



CONCEVOIR UN AVENIR SANS FUMÉE

De réelles avancées vers un monde sans cigarettes

PRINCIPALES DONNÉES ESG ISSUES DE NOTRE RAPPORT INTÉGRÉ 2019



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

À propos de PMI

Philip Morris International (PMI) transforme l'industrie du tabac afin de concevoir un avenir sans fumée, l'objectif étant, à terme, de remplacer les cigarettes par des produits sans fumée, dans l'intérêt des adultes qui continueraient sans cela à fumer, de la société, de l'entreprise ainsi que de ses actionnaires.

Leader international sur le marché du tabac, PMI produit et commercialise des cigarettes, des produits sans fumée et les appareils électroniques et accessoires associés, ainsi que d'autres produits contenant de la nicotine sur divers marchés en dehors des États-Unis. Suite à l'autorisation accordée par la Food and Drug Administration américaine, PMI fournit par ailleurs à Altria Group, Inc. une version de son dispositif IQOS (plateforme 1) et les consommables associés qui sont commercialisés

sous licence aux États-Unis. PMI bâtit un avenir fondé sur une nouvelle catégorie de produits sans fumée qui, bien que non dépourvus de risque, sont largement préférables que continuer de fumer des cigarettes. PMI s'appuie sur des compétences pluridisciplinaires en développement de produit, des installations de pointe et des avancées scientifiques afin de concevoir des produits sans fumée répondant aux attentes des consommateurs adultes et respectant les dispositions réglementaires strictes en vigueur. Le portefeuille de solutions sans fumée IQOS de PMI inclut des produits du tabac à chauffer, ainsi que des produits délivrant une vapeur contenant de la nicotine. Selon les estimations de PMI, au 31 décembre 2019, environ 9,7 millions de fumeurs adultes à travers le monde avaient cessé de fumer et adopté le produit du tabac à chauffer commercialisé par PMI dans 52 marchés (grandes villes et pays).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.pmi.com ►
www.pmiscience.com/fr ►

Couverture : Collaborateurs récoltant des échantillons de feuilles de tabac sur le site de recherche botanique de PMI, où l'équipe s'emploie à sélectionner des variétés plus résistantes aux maladies et aléas naturels et qui réduisent l'empreinte environnementale.

À propos du présent document



Conformément à ses engagements en matière de transparence et de communication, PMI a publié son premier Rapport intégré – cinquième document d'information sur le développement durable – qui fait suite à la publication, en mai 2019, de son dernier rapport sur le développement durable.

Le présent document contient une synthèse de notre approche et de nos performances en matière de gestion des principaux enjeux de développement durable abordés dans les quatre piliers de notre stratégie.

Pour en apprendre davantage sur les avancées réalisées jusqu'à présent, nous vous invitons à lire l'intégralité de notre Rapport intégré 2019 (www.pmi.com/IntegratedReport2019 ►).

Ce document se fonde sur une analyse formelle de matérialité des enjeux de développement durable, actualisée en 2019 et prenant en considération le point de vue des parties prenantes, ainsi que nos impacts sur le développement durable.

Des informations concernant d'autres questions liées au développement durable chez PMI sont disponibles sur la page PMI.com/sustainability. ►

Sauf indication contraire, les données figurant dans ce rapport englobent l'ensemble de nos activités dans le monde pour l'exercice 2019 ou reflètent la situation au 31 décembre 2019. Lorsque cela n'est pas précisé dans le texte, les données sont issues d'estimations de PMI.

N'hésitez pas à nous faire part de vos retours concernant le présent document en nous écrivant à l'adresse sustainability@pmi.com.

Dates clés

1847

M. Philip Morris ouvre une boutique à Londres, sur Bond Street, pour vendre du tabac et des cigarettes.

1902

Philip Morris & Co., Ltd. est constituée en société à New York.

1908

La marque *Marlboro*, qui deviendra la plus connue de l'entreprise, est créée et déposée.

1919

Une nouvelle entreprise baptisée Philip Morris & Co. Ltd., Inc. est constituée en Virginie. Dix ans plus tard, elle commence à produire des cigarettes dans son usine de Richmond.

1963

L'entité fait l'acquisition des Fabriques de Tabac Réunies de Neuchâtel (Suisse), une entreprise familiale qui produisait des cigarettes *Marlboro* sous licence depuis 1957.

1972

Marlboro devient la cigarette la plus vendue au monde.

1985

Philip Morris Companies Inc. devient une holding et fait l'acquisition de General Foods. Au cours de la décennie suivante, l'entreprise acquiert d'autres acteurs du secteur de l'agroalimentaire, dont Kraft Foods et Jacobs Suchard.

1987

Philip Morris International Inc. (PMI) est constituée en société d'exploitation au sein de la holding Philip Morris Companies Inc.

2001

Le centre opérationnel de PMI quitte New York pour Lausanne, en Suisse.

2003

Philip Morris Companies Inc. est renommé Altria Group, Inc. Elle demeure la société mère de Kraft Foods Inc., Philip Morris International, Philip Morris USA et Philip Morris Capital Corporation.

2008

PMI est constituée en société distincte d'Altria Group, Inc.

2009

PMI présente son nouveau site de recherche et développement basé à Neuchâtel, en Suisse.

2014

PMI commercialise IQOS, un système qui chauffe le tabac, en Italie et au Japon.

2016

PMI annonce son ambition de bâtir un avenir sans fumée et réoriente ses ressources vers le développement et la vente responsable de produits sans fumée validés sur le plan scientifique.

2020

Le Conseil d'administration de PMI adopte la Déclaration d'intention de PMI, qui réaffirme l'engagement de l'entreprise de bâtir un avenir sans fumée.

Sommaire

Vue d'ensemble

COVID-19	1
Création de valeur chez PMI	2
Lettre du Président	3
Déclaration d'intention de PMI	4
Vue d'ensemble des performances de PMI	7
Indicateurs de transformation de l'activité	8
PMI et le développement durable	9

Indicateurs de performance

Performances en matière de classements ESG	28
Déclarations prospectives et mises en garde	29

Bien que le présent document porte sur l'exercice 2019, le COVID-19 et son impact sur l'entreprise pourraient avoir des répercussions sur les ambitions, objectifs et plans qui y sont évoqués. Les ambitions et objectifs ne constituent pas des projections financières. Par ailleurs, les résultats futurs pourraient être affectés par des risques, incertitudes et hypothèses inexacts. Merci de vous référer à la section Déclarations prospectives et mises en garde à la page 29.

PILIER 1	Innover pour améliorer les produits	12
	Impact des produits sur la santé	13
	Accès à des produits sans fumée	15
PILIER 2	Atteindre l'excellence opérationnelle	16
	Pratiques commerciales responsables	17
	Gestion durable de la chaîne d'approvisionnement	18
	Respect des droits de l'Homme	20
PILIER 3	Prendre soin des personnes avec lesquelles nous travaillons	21
	Bien-être socio-économique des communautés productrices de tabac	22
	Santé, sécurité et bien-être au travail	23
PILIER 4	Protéger l'environnement	24
	Protection du climat	25
	Prévention du mauvais geste mégot	26
	Éco-conception des produits et cycle de vie des produits	27

COVID-19

Au cours de la dernière décennie, la démarche de développement durable a progressé à de nombreux égards, l'accent étant de plus en plus mis sur la recherche de solutions. L'objectif n'est plus seulement d'identifier les problèmes à résoudre, mais de déterminer comment le secteur privé pourrait promouvoir des changements positifs et aider les collectivités en difficulté.

