

# LES ATELIERS

---

## LILLET®

---

Ein Ort der  
Inspiration und Stärkung,  
der Frauen dazu einlädt  
selbstbewusst zu sagen:

*Qiest  
ma vie*

Jetzt mehr erfahren unter  
<https://www.lillet.com/de-at/les-ateliers/>

Genieße LILLET verantwortungsvoll.

## VÉRONIQUE JACQUET : Créatrice de convivialité

La CCFA a le plaisir de rencontrer Véronique Jacquet, Directrice Générale de Pernod Ricard Austria, 42 ans, Française née à Jacksonville aux Etats-Unis. Après Sciences-Po Paris et un Master de Ressources Humaines, elle rentre chez Pernod Ricard par la branche Ressources Humaines. Elle se passionne pour l'écologie et a fait sienne la devise de Pernod Ricard, « Créateurs de convivialité » !

Die CCFA hatte das Vergnügen, Véronique Jacquet, Geschäftsführerin von Pernod Ricard Austria, kennenzulernen. Die 42-jährige Französin wurde in Jacksonville in den USA geboren und kam – nach einem Studium der Politikwissenschaften und einem Master in Human Resources in Paris – über den Personalbereich zu Pernod Ricard. Sie begeistert sich für die Umsetzung der ökologischen Wende und hat sich das Motto von Pernod Ricard zu eigen gemacht: „Créateurs de convivialité“

**CCFA : Chère Véronique, pourriez-vous tout d'abord nous en dire plus sur votre parcours avant et chez Pernod Ricard ?**

**Véronique Jacquet :** Mon parcours professionnel s'est fait presque intégralement chez Pernod Ricard, puisque j'ai rejoint l'entreprise pendant mon alternance de Master 2. J'ai choisi la voie Ressources Humaines pendant les 18 premières années de ma vie professionnelle, persuadée que m'occuper des personnes et les soutenir dans le développement de leurs talents serait plus riche, plus complexe et plus porteur de sens que toute autre fonction en entreprise ; je n'ai pas été déçue !

Mais je pense aussi que j'ai été heureuse dans cette fonction, en siège, en région et en filiale, parce que les dirigeants de Pernod Ricard ont toujours considéré que les personnes sont la source première de la performance de l'organisation, et que l'entreprise a pour mission de leur apporter du plaisir au travail et des opportunités de développement. C'est ce que confirment nos collaborateurs partout dans le monde lors de nos enquêtes d'opinion.

Mais finalement, c'est exactement le même objectif que je poursuis aujourd'hui, en tant que Directrice Générale depuis près de deux ans. Nous mettons en œuvre cette vision auprès de nos consommateurs : « créateurs de convivialité, nous cultivons la magie des relations humaines pour développer notre activité, transformer notre secteur et avoir un impact positif sur la planète. Notre ambition est de transformer chaque interaction sociale en moment de partage authentique et sincère. »

**« Notre ambition est de transformer chaque interaction sociale en moment de partage authentique et sincère. »**

**CCFA : Quels seront à votre avis les plus grands défis à relever ces prochaines années dans le monde et plus particulièrement en Autriche ?**

**V.J. :** Sans aucun doute, le défi majeur qui se posera dans les prochaines années et pour longtemps est celui de la transition écologique. L'énergie est la source première de la croissance économique depuis deux siècles et nous arrivons à un pic de production d'énergies fossiles dans un contexte où nous sommes loin d'être en mesure de les remplacer

par des énergies renouvelables. Il va falloir faire mieux avec moins, transformer l'ensemble pour le rendre plus durable, et donner plus de sens à notre action. Cela signifie pour une entreprise comme la nôtre d'avoir une stratégie de durabilité,

une stratégie de valeur et non de volumes, et de porter du sens. Avoir une stratégie de durabilité, cela veut dire que de la vigne (ou du blé, de l'orge...) au verre, nous sommes en mesure d'avoir une empreinte énergétique minimale. Cela signifie développer l'agriculture régénératrice, produire et recycler du verre de la manière la moins consommatrice possible en énergie, développer des circuits de logistique verte et éduquer nos ambassadeurs, les barmans, à la circularité sur leur lieu de travail. L'ambition est très forte dans le Groupe, où par exemple la marque Absolut est produite en Suède dans une usine neutre en carbone, et investit massivement dans la réduction de l'empreinte carbone de son verre. C'est un de nos axes majeurs aussi en Autriche. Nous sommes par exemple en train de présenter à nos clients notre ambition à deux ans de



Véronique Jacquet, Directrice Générale / Geschäftsführerin Pernod Ricard Austria

**Véronique Jacquet, « côté privé » :**

**Lieu et date de naissance :** Jacksonville, USA en 1980

**Formation :** Sciences Po Paris, Master 2 RH du CIPFOP (université Paris Assas)

**Famille :** mariée, 3 enfants

**Hobbies :** visite et histoire de l'Autriche, transformation écologique

**Philosophie de vie / devise :** créateurs de convivialité

suppression complète de nos étuis non recyclables, qui commencera à être mise en œuvre dès juillet. Et nous avons deux importants projets en phase de conception, l'un autour de la logistique verte et l'autre autour du développement de contenants alternatifs réutilisables à destination des bars.

Si je vous parle de notre stratégie de valeur, je commencerais par dire qu'aussi loin que mes presque 20 ans de Pernod Ricard remontent,



**Pernod Ricard** est le numéro 2 mondial des Vins et Spiritueux et produit et distribue plusieurs centaines de marques, notamment l'apéritif Lillet, la vodka Absolut, les gins Malfy et Monkey 47, les whiskies Jameson, Chivas et The Glenlivet ou encore l'amer Ramazzotti. Le chiffre d'affaires du Groupe est de 10 milliards d'euros et son effectif de 19.000 collaborateurs. Pernod Ricard Austria est leader spiritueux en Autriche, avec un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros, et compte 40 collaborateurs.

