu un modèle pour les entreprises mondiales en démontrant que l’association des intérêts commerciaux et sociétaux est le secret pour obtenir des résultats financiers solides", a déclaré Bill George, chercheur à la Harvard Business School. "L'exemple de PepsiCo nous rappelle que la performance des multinationales ne s'évaluent plus uniquement à leurs résultats financiers à court terme. Elles peuvent et doivent jouer un rôle moteur au sein de la société et les entreprises qui adoptent cet état d'esprit atteindront de meilleures performances pour les actionnaires et le monde qui nous entoure. "

Products

L’ambition de PepsiCo est de proposer un portefeuille de produits toujours plus large, avec un meilleur profil nutritionnel, sans faire de compromis sur le goût.

En lien notamment avec les dernières recommandations nutritionnelles de l’Organisation Mondiale de la Santé, le Groupe continuera de faire évoluer son offre pour répondre à l’évolution des besoins des consommateurs, en réduisant les quantités de sucres ajoutés, d’acides gras saturés et de sodium dans les produits de son portefeuille.

Le Groupe s’est fixé au niveau mondial les objectifs suivants pour 2025:



- Au moins deux tiers des boissons PepsiCo devront contenir au maximum 100 calories provenant des sucres ajoutés pour 33 cl.
- Au moins trois-quarts des produits d'épicerie PepsiCo ne devront pas contenir plus de 1,1 grammes d'acides gras saturés pour 100 calories.
- Au moins trois-quarts des produits d'épicerie PepsiCo ne devront pas contenir plus de 1,3 milligramme de sodium par calorie.
- La croissance de la catégorie appelée « *everyday nutrition* » (produits du quotidien) devra être supérieure à celle des autres catégories. Les produits « *everyday nutrition* » désignent ceux contenant des céréales complètes, des fruits, des légumes, des produits laitiers, des protéines et qui contribuent à l'hydratation.
- Les populations et les consommateurs les plus défavorisés auront accès, grâce à PepsiCo, à au moins trois milliards de portions d'aliments ou boissons parmi les plus nutritifs.

L'entreprise réaffirme également son engagement à respecter ses codes de conduite sur l'étiquetage et la publicité à destination des enfants. PepsiCo poursuivra, dans ces domaines, son engagement au côté de l'industrie.

Planet

L'ambition de PepsiCo est de réduire l'impact environnemental du système alimentaire grâce à une meilleure efficacité de ses activités de fabrication et de distribution ainsi qu'à la mobilisation de ses fournisseurs et partenaires.

L'entreprise soutient l'accord de Paris sur le Climat (COP 21) et s'efforcera de réduire son impact environnemental, tout en poursuivant sa croissance. Elle continuera d'améliorer l'efficacité de ses activités de fabrication et de distribution, tout en élargissant son périmètre d'action à l'intégralité de sa chaîne de valeur.

Afin de protéger la planète, PepsiCo s'efforcera d'avoir un impact positif net sur la ressource en eau ; de réduire significativement ses émissions de gaz à effet de serre, et plus particulièrement sur les émissions relatives à l'agriculture et aux emballages; de favoriser un approvisionnement responsable de ses matières premières agricoles; et de réduire ses déchets.

“La planète fait face à des défis sans précédent exigeant que nous transformions radicalement notre façon de développer l'économie, de nourrir la population et d'offrir des emplois décents”, a déclaré le Dr Andrew Steer, PDG du World Resources Institute. “Je salue l'envergure de l'initiative de PepsiCo et j'incite le Groupe à poursuivre son action sur ces questions importantes. PepsiCo démontre que les entreprises peuvent être des acteurs du changement et mettre en œuvre les solutions nécessaires pour se développer dans un monde aux ressources limitées.”



Plus précisément, PepsiCo prévoit de :

- D'ici 2025, réduire de 15% l'eau utilisée dans ses matières premières agricoles directes dans les régions sujettes à la sécheresse – une économie équivalente à la totalité de l'eau utilisée dans la fabrication des produits de PepsiCo.
- D'ici 2025, réduire de 25% l'eau utilisée dans ses propres usines et particulièrement dans les régions sujettes à la sécheresse. Cela viendra compléter les efforts de réduction de 25% de la consommation d'eau du Groupe réalisés depuis 2006.
- Compenser 100% de l'eau que l'entreprise consomme dans ses procédés de fabrication, dans les régions sujettes à la sécheresse. Cette compensation sera réalisée au sein du même bassin versant que la ressource d'origine.
- Avec la Fondation PepsiCo et ses partenaires, assurer l'accès à une eau potable pour 25 millions de personnes dans les régions les plus sujettes à la sécheresse d'ici 2025 : ce qui vient poursuivre les efforts commencés en 2006.
- D'ici 2030, réduire d'au moins 20%, en valeur absolue, les émissions de gaz à effet de serre dans la chaîne de valeur du Groupe, en collaborant avec les fournisseurs, les partenaires et les clients, pour réduire les émissions liées à l'agriculture, aux emballages et au transport.
- Avoir un approvisionnement responsable des matières premières agricoles, directes et indirectes d'ici 2020 et 2025. En lien avec ses engagements passés, PepsiCo prévoit d'atteindre 100% d'approvisionnement durable en huile de palme et sucre de canne d'ici 2020.
- Parvenir à zéro déchet en décharge dans ses activités directes, d'ici 2025.
- Réduire de 50% le gaspillage alimentaire généré par ses activités directes, d'ici 2025.
- Développer des emballages 100% collectables ou recyclables d'ici 2025 et tisser des partenariats pour accroître les taux de collecte et de recyclage.