Les mégatendances sont des évolutions notables qui façonnent nos vies. Elles se distinguent des tendances classiques par leur durée, leur ampleur et l'échelle de leurs répercussions. Bien que l'émergence du COVID-19 ait pris le monde entier de court, les pandémies ont été, sont et resteront une menace potentielle et une mégatendance.

L'ère du COVID-19 aura des effets fondamentaux sur l'approche du développement durable, car les périodes de grands changements imposent des adaptations urgentes.

La pandémie nous a forcés à revoir certains de nos projets. Elle nous a aussi poussés à veiller à ce que la création de valeur pour l'ensemble des parties prenantes soit indissociablement liée au développement durable.

Luttant activement contre la pandémie depuis son déclenchement, PMI prévoit et mène des initiatives dans plus de 60 pays où vivent et travaillent les collaborateurs de l'entreprise. Des dons financiers et en nature ont ainsi été effectués, et les équipes se sont engagées bénévolement pour soutenir les efforts locaux de lutte contre le virus et aider les personnes les plus affectées.

Dans les pays où cela était légalement possible, l'entreprise a notamment fourni des équipements de protection individuelle à ses partenaires commerciaux, épaulé les soignants, facilité l'approvisionnement en produits essentiels à la lutte contre le COVID-19 et apporté un soutien financier aux institutions et organisations non gouvernementales (ONG) œuvrant pour mettre un terme à cette crise. À la fin du mois de mai 2020, les dons (financiers et en nature) octroyés par PMI s'élevaient à plus de 31 millions USD, l'entreprise ayant souvent répondu aux demandes d'aide des pouvoirs publics.

L'adaptation de la chaîne de valeur dans le but de mieux affronter la crise constitue un exemple concret de la transformation de PMI.

La hausse de la demande en gel hydroalcoolique liée à la pandémie de COVID-19 ayant entraîné d'importantes difficultés d'approvisionnement, nous

avons temporairement réorganisé la production de certains secteurs de nos usines afin d'en fabriquer en grandes quantités. Ces gels ont, pour l'essentiel, été distribués aux établissements hospitaliers locaux et aux communautés vulnérables, afin de contribuer à la lutte contre la propagation du coronavirus.

Les scientifiques du laboratoire Génomique et Transcriptomique du Cube, le centre de R&D de PMI basé à Neuchâtel, ont aidé les hôpitaux locaux à analyser les prélèvements nasopharyngés inactivés de patients soupçonnés d'être infectés par le COVID-19 en utilisant le protocole de RT-qPCR recommandé par l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Ces analyses ont été réalisées dans le respect des règles de sécurité correspondant à un niveau de biosécurité 2 et des bonnes pratiques de laboratoire (BPL) de l'OMS. Les données brutes anonymisées étaient ensuite transmises aux hôpitaux pour être interprétées. Le Cube continuera à analyser des lots d'échantillons jusqu'à ce que les établissements hospitaliers soient en mesure de répondre à la forte demande actuelle en tests de dépistage du COVID-19.

L'engagement de PMI envers ses salariés fait partie intégrante de la réponse globale de l'entreprise face à la pandémie de COVID-19. Nous avons défini un ensemble de principes directeurs qui illustrent notre détermination à préserver l'emploi, la sécurité et la sérénité de nos collaborateurs tout au long de la pandémie, en garantissant l'emploi et la stabilité financière et en accordant des gratifications exceptionnelles venant saluer les efforts accomplis.

Création de valeur chez PMI

Notre modèle de création de valeur décrit notre activité et la façon dont nous répartissons nos ressources afin de générer de la valeur à long terme pour l'entreprise et les parties prenantes.

Notre mission

Accélérer la fin de la cigarette

Notre démarche

Remplacer les cigarettes par des produits moins nocifs avec ou sans tabac et contenant de la nicotine dans l'intérêt des adultes qui continueraient sans cela à fumer

Natures de capital

-  Humain
-  Intellectuel
-  Industriel
-  Naturel
-  Financier
-  Social

La présentation des informations de ce visuel s'appuie sur le cadre de référence portant sur le reporting intégré publié par l'IIRC (International Integrated Reporting Council).

Moyens		Résultats	
APPROVISIONNEMENT			
<ul style="list-style-type: none">  11,4 Mrd USD Dépenses annuelles consacrées à la chaîne d'approvisionnement  >33 200 Fournisseurs dans le monde  335 000 Tabaculteurs sous contrat avec PMI et nos fournisseurs dans 24 pays 	<ul style="list-style-type: none">  3 Principales matières premières achetées hors tabac : carton d'emballage imprimé, mèches d'acétate pour la fabrication des filtres, et papier fin  315 000 Tonnes de tabac emballé achetées 	<ul style="list-style-type: none">  84 % Achats réalisés auprès de fournisseurs évalués préalablement par notre plateforme d'audit  88 % Des actions urgentes menées pour lutter contre le travail des enfants dans notre chaîne d'approvisionnement en tabac ont trouvé une solution 	<ul style="list-style-type: none">  97 % De tabac acheté sans risque de déforestation de forêts anciennes  61 % Réduction de l'intensité en CO₂e liée au séchage du tabac par rapport à 2010
R&D			
<ul style="list-style-type: none">  465 Mio USD Dépenses totales de R&D, dont 98 % liées aux produits sans fumée  2 Grands Centres de R&D 	<ul style="list-style-type: none">  942 ETP dans la R&D (scientifiques, ingénieurs, techniciens et personnel support) 	<ul style="list-style-type: none">  5 800 Brevets mondiaux déposés en lien avec les produits sans fumée  365 Publications scientifiques par PMI depuis 2008 	<ul style="list-style-type: none">  27 Études d'évaluation toxicologique menées par PMI sur les produits sans fumée
PRODUCTION ET OPÉRATIONS			
<ul style="list-style-type: none">  38 Sites de production en propre - dont 8 consacrés aux produits sans fumée - et 28 fabricants tiers  0,9 Mrd USD Dépenses d'investissement  4,0 Mio Mètres cubes d'eau utilisés dans nos usines 	<ul style="list-style-type: none">  73 542 Nombre de collaborateurs représentant plus de 125 nationalités, dont 41,7 % de femmes  9,5 Mio Gigajoules d'énergie consommés (usines, bureaux et parc de véhicules PMI)  A Notation de crédit à long terme par Standard & Poor's et Fitch ; A2 par Moody's  132 Mrd USD Capitalisation boursière (au 31 décembre 2019) 	<ul style="list-style-type: none">  39 % Réduction des émissions de CO₂e dans les scopes 1 et 2 depuis 2010  84 % Déchets recyclés dans nos usines  0,12 Taux de fréquence des accidents avec arrêt pour 200 000 heures travaillées  29,8 Mrd USD Chiffre d'affaires net, dont 18,7 % générés par les produits sans fumée 	<ul style="list-style-type: none">  +16 Taux de recommandation net des collaborateurs  86,6 % Du personnel formé au Guide de la réussite PMI  2,3 Mrd USD Montant d'impôts sur les sociétés versés  >465 000 Bénéficiaires de nos contributions sociales  72,1 Mrd USD Montant des droits d'accise sur les produits de PMI collectés
VENTE AU DÉTAIL ET CONSOMMATEURS			
<ul style="list-style-type: none">  71 % Des dépenses commerciales liées aux produits sans fumée  23 Centres d'appels  5,9 Mio Grossistes et revendeurs 	<ul style="list-style-type: none">  24 000 Voitures et utilitaires dans le parc automobile de PMI  199 Boutiques IQOS et plus de 3 000 points de contact/vente exclusifs IQOS  679 000 Revendeurs commercialisant des consommables pour produits sans fumée de PMI 	<ul style="list-style-type: none">  Env. 140 Mio Consommateurs de nos produits  13,6 Mio Utilisateurs IQOS, dont 9,7 Mio ont cessé de fumer et adopté exclusivement IQOS  71 % Des utilisateurs IQOS ont cessé de fumer et adopté IQOS 	<ul style="list-style-type: none">  0,87 Taux d'accidents de la route impliquant des véhicules PMI (par million de kilomètres parcourus)  52 Marchés sur lesquels IQOS est commercialisé  >827 000 Mégots de cigarettes ramassés par les collaborateurs PMI lors du World Cleanup Day

Lettre du Président



Bonjour à toutes et à tous,

PMI fabrique des produits contenant de la nicotine élaborés à partir de tabac ou dérivés du tabac. Bien que les produits combustibles constituent toujours la grande majorité de nos ventes, nous cherchons à les remplacer totalement par des produits sans fumée ni combustion offrant une meilleure alternative pour la santé des consommateurs qui continueraient sans cela à fumer des cigarettes combustibles. Depuis 2016 et l'annonce de notre vision d'un avenir sans fumée, le volume annuel de nos expéditions de produits combustibles a diminué de 114 milliards d'unités. Venant en complément aux politiques publiques qui visent à dissuader l'entrée dans le tabagisme et à promouvoir le sevrage, près de la moitié de cette baisse peut être attribuée à notre action volontaire pour inciter de nombreux fumeurs adultes qui n'auraient sans cela pas cessé de consommer des cigarettes. La hausse des volumes des expéditions de nos produits sans fumée (+52 milliards d'unités sur la même période) témoigne de cette incroyable transformation de l'activité.

La voie pour dérouler notre stratégie est claire : en 2019, nous sommes parvenus à accroître notre part de marché globale sur le segment des produits contenant de la nicotine, et avons enregistré de solides résultats financiers. Notre résultat opérationnel ajusté s'est établi à 11,8 milliards USD, en hausse de 11,2 % par rapport à l'année précédente, à structure comparable et hors effets de change. Nous devons cette progression à la hausse des volumes de ventes et du nombre d'utilisateurs de produits sans fumée, aux hausses de prix des produits combustibles, aux retombées positives de nos programmes de réduction des coûts et à une hausse de l'exploitation de nos infrastructures existantes dédiées à nos produits sans fumée.

Nous avons également amélioré nos performances dans un certain nombre de domaines ESG (Environnement – Social – Gouvernance), consolidé notre stratégie de développement durable et défini de nouveaux objectifs ambitieux pour nos principaux enjeux de développement durable. PMI continue ainsi à jouer un rôle moteur en matière de lutte contre

“ La stratégie de développement durable recoupe celle de l'entreprise, et les enjeux ESG constituent des enjeux opérationnels. Voilà ce sur quoi nous tenons à insister dans notre premier rapport intégré.

le changement climatique. Nous figurons sur la liste A du CDP pour notre action en faveur du climat et la gestion de l'eau, et avons obtenu un A- pour la préservation de la forêt. Nous figurons par ailleurs à nouveau au palmarès Supplier Engagement Leaderboard du CDP.

Nous nous sommes fixé pour objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2030 à l'échelle de l'entreprise, et d'ici 2050 pour l'ensemble de la chaîne de valeur. Nous souhaitons également réduire nos émissions, conformément au scénario de réchauffement climatique mondial à 1,5 °C.

Nous avons aussi fixé un nouvel objectif environnemental ambitieux pour les déchets plastiques et la fin de vie de nos produits et, plus particulièrement, pour éviter le mauvais geste du jet du mégot au sol. Nous avons élaboré et déployé des plans complets visant à réduire de 50 % d'ici 2025 le volume de déchets plastiques générés par nos produits. S'agissant des impacts sociaux, je tiens à souligner l'importance que nous accordons à la prévention du tabagisme et à celle de l'usage de produits contenant de la nicotine par les jeunes. Tous nos marchés ont pour mission de renforcer et de moderniser les programmes destinés à empêcher les jeunes d'accéder à ces produits. Qui plus est, nous nous sommes donné pour priorité de faire en sorte que, d'ici 2023 au plus tard, l'intégralité de notre portefeuille d'appareils électroniques sans fumée soit équipée d'une technologie de vérification de l'âge.

En matière de diversité, d'égalité et d'inclusion, je reconnais que nous devons encore réaliser des progrès significatifs. Même si nous sommes fiers d'être la première multinationale à avoir obtenu la certification mondiale EQUAL-SALARY en mars 2019. Plus récemment, j'ai nommé un Responsable mondial de la diversité, placé sous mon autorité directe, dont la mission consiste à intensifier nos efforts pour créer un environnement de travail plus inclusif et diversifié.

Toutes ces avancées sont importantes, mais il ne fait de doute pour personne chez PMI que remplacer les cigarettes par des alternatives moins nocives est le plus grand service que nous puissions rendre à la société. Cette ambition est la pierre angulaire de notre stratégie, et constitue la première de nos priorités en matière de développement durable. Il y a trois ans, nous nous sommes donné un objectif ambitieux : faire en sorte que, d'ici 2025, au moins 40 millions de consommateurs adultes aient cessé de fumer et adopté exclusivement nos produits sans fumée. Je suis convaincu qu'il est possible d'arrêter définitivement de vendre des cigarettes dans de nombreux pays d'ici 10 à 15 ans. Mais pour y parvenir, les producteurs et les pouvoirs publics devront travailler main dans la main.

En mars 2020, le Conseil d'administration de PMI a publié la Déclaration d'intention de l'entreprise, qui figure dans le présent document. Celle-ci confirme que nous transformons volontairement notre activité de l'intérieur afin de conduire notre industrie vers un avenir sans cigarettes, tout en répondant aux besoins des parties prenantes et en garantissant la pérennité à long terme de notre entreprise.

L'adhésion des équipes en interne dépend de la clarté des objectifs. Pour les entreprises bien établies telles que la nôtre, qui obtiennent de solides résultats depuis des décennies, le changement n'est pas aisé. Les collaborateurs restent naturellement fidèles à l'approche qui a porté des résultats.

D'avantage que la peur de l'échec, c'est la bonne exécution qui représente un frein majeur à la réussite de la transformation d'une entreprise, et je consacre une grande partie de mon temps à m'assurer que nous possédions l'état d'esprit et les capacités organisationnelles nécessaires.

“ Il ne fait de doute pour personne chez PMI que remplacer les cigarettes par des alternatives moins nocives est la plus grande contribution positive que nous puissions apporter à la société. Cette ambition est la pierre angulaire de notre stratégie, et constitue la première de nos priorités en matière de développement durable.

Depuis le lancement de notre produit sans fumée IQOS, nous avons énormément progressé en termes d'organisation, de savoir-faire, d'exécution opérationnelle et de la prise en compte du développement durable dans la conduite de nos activités. Pour avancer encore plus vite, nous devons renforcer notre capacité à rester à l'avant-garde en matière d'approche centrée client, de technologie, de science et d'innovation. L'objectif est de mettre à profit le potentiel scientifique hors pair de PMI et de définir les grandes lignes de la stratégie de l'entreprise concernant les nouveaux produits et services allant au-delà du tabac et de la nicotine.

Nous continuons à faire face au scepticisme de parties prenantes. Un certain nombre d'organisations internationales, d'ONG, de médias et d'universitaires ne sont pas convaincus que la réduction des risques qu'offrent les alternatives sans fumée pourrait être un axe de politique de santé publique, ou estiment que notre stratégie n'est rien de plus que de la poudre aux yeux. Dans de nombreux aspects de la vie, la réduction des risques constitue une approche tout à fait admise, qu'il s'agisse de limiter la teneur en sel et en sucre des aliments et boissons ou de réduire les émissions de carbone en se tournant vers la mobilité électrique. Les alternatives sont rarement sans risque pour la santé ou sans impact environnemental, mais les améliorations des produits sont toujours les bienvenues lorsqu'elles sont scientifiquement fondées. Je suis absolument convaincu que les personnes qui fument des cigarettes, le produit nicotinique le plus nocif qui soit, devraient avoir la possibilité d'opter pour de meilleures alternatives. Nous poursuivrons par conséquent nos efforts et continuerons à aller au-devant des sceptiques pour leur expliquer le bien-fondé de notre vision et de nos actions. Écouter attentivement et montrer que nous prenons les critiques au sérieux sont des aspects essentiels de notre transformation.

La stratégie de développement durable recoupe celle de l'entreprise, et les enjeux ESG constituent des enjeux opérationnels. Voilà ce sur quoi nous tenons à insister dans notre premier rapport intégré ainsi que dans le présent document. Nous espérons que ces éléments vous apporteront un meilleur éclairage sur PMI, les défis auxquels nous sommes confrontés et les progrès que nous avons accomplis depuis l'annonce de notre vision d'un monde sans fumée en 2016. N'hésitez pas à réagir, à nous poser des questions et, surtout, à nous soutenir dans notre démarche : devenir une entreprise résolument tournée vers le développement durable.

André Calantzopoulos
Président

Déclaration d'intention de PMI

En 2016, Philip Morris International Inc. (PMI), groupe industriel du tabac, a annoncé sa nouvelle ambition : concevoir un avenir sans fumée en consacrant ses ressources au développement et à la commercialisation responsable de produits sans fumée scientifiquement validés qui sont moins nocifs que les cigarettes, l'objectif étant de remplacer totalement ces dernières aussi rapidement que possible. Ces alternatives innovantes ne brûlent pas le tabac, ne produisent pas de fumée et génèrent par conséquent des niveaux nettement plus faibles de composés cancérogènes et de substances toxiques que les cigarettes.

“

PMI estime qu'avec la mise en place d'un dispositif réglementaire adapté et le soutien de la société civile, les ventes de cigarettes pourraient cesser d'ici 10 à 15 ans dans de nombreux pays.

Dans le prolongement de la Lettre aux actionnaires adressée par le Conseil d'administration figurant dans le « Proxy Statement 2017 » de PMI, nous souhaitons réaffirmer notre intention et rappeler que, alors que PMI poursuit sa transformation et sa réorganisation, les efforts qu'elle entreprend pour offrir des alternatives sans fumée attractives aux fumeurs adultes actuels et les convaincre de les adopter ne souffrent pas. L'entreprise doit poursuivre ses efforts pour gagner la confiance et la coopération active de nombreuses parties prenantes, qu'il s'agisse de ses partenaires opérationnels, des régulateurs ou encore des autorités sanitaires. Un avenir sans fumée est à notre portée, et représente une opportunité pour les personnes qui continueraient sans cela à fumer, et donc pour la santé publique en général. Mais le groupe ne pourra pas y parvenir seul. C'est seulement avec le concours des pouvoirs publics et de la société civile, que nous pourrions optimiser le potentiel de progrès qu'apportent les alternatives sans fumée, encadrées et réglementées, à une politique de lutte contre le tabagisme.

La recherche de meilleures alternatives pour les fumeurs adultes

Fumer provoque des maladies graves, et la meilleure façon de se protéger des méfaits du tabac est de ne jamais commencer à fumer, ou d'arrêter de fumer. Pendant des décennies, la lutte antitabac a été axée sur l'adoption de mesures fiscales et d'encadrement marketing strictes, afin de dissuader les personnes de commencer à fumer ou de les encourager à arrêter. Ces approches doivent être poursuivies. Ceci étant, si le taux de prévalence tabagique continue à diminuer lentement, l'Organisation Mondiale de la Santé prévoit que, d'ici 2025, le chiffre estimé de 1,1 milliard de personnes fumant des produits du tabac soit globalement stable sous l'effet de la croissance démographique.

Bien qu'elle crée une dépendance et ne soit pas dépourvue de risque, la nicotine n'est pas la première cause de maladies liées au tabac. Ce sont les substances chimiques nocives libérées ou produites par la combustion du tabac et contenues dans la fumée qui en sont les premières responsables. Éliminer la combustion du processus de consommation des produits contenant de la nicotine permet de réduire significativement leur toxicité. Grâce aux avancées rapides de la science et des technologies ainsi qu'à une forte mobilisation de PMI, ces produits sont aujourd'hui une réalité.

Le portefeuille de produits sans fumée de PMI comporte actuellement des plateformes qui chauffent le tabac, qui vaporisent des liquides à base de nicotine, ou qui ne contiennent que de la nicotine, le tout sans combustion. Le développement et la production de ces solutions respectent des normes strictes afin de garantir un niveau élevé et constant de qualité. L'évaluation scientifique qui démontre leur potentiel de réduction des risques par rapport à la consommation de cigarettes s'appuie sur des études précliniques et cliniques rigoureuses, ainsi que sur des études toxicologiques des systèmes complexes. Les résultats des recherches sont accessibles au public, ont été évalués par un comité de lecture et soumis à de nombreuses autorités de contrôle, dont la Food and Drug Administration américaine. Au vu de l'ensemble des preuves scientifiques apportées, l'entreprise considère avec confiance que l'adoption complète de ces produits est susceptible de représenter moins de risques que continuer à fumer. La surveillance post-commercialisation est nécessaire pour conforter cette confiance, de même qu'un chiffrage de la réduction de la morbidité et de la mortalité grâce à des études épidémiologiques au fil du temps.

Soyons clairs, ces alternatives sans fumée ne sont pas sans risque, et ne doivent pas être utilisées par les jeunes ni par les non-fumeurs. Pour toutes les personnes consommant de la nicotine sous quelque forme que ce soit, l'idéal est un arrêt total. PMI doit donc commercialiser ses produits de façon responsable pour limiter le risque d'utilisation inappropriée, tout en convainquant un maximum de fumeurs adultes, qui continueraient sans cela à fumer, d'adopter ces alternatives.

Mis sur le marché fin 2015, IQOS plateforme 1, un appareil qui chauffe le tabac, a été très bien accueilli par les fumeurs adultes, avec des taux de conversion (arrêt complet de la cigarette) dépassant 70 %. Ce résultat confirme que l'entreprise détient les produits et le savoir scientifique nécessaires pour atteindre son objectif de remplacer radicalement les cigarettes. En 2016, avec le soutien plein et entier du Comité de direction, PMI a annoncé son nouvel objectif : concevoir un avenir sans fumée. Depuis lors, l'entreprise a totalement rallié ses collaborateurs à sa démarche, et a rapidement réorienté son organisation et ses ressources vers les alternatives sans fumée. PMI révolutionne fondamentalement son modèle traditionnel de l'intérieur, et fait figure de pionnière avec cette transformation inédite dans le secteur.

Si les ventes de cigarettes continuent à représenter la part la plus importante de l'activité

de PMI dans la plupart des pays, la situation évolue rapidement. En 2019, les produits sans fumée de l'entreprise étaient déjà commercialisés sur 52 marchés, et représentaient 18,7 % du chiffre d'affaires mondial de PMI, 71 % de ses dépenses commerciales et 98 % de ses dépenses de R&D. Au 31 décembre 2019, sur les quelque 150 millions d'utilisateurs réguliers des produits de l'entreprise, environ 14 millions de personnes avaient adopté IQOS, et parmi celles-ci, 9,7 millions avaient arrêté de fumer et s'étaient converties exclusivement à ce produit. La mobilisation du groupe fait reculer le tabagisme au-delà de ce que ne permettrait le recours exclusif aux traditionnelles mesures de lutte antitabac.

À l'avenir, l'entreprise prévoit de proposer des solutions moins nocives aux centaines de millions de fumeurs adultes qui continueraient sans cela à fumer, sachant que selon ses estimations, 80 % d'entre eux sont à la recherche de meilleures alternatives. Pour ce faire, PMI a développé un programme de recherche visant à innover et étayer scientifiquement un portefeuille de produits abordables et acceptables pour ces fumeurs, dans les pays développés comme dans les pays en voie de développement. Même si PMI continuera à commercialiser des cigarettes de façon responsable aussi longtemps qu'une demande légitime significative subsistera, le groupe poursuivra sa stratégie commerciale qui vise à faire connaître les produits sans fumée et à informer, de façon adaptée, les fumeurs adultes des avantages qu'apporte l'usage de ces produits par rapport à la cigarette. PMI suit attentivement l'impact de ses actions marketing afin de veiller à ce que ses produits sans fumée ne soient pas adoptés par les non-fumeurs, les jeunes et les personnes qui se sont déjà sevrées de la nicotine.

Les principales parties prenantes pour concevoir un avenir sans fumée

La transformation de PMI aura des effets, à des niveaux divers, sur les principales parties prenantes qui jouent un rôle clé pour le déploiement et l'atteinte de l'objectif de l'entreprise. PMI s'efforcera de dialoguer et de collaborer avec les parties prenantes concernées afin d'accélérer la transformation tout en minimisant ses conséquences négatives.

Collaborateurs

Pour atteindre son objectif, PMI est tributaire des compétences, de la mobilisation et des efforts inlassables de ses collaborateurs. En se tournant vers un avenir sans fumée, l'entreprise a renforcé son attractivité pour de nouveaux talents dont elle a besoin pour réussir sa transformation. PMI rémunère ses collaborateurs de façon équitable et propose des avantages sociaux significatifs. Elle les accompagne en leur offrant des expériences professionnelles enrichissantes, une formation et des occasions d'acquérir de nouvelles compétences et d'optimiser leur employabilité dans un monde en rapide mutation. PMI traite ses salariés avec respect, dignité, sollicitude et équité. Elle promeut la diversité, l'inclusion, l'égalité des chances et met en œuvre des politiques d'égalité salariale afin que son personnel soit à l'image de la société moderne.

Régulateurs

Les régulateurs ont un rôle clé à jouer pour accélérer la transformation du secteur vers les produits sans fumée et l'adoption de ces alternatives par les fumeurs adultes, en mettant en place une réglementation et une fiscalité corrélées au risque pour l'ensemble des produits contenant de la nicotine et en fournissant des informations adaptées aux fumeurs. PMI s'engage à dialoguer en toute transparence avec les régulateurs et à partager les résultats de ses études scientifiques et ses données post-commercialisation. L'entreprise est prête à soutenir un arrêt progressif de la commercialisation des cigarettes par l'ensemble du secteur dès qu'une majorité de fumeurs d'un pays auront adopté des produits sans fumée étayés scientifiquement. PMI estime qu'avec un accompagnement réglementaire adapté et le soutien de la société civile, les ventes de cigarettes pourraient cesser d'ici 10 à 15 ans dans de nombreux pays.

Acteurs de santé publique

Les acteurs de santé publique sont, malheureusement, divisés sur la question des produits sans fumée. Leur travail, qui vise à décourager les jeunes et les non-fumeurs de commencer à utiliser des produits à base de tabac ou de nicotine et à inciter les fumeurs au sevrage, doit indiscutablement se poursuivre. Dans le même temps, lorsque de meilleures alternatives à la cigarette existent, la question ne devrait pas être de savoir si elles doivent être mises à la disposition des fumeurs et fumeuses, dont le nombre dépasse aujourd'hui 1 milliard, mais de savoir dans quel délai et suivant quel cadre réglementaire leur adoption doit être facilitée, tout en évitant les usages inappropriés. L'entreprise exhorte ce groupe d'acteurs essentiels à saisir la chance immense que représentent les produits sans fumée pour améliorer la santé publique au sein de la génération actuelle de fumeurs.

“

Le groupe contribue activement à faire reculer le tabagisme au-delà de ce que les seules mesures de lutte antitabac classiques pourraient réaliser.

PMI demande aux acteurs de santé publique d'étudier ses produits sans fumée, de suggérer des améliorations et d'accepter d'envisager que l'ambition de PMI s'inscrit dans la même lignée que l'objectif sociétal visant à modifier les trajectoires de santé des fumeurs.

Chaîne d'approvisionnement

Une part importante des revenus des personnes qui travaillent dans la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise à travers le monde, y compris les tabaculteurs, dépend de PMI. PMI traite ses fournisseurs de façon équitable et éthique, et s'efforce d'être un bon partenaire pour les entreprises, grandes et petites, qui l'aident à mener à bien ses missions. PMI sait que sa transformation vers les produits sans fumée a des conséquences significatives pour certains de ses partenaires au sein de la chaîne d'approvisionnement, et elle est prête à les accompagner dans cette transition.

Actionnaires

PMI est convaincue que les produits sans fumée représentent une véritable opportunité de développement. L'entreprise est leader sur cette nouvelle catégorie très prometteuse, et est déterminée à continuer à offrir à ses actionnaires des rendements financiers satisfaisants et durables au fil du temps, tout en étant consciente des incertitudes que peut engendrer la transformation de son modèle économique. Nous savons que, dans certaines régions du monde, de plus en plus d'investisseurs cherchent à bannir le tabac de leur portefeuille. Toutefois nous pensons que l'exclusion ne convaincra pas pour autant les fumeurs de cesser de fumer ou que cela ne contribuera à améliorer leur vie. A contrario, en investissant dans PMI – un industriel du tabac qui cherche à mettre un terme aux ventes de cigarettes – et en veillant à ce que l'entreprise respecte ses objectifs et engagements, les investisseurs pourront allier impact sociétal positif et rendements financiers à long terme. PMI apprécie les suggestions, les recommandations et le soutien exprimés dans le cadre de ses échanges avec les investisseurs actuels et potentiels.