- Chiffre d'affaires (int. et en Autriche): 10 milliards €, 50 millions € en Autriche
- Effectif (int. et en Autriche): 19.000 et 40

nous avons toujours eu une stratégie de valeur que nous appelons la prémiumisation. C'est résolument un axe clé pour nous en Autriche. Nous proposons des produits qu'on peut qualifier de « luxe accessible », et la part des marques plus haut de gamme ne fait qu'augmenter. Le fait d'opter pour la valeur plutôt que le volume est également en cohérence avec notre engagement à lutter contre l'abus d'alcool. Nous pensons qu'il ne peut y avoir de convivialité dans l'excès et nous avons de nombreuses actions en faveur de cette éducation. Je vous donne un exemple. A l'Electric Love Festival qui rassemble 180.000 personnes en juillet à Salzburg, nous avons créé l'été dernier un stand de mise à disposition d'eau gratuite sous la bannière « Drink more water ». J'y étais : c'était le stand avec la plus longue file d'attente en soirée. Donc nous allons encore amplifier notre action en juillet prochain. Notre troisième axe stratégique, qui est un axe de développement car il est une attente de nos consommateurs et en particulier des jeunes adultes, est autour du sens que portent nos marques. Notre exigence est non seulement qu'elles soient produites et consommées de manière durable

et responsable, mais également qu'elles aient une empreinte sociétale positive.

#### **CCFA : Que pouvez-vous dire sur la parité homme-femme en entreprise chez Pernod Ricard ?**

**V.J. :** Je suis tout d'abord très heureuse de vous annoncer que nous venons de lancer en mars dans toute l'Autriche une nouvelle plateforme pour Lillet qui vise à promouvoir le « female empowerment ». Elle s'appelle « C'est ma vie » (en français) et vous la verrez s'amplifier dans les prochains mois et les prochaines années. Nous faisons parler des femmes qui ont pris leur vie en main, au-delà de ce que leur environnement attendait d'elles, et dont la réussite est inspirante. Nous lançons des tables rondes, des campagnes digitales, un site internet, des événements, des partenariats avec des réseaux féminins, et à partir de cet été nous créons une bourse d'étude qui proposera aux femmes des masterclass dans les domaines du leadership, de la création de nouveaux business, et de la transformation digitale notamment.

Sinon, d'un point de vue général, dans le Groupe Pernod Ricard, la parité homme-femme avance à grand pas, et vite. La parité salariale est acquise au niveau mondial, et la parité au niveau du leadership de l'entreprise est en très bonne voie au niveau mondial. C'est une réelle richesse d'avoir une entreprise diverse, non seulement en termes de genre, mais aussi de nationalité, de style de vie, etc. On réfléchit mieux et on prend de meilleures décisions, c'est certain. Et c'est plus convivial ! En Autriche, nous avons aujourd'hui un équilibre hommes-femmes des fonctions managériales dans tous les départements. Nous avons aussi

de multiples nationalités. Le mix « Autriche + Pernod Ricard » est visiblement attractif !

#### **CCFA : Quelques mots pour la CCFA ? Que pensez-vous de son rôle en Autriche ?**

**V.J. :** Si je m'exprime chronologiquement, je dirais que vous êtes les premiers à m'avoir accueillie dans ma fonction de chef d'entreprise française en Autriche, et je vous en remercie. Pour le clin d'œil, je me souviens de ma première conversation avec Céline Garaudy où je lui ai demandé de me présenter les autres Françaises qui dirigeaient des entreprises en Autriche, et comme la liste était un peu courte, on a vite élargi ! Et puis rapidement, j'ai été, je l'avoue, particulièrement impressionnée par l'empreinte de la CCFA en Autriche, non seulement auprès des chefs d'entreprises françaises mais aussi auprès des dirigeants de très beaux fleurons de l'industrie et des services autrichiens. A titre professionnel mais aussi personnel, cela m'apporte et m'enrichit beaucoup. 🇫🇷 🇦🇹

#### **Zusammenfassung:**

Im Interview mit der CCFA erzählt Véronique Jacquet, Geschäftsführerin von Pernod Ricard von ihrer Laufbahn und den Philosophien und Herausforderungen des Unternehmens. Eine besondere Rolle spielt hierbei die ökologische Wende, die Pernod Ricard mit mehr Nachhaltigkeit und Effizienz in der gesamten Produktionskette, der Förderung bewussten und reduzierten Konsums und sozialem Einsatz unterstützen möchte. So läuft aktuell eine Kampagne zu „female empowerment“, ein Thema das Pernod Ricard am Herzen liegt. Das Unternehmen hat in Österreich genauso viele Männer wie Frauen in Führungspositionen, strebt grundsätzlich nach mehr Diversität und sieht sein Personal als seine wertvollste Ressource an. Dieser Aspekt ist Véronique besonders wichtig und ist auch das, was sie ursprünglich in den Personalbereich geführt hat. Denn sie möchte, genauso wie Pernod Ricard, Menschen fördern, für Momente der Gemeinsamkeit sorgen und einen positiven Einfluss auf den Planeten haben. Abschließend bedankt sich Véronique bei der CCFA, die ihr Leben sowohl persönlich als auch professionell sehr bereichert hat. 🇫🇷