Pernod Ricard e l'importanza delle informazioni nutrizionali

pernot-ricard-portfolio-a9025894

Il Gruppo Pernod Ricard, tra i leader mondiali nella produzione e distribuzione di vini e liquori, è la prima azienda del comparto a predisporre le informazioni nutrizionali per tutti i brand strategici. Un indirizzo web, talvolta associato ad un QR code per consentire l'accesso alle informazioni nutrizionali, sarà implementato gradualmente sulle etichette delle bottiglie. A livello di Gruppo sono disponibili online già l'85% di queste sezioni e l'obiettivo è di arrivare al 100% entro la fine del 2017.

È sicuramente un grande passo avanti nel processo di acquisizione di consapevolezza dei consumatori chevogliono essere sempre più informati e che adesso potranno accedere a tutte le dettaglinutrizionali dei prodotti strategici di Pernod Ricard in pochi istanti in qualsiasi luogo e momento.

"La tecnologia digitale è uno straordinario strumento che migliora la nostra interazione con i consumatori", afferma **Alexandre Ricard**, Presidente e CEO di Pernod Ricard. *"Un numero sempre più crescente di consumatori vogliono, infatti, informazioni utili e chiare circa i prodotti che consumano. Adesso possono accedere a dati relativi a tutti i nostri prodotti strategici in pochi istanti".*

Pernod Ricard per essere il più efficiente possibile su questo progetto, ha adottato un format univoco per i brand strategici per mostrare tutte le informazioni e i dati chiave in tabelle di facile lettura. Per migliorare la comprensione del consumatore e fornire l'accesso alle informazioni più rilevanti, il contenuto è espresso per unità di 10g di alcol, ma anche per la quantità più comune per ogni tipo di prodotto (ad esempio, 25 ml di cognac Martell o Chivas whisky, 150 ml per il vino Campo Viejo, etc.). Questa diversificazione consente di adottare diverse modalità di consumo e aiuta i consumatori a fare scelte responsabili.

Questa iniziativa del Gruppo riflette la comunicazione della Commissione europea del 13 marzo 2017, che invita tutti produttori dell'industria a garantire che adeguati messaggi di informazione nutrizionali

siano visualizzati su tutte le bevande alcoliche.

Più in generale, questa soluzione è in linea con gli impegni assunti nel 2013 da parte di Pernod Ricard e da altri importanti produttori mondiali di birra, vino e liquori, tutti i membri della IARD, che insieme hanno firmato un programma d'impegno per il 'bere responsabile' a 5 step, che include, fra gli altri, una maggiore informazione verso i consumatori. Per ulteriori dettagli sui progressi compiuti dal Gruppo Pernod Ricard per i 5 impegni presi, visitare il sito Smart Barometer.