Société civile

La poursuite du dialogue et des partenariats avec la société civile reste essentielle pour la réussite de PMI. L'entreprise respecte les nombreuses communautés qui vivent dans les régions du monde où elle exerce ses activités. PMI met tout en œuvre pour protéger l'environnement en adoptant des pratiques durables appliquées à l'ensemble de ses activités, pour relever les défis sociaux et environnementaux existants, dont le travail des enfants dans la culture du tabac, et pour trouver des réponses aux questions que soulèvent la transformation de son activité, par exemple l'accompagnement des tabaculteurs afin qu'ils puissent diversifier leurs cultures. Le champ d'application, les indicateurs et les avancées associés à ces pratiques sont détaillés dans le Rapport annuel sur le développement durable de PMI, publié sur le site de l'entreprise.

Atteindre l'objectif de PMI

L'entreprise est consciente du fait qu'elle va devoir continuer à renforcer sa légitimité et la confiance en faisant preuve d'honnêteté, de respect, d'équité et de transparence, et en transformant ses paroles en actes dans tous les aspects de ses activités. Pour que ses progrès réalisés en vue de faire advenir un avenir sans fumée puissent être évalués, PMI publie chaque année une

batterie d'indicateurs de transformation de l'activité. Comme indiqué précédemment, des avancées notables ont déjà été constatées.

Pour évaluer l'impact de ses chaînes de valeur actuelles et futures sur la société et l'environnement, PMI effectue régulièrement des analyses de matérialité des enjeux de développement durable, et mesure ses performances par le biais d'indicateurs financiers, environnementaux et sociaux qui sont déterminants dans la stratégie durable de l'entreprise.

Le comité Rémunération et développement du leadership du Comité de direction a veillé à ce que la rémunération des dirigeants soit fortement liée aux progrès réalisés à court et long termes réalisés par l'entreprise pour concrétiser son ambition d'un avenir sans fumée. Il appartient à la Direction de s'assurer que l'objectif de l'entreprise soit atteint en s'appuyant sur des structures, équipes, systèmes et processus adaptés. Le Conseil veille à ce que l'action de la Direction pour accroître la valeur actionnariale de l'entreprise de manière durable et responsable sur le long terme cadre avec la mission de l'entreprise. Entre le Conseil et la Direction, la transparence et le dialogue sont les maîtres-mots, et la relation est excellente.

En conclusion, PMI est pleinement engagé et résolu à atteindre son objectif : concevoir un avenir sans fumée.

“

L'entreprise est consciente qu'elle doit continuer à renforcer sa légitimité et la confiance qu'elle inspire en faisant preuve d'honnêteté, de respect, d'équité et de transparence, et en transformant ses paroles en actes dans l'ensemble de ses activités.

Conseil de direction de PMI

André Calantzopoulos

Louis C. Camilleri

Werner Geissler

Lisa A. Hook

Jennifer Li

Jun Makihara

Kalpana Morparia

Lucio A. Noto

Frederik Paulsen

Robert B. Polet

Une Déclaration d'intention est une déclaration publiée par le Conseil de direction d'une entreprise, qui exprime clairement l'objectif de celle-ci et la manière dont elle prévoit de concilier réussite commerciale et responsabilité sociale. Elle mentionne les parties prenantes dont le rôle est le plus critique en matière de création de valeur et de développement durable à long terme. Le 26 mars 2020, PMI a publié son « Proxy Statement 2020 », qui contenait une Lettre du Conseil de direction correspondant à la Déclaration d'intention de PMI. Les fondements de ce texte avaient été présentés dans la Lettre aux actionnaires du Conseil d'administration publiée dans le « Proxy Statement 2017 », qui annonçait pour la première fois notre vision d'un monde sans fumée.

Transformer notre activité de façon cohérente

Nous avons réalisé de réelles avancées dans la transformation de notre activité. Le chiffre d'affaires net généré par les produits sans fumée dépasse déjà 10 % du chiffre d'affaires net total sur 31 marchés, et excède même 50 % sur 4 marchés. Nous avons réorienté une part importante des dépenses commerciales consacrées aux cigarettes vers les produits sans fumée, et avons rationalisé notre portefeuille de cigarettes afin de nous concentrer sur un éventail plus restreint de marques et de déclinaisons, réduisant de plus de 600 le nombre global de références (SKU) au cours des trois dernières années. À l'heure actuelle, les cigarettes et autres produits combustibles constituent toujours la majeure partie de notre activité, représentant 92,4 % des volumes et 81,7 % de notre chiffre d'affaires. Bien que cela puisse sembler contre-intuitif, conserver notre position concurrentielle sur le marché en déclin des cigarettes reste ce qu'il y a de mieux à faire pour atteindre notre objectif de remplacement total des cigarettes par des alternatives sans fumée. Nous

avons ainsi pu générer les flux de trésorerie nécessaires pour continuer à investir dans la recherche scientifique, le développement, la fabrication et la commercialisation de produits sans fumée. La vaste infrastructure commerciale et de distribution liée à notre activité cigarettière traditionnelle représente également un excellent tremplin pour le lancement à grande échelle de produits sans fumée. Maintenir notre position de leader sur le segment des cigarettes nous permet en outre de sensibiliser plus de fumeurs aux avantages de la conversion vers les produits sans fumée, en particulier lorsque nous pouvons communiquer directement avec les consommateurs, par exemple via des encarts sur les paquets de cigarettes.

Comment rester concurrentiels sur le marché des cigarettes tout en révolutionnant avec nos produits sans fumée ? Comment réagir aux innovations produits de nos concurrents sur le segment des cigarettes ? Que faire lorsque la concurrence baisse le prix de ses cigarettes pour gagner des parts de marché ?

Tout en cherchant efficacement à rester compétitifs sur le segment des cigarettes, nous sommes très attentifs à la cohérence des actions commerciales menées dans ce cadre, en particulier lorsque nous choisissons de lancer de nouveaux produits pour répondre à l'évolution des goûts des consommateurs ou aux initiatives de la concurrence.

Nous nous efforçons de fonder nos décisions sur notre connaissance des consommateurs en respectant des pratiques responsables et un principe clair : notre décision de lancer un nouveau produit sur le segment des cigarettes combustibles ne doit pas hypothéquer l'avenir sans fumée que nous souhaitons réaliser. Le cas échéant, nous accompagnerons notre action commerciale de prises de position en faveur de mesures réglementaires et fiscales visant à combler des lacunes dans la législation fiscale ou à encadrer les innovations sur le segment des produits combustibles, lorsque l'usage que les jeunes pourraient en faire soulève des inquiétudes.