People

Dans le cadre de ses activités de fabrication et d'approvisionnement, l'ambition de PepsiCo est de donner aux individus et aux populations les moyens pour se développer.

En accord avec les Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux Droits de l'Homme, PepsiCo porte une attention accrue au respect des droits de l'Homme dans toute sa chaîne d'approvisionnement. En outre, le Groupe prend de nouvelles initiatives pour promouvoir la diversité parmi ses collaborateurs, favoriser l'évolution des femmes et encourager le développement économique et social des populations dans le monde entier.



“Des milliers d'agriculteurs et de populations à travers le monde bénéficient des pratiques d'approvisionnement responsable de PepsiCo”, a déclaré Paul Rice, Président et Directeur général de Fair Trade aux Etats-Unis. “Au-delà d’améliorer les moyens de subsistance des familles et de contribuer à des évolutions sociales positives, l'approvisionnement responsable est de plus en plus important pour les consommateurs qui recherchent des produits en accord avec leurs valeurs comme ceux issus du commerce équitable”.

Plus précisément, PepsiCo prévoit de :

- Étendre son programme *Sustainable Farming Initiative* (SFI – Initiative pour une agriculture durable) à environ 3 millions d’hectares d’ici 2025, couvrant des matières premières représentant près des trois-quarts de ses dépenses agricoles. Le programme SFI de PepsiCo vise à promouvoir des pratiques agricoles responsables en matière d’environnement, à améliorer les rendements des cultures et le revenu des fermiers, et à respecter les droits de l’Homme.
- Étendre les principes du Code de Conduite des Fournisseurs du Groupe à tous les franchisés et partenaires. Ces principes s’appliquent déjà aux fournisseurs directs de PepsiCo.
- Investir 100 millions de dollars en partenariat avec la Fondation PepsiCo pour soutenir des initiatives bénéficiant à plus de 12,5 millions de femmes et de jeunes filles dans le monde, d’ici 2025.
- Continuer de développer la diversité, la solidarité et l’engagement. Ces efforts visent notamment à obtenir l’égalité homme/femme dans les postes de direction de PepsiCo et en matière de salaires.

Retrouvez les engagements Products, Planet, People de PepsiCo dans notre rapport RSE 2015 disponible sur www.pepsico.com/purpose.

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, Bénédicts, 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.



Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com

Déclarations prospectives

Cette communication contient des déclarations qui reflètent notre vision sur nos performances futures constituant des "déclarations prospectives" au sens de la *Private Securities Litigation Reform Act de 1995 et des lois et réglementations locales*.

Les déclarations prospectives concernent les phrases comprenant les termes «viser» «croire», «estimer», «prévoir», «avoir pour objectif», «avoir l'intention», «pouvoir», «planifier», «cibler» et «devoir», ou les déclarations énonçant des variantes de ces termes ou d'autres expressions similaires.

Les déclarations prospectives, comme son nom l'indique, comportent des risques et des incertitudes et les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux prévus dans ces déclarations, tels que les évolutions des produits, les changements de l'ordre du légal et du juridique, les initiatives réglementaires, l'imposition par n'importe quelle juridiction (à l'intérieur ou à l'extérieur des Etats-Unis), la création ou l'augmentation des taxes, les autres mesures qui auraient un impact sur les produits de PepsiCo et sur son programme, la capacité concurrentielle de PepsiCo, la capacité de PepsiCo à atteindre ses objectifs concernant les produits, les populations et la planète, les conditions économiques défavorables du pays où PepsiCo opère, et les autres facteurs discutés dans la section des facteurs de risque du rapport annuel le plus récent de PepsiCo dans le formulaire 10-K et des rapports suivants dans les formulaires 10-Q et 8-K.

Les investisseurs sont priés de ne pas se baser sur ces déclarations prospectives, qui ne sont valables qu'à la date où elles sont faites. PepsiCo décline toute obligation de mettre à jour les déclarations prospectives, que ce soit par l'envoi de nouvelles informations, d'événements futurs ou de toute autre manière.