Vue d'ensemble des performances de PMI

Une explication des indicateurs ESG figurant sur ces pages est proposée dans les sections correspondantes du Rapport intégré 2019. Vous pourrez également vous référer au glossaire à la page 188 du Rapport intégré 2019 ▶

Bien que ce rapport porte sur l'exercice 2019, le COVID-19 et son impact, encore inconnu, sur l'entreprise risquent d'avoir des répercussions sur les ambitions, objectifs et plans qui y sont évoqués. Les ambitions et objectifs ne constituent pas des projections financières. Par ailleurs, les résultats futurs pourraient être affectés par des risques, incertitudes et hypothèses inexacts, comme indiqué à la section Déclarations prospectives et mises en garde figurant à la page 29 ▶

- Ces informations constituent une synthèse et doivent être lues à la lumière du texte complet des rapports annuels PMI pour les années 2015 à 2019, consultables sur PMI.com.
- Cet indicateur correspond au montant payé par les entités de PMI, hors droits d'accise versés dans plusieurs pays où la collecte des taxes sur les produits de PMI est effectuée par des opérateurs tiers. En 2019, le montant des droits d'accise à la charge des consommateurs sur les produits de PMI s'est élevé à 72,1 milliards USD.
- Produits sans fumée : incluent les recharges de tabac à chauffer et les cigarettes électroniques. Ensemble des produits : inclut les produits sans fumée, les cigarettes et les autres produits combustibles.
- Aspirations : à part de marché constante pour PMI.
- Hors droits d'accise. Pour les futurs exercices, sur la base des hypothèses de droits d'accise et tarifs actuels.
- Le ratio d'expédition des produits sans fumée est calculé en millions d'unités.
- Voir le glossaire à la page 188 du Rapport intégré 2019.
- Nous avons revu notre modèle de calcul de l'empreinte carbone en 2019 (voir page 149 du Rapport intégré 2019). Les données 2017 et 2018 ont été retraitées en conséquence.
- Nous avons lancé CIRCLE en 2018 et l'avons étendu à de nouveaux marchés en 2019. La diminution de la proportion des volumes de ventes concernés en 2019 par rapport à 2018 s'explique par la croissance d'IQOS sur des marchés pas encore couverts par le programme.
- En fonction du type d'appareil et du site de traitement.
- Nous avons introduit cet indicateur en 2019.
- La démarche de transformation engagée pour concrétiser notre vision d'un avenir sans fumée a entraîné une hausse du turnover des effectifs en 2019. Couplé à notre stratégie visant à combler des déficits de compétences, à un certain nombre de restructurations prévues et à la fermeture de certaines usines, ce facteur a contribué à l'augmentation constatée.
- Les postes d'encadrement incluent tous les salariés au-delà d'un certain échelon ; la catégorie englobe managers, directeurs et cadres dirigeants. Nous avons élargi le champ de nos données en matière de diversité de genre afin d'inclure environ 95 % des effectifs totaux de PMI et avons retraité les données des années précédentes dans ce sens.
- Les données relatives aux exploitations agricoles liées à notre chaîne d'approvisionnement en tabac figurant dans le présent rapport concernent 22 pays dans lesquels nous nous approvisionnons.
- En matière de travail des enfants, nos actions de surveillance et de signalement portent sur les travaux dangereux réalisés par des enfants de moins de 18 ans.
- Cette hausse est imputable à un nouveau programme de formation mondial qui a renforcé la prise de conscience générale et entraîné une hausse des taux de signalement. Par ailleurs, l'augmentation constante du nombre de coaches IQOS s'est mécaniquement traduite par un accroissement du risque d'incidents (voir page 76 du Rapport intégré 2019 pour en savoir plus).
- Le niveau de criticité des fournisseurs est évalué en fonction de la segmentation des dépenses, de la nature des composants et de la flexibilité d'approvisionnement le cas échéant. Les chiffres 2019 incluent les fournisseurs de rang 1 de matières premières et d'électronique gérés par l'équipe Achats centrale de PMI. Les dépenses d'approvisionnement excluent l'achat de feuilles de tabac.
- Nous avons officiellement commencé à intégrer les fournisseurs critiques dans notre plateforme d'audit préalable des fournisseurs (STEP) en juillet 2019.

Données financières (en millions USD) ¹	2016	2017	2018	2019
Chiffre d'affaires, droits d'accise inclus	74 953	78 098	79 823	77 921
Droits d'accise sur les produits ²	48 268	49 350	50 198	48 116
Chiffre d'affaires net	26 685	28 748	29 625	29 805
Résultat d'exploitation	10 903	11 581	11 377	10 531
Bénéfice net attribuable à PMI	6 967	6 035	7 911	7 185
Total de l'actif	36 851	42 968	39 801	42 875
Total du passif	47 751	53 198	50 540	52 474
Dépenses d'investissement	1 172	1 548	1 436	852
Dépenses de R&D	429	453	383	465

Environnement	Valeurs de référence 2010	2017	2018	2019
CO ₂ e, scopes 1+2 (en milliers de tonnes)	914	630	584	556
CO ₂ e, scopes 1+2+3 (en milliers de tonnes) ³	8 062	5 536	5 298	4 682
CO ₂ e, scopes 1+2+3, réduction de l'intensité par rapport aux valeurs de référence 2010	s. o.	22 %	25 %	32 %
Proportion des volumes de ventes IQOS couverts par le programme de collecte CIRCLE ⁷	s. o.	s. o.	66 %	39 %
Taux de recyclage des appareils IQOS dans les centres CIRCLE (moyenne pondérée) ¹⁰	s. o.	s. o.	45 %	74 %
Nombre de filiales de PMI ayant une stratégie de lutte contre le mauvais geste mégot ¹¹	s. o.	s. o.	s. o.	31

Données sociales	2017	2018	2019
Nombre de collaborateurs PMI	80 591	77 435	73 542
Nombre d'équivalents temps plein chez PMI	s. o.	77 039	71 795
Turnover global du personnel ¹²	9,37 %	11,51 %	14,10 %
Turnover volontaire du personnel	3,96 %	4,12 %	4,53 %
Proportion de postes d'encadrement occupés par des femmes ¹³	34,4 %	35,1 %	36,1 %
Proportion de femmes au sein de l'équipe dirigeante de PMI	10 %	9 %	8 %
Proportion de femmes au sein du Conseil de direction de PMI	15 %	25 %	25 %
Proportion de tabac acheté avec contrôle systématique des pratiques sociales ¹⁴	77 %	88 %	92 %
Proportion d'exploitations agricoles contrôlées dans lesquelles des cas de travail des enfants ont été identifiés ¹⁵	1,2 %	1,3 %	0,8 %
Nombre d'actions urgentes liées au travail des enfants déclenchées par les agents de terrain (proportion de dossiers clôturés)	4 417 (67 %)	4 587 (89 %)	2 712 (88 %)
Taux total d'accidents à déclaration obligatoire pour 200 000 heures travaillées – Salariés PMI et contractuels	0,22	0,22	0,20
Taux de fréquence des accidents avec arrêt pour 200 000 heures travaillées – Salariés PMI et contractuels	0,10	0,13	0,12

Gouvernance	2017	2018	2019
Nombre de sessions de formation au Code marketing PMI suivies par les salariés PMI et tierces parties	37 903	23 438	14 500
Nombre d'infractions au Code marketing et aux Bonnes pratiques de conversion PMI constituant une faute professionnelle avérée ¹⁶	2	8	42
Nombre cumulé d'évaluations externes des incidents relatifs aux droits de l'Homme réalisées dans les pays à haut risque	0	1	2
Fournisseurs critiques en proportion du montant total des dépenses d'approvisionnement ¹⁷	s. o.	s. o.	35 %
Dépenses d'approvisionnement auprès de fournisseurs critiques évalués via la plateforme d'audit préalable (STEP) de PMI ¹⁸	s. o.	s. o.	84 %
Proportion de tabac acheté via des contrats directs conclus avec PMI et des fournisseurs tiers de PMI (en volume)	90 %	93 %	96 %

Indicateurs de transformation de l'activité

« Comment les parties prenantes peuvent-elles s'assurer que notre transformation est réelle ? Faisons-nous vraiment notre maximum pour préparer l'avènement d'un monde sans cigarettes ? Pour permettre à chacun de vérifier le rythme et l'ampleur de notre transformation, nous avons lancé en 2016 une batterie d'indicateurs de transformation de l'activité grâce à laquelle les parties prenantes peuvent évaluer notre objectif, nos actions, l'affectation des ressources et les résultats obtenus. Par ailleurs, nous revoyons et étoffons constamment la liste des indicateurs en fonction du retour que nous font des parties prenantes. »

Huub Savelkouls

Responsable Groupe du développement durable

En 2019, nous avons élargi le nombre de nos indicateurs de performances en lançant 10 nouveaux indicateurs de transformation de l'activité, l'objectif étant de permettre l'évaluation et le contrôle de notre transformation, tout en mettant en lumière les changements majeurs opérés au sein de l'entreprise et la rapidité de nos progrès opérés. Introduits dans le cadre du développement continu de notre processus d'évaluation transparent, ces nouveaux indicateurs viennent s'ajouter aux deux indicateurs supplémentaires adoptés en 2018.

	2016	2017	2018	2019
Dépenses de R&D (produits sans fumée/ensemble) ¹	72 %	74 %	92 %	98 %
Dépenses de R&D (en millions USD)	429	453	383	465
Nombre de postes de R&D (ETP) ²	s. o.	s. o.	764	942
Brevets délivrés pour les produits sans fumée (chiffre cumulé)	1 800	2 900	4 600	5 800
Brevets délivrés par les offices IP5 pour des produits sans fumée (chiffre cumulé) ³	170	300	480	740
Nombre d'études menées par PMI sur les produits sans fumée (chiffre cumulé depuis 2015)				
• Évaluation toxicologique	36	57	82	109
• Évaluation clinique (à court terme, ciblant les biomarqueurs)	11	12	19	19
• Perceptions et comportements	7	7	9	9
Nombre d'usines fabriquant des produits sans fumée sur le nombre total d'usines ⁴	3 sur 48	4 sur 46	8 sur 44	8 sur 38
Nombre total de SKU ⁵ – cigarettes combustibles	4 421	4 201	3 968	3 799
Nombre total de SKU – recharges de tabac à chauffer	62	145	253	414
Nombre de marchés sur lesquels les produits sans fumée de PMI sont disponibles à la vente	20	38	44	52
Proportion de marchés hors OCDE sur lesquels les produits sans fumée de PMI sont disponibles ⁶	32 %	43 %	47 %	47 %
Nombre de boutiques IQOS	26	63	81	199
Nombre de revendeurs commercialisant des consommables pour produits sans fumée de PMI (en milliers)	90	292	488	679
Dépenses commerciales (produits sans fumée/ensemble)	15 %	39 %	60 %	71 %
Chiffre d'affaires net (produits sans fumée/ensemble) ⁷	2,7 %	12,7 %	13,8 %	18,7 %
Nombre de marchés sur lesquels le chiffre d'affaires net des produits sans fumée dépasse 10 % du CA net total	1	5	19	31
Nombre de marchés sur lesquels le chiffre d'affaires net des produits sans fumée dépasse 50 % du CA net total	0	1	3	4
Volumes des expéditions de produits sans fumée (en milliards d'unités)	7,7	36	42	60
Volumes des expéditions de produits combustibles (en milliards d'unités)	845	791	767	732
Ratio d'expédition des produits sans fumée (produits sans fumée/ensemble) ⁸	0,9 %	4,4 %	5,1 %	7,6 %
Nombre total d'utilisateurs de produits sans fumée de PMI (en millions) ⁹	2,1	6,9	9,6	13,6
Nombre estimé d'utilisateurs ayant cessé de fumer des cigarettes combustibles et adopté des produits sans fumée de PMI dans les pays hors OCDE (en millions) ⁶	0,0	0,2	1,1	3,0
Nombre estimé d'utilisateurs ayant cessé de fumer et adopté des produits sans fumée de PMI (en millions) ⁹	1,5	4,7	6,6	9,7

1 Les produits sans fumée incluent les recharges de tabac à chauffer et les cigarettes électroniques. L'ensemble des produits inclut les produits sans fumée, les cigarettes et les autres produits combustibles.

2 Postes de R&D : scientifiques, ingénieurs, techniciens et personnel support. Il n'existe pas de données comparables pour les années antérieures à 2018 en raison d'une modification du champ des postes R&D consécutive à la réorganisation de l'entreprise.

3 Inclut les demandes internationales de brevets publiées (PCT). Les juridictions IP5 englobent l'Europe (demandes de brevets publiées et brevets délivrés par l'Office Européen des Brevets), la Chine, la Corée du Sud, le Japon et les États-Unis.

4 Les données des années précédentes ont été retraitées pour tenir compte de la mise en service de notre deuxième site de production italien, à Bologne, qui a commencé à produire des recharges de tabac à chauffer en 2016.

5 « SKU » signifie unité de gestion des stocks (stock keeping unit en anglais).

6 Hors produits détaxés de PMI.

7 Pour les exercices futurs, avec l'hypothèse de droits d'accise et de tarifs inchangés.

8 Le ratio d'expédition des produits sans fumée est calculé en millions d'unités.

9 Voir le glossaire à la page 188 du Rapport intégré 2019.

PMI et le développement durable

Analyse de matérialité des enjeux de développement durable

En 2019, nous avons réactualisé notre analyse de matérialité des enjeux de développement durable afin de hiérarchiser les différents axes de travail, de nous aider à répondre aux attentes des parties prenantes et de concentrer nos efforts là où nous pouvions avoir le plus d'impact. Les contributions de plus de 800 parties prenantes internes et externes ont étayé le déploiement de notre stratégie pour 2025 et la structuration de notre reporting.

La version actualisée de notre Rapport de matérialité des enjeux de développement durable a été publiée en avril 2020 et est consultable sur www.pmi.com ▶

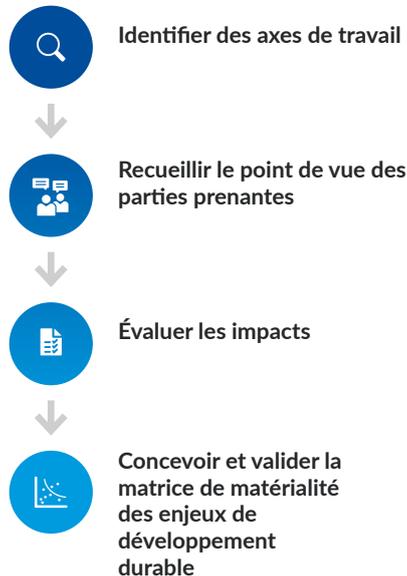
Dialogue avec les parties prenantes

La Déclaration d'intention de PMI (voir pages 4 à 6) mentionne tout particulièrement certaines parties prenantes qui joueront un rôle clé dans l'avènement d'un avenir sans fumée. Durant notre analyse de matérialité des enjeux de développement durable, nous avons collecté le retour de parties prenantes, recensées dans le diagramme ci-dessous, sur des thèmes spécifiques et des tendances se rapportant à des enjeux clés. La nature du dialogue évolue au fil du temps, reflétant la transformation de notre activité et, en particulier, notre réorientation vers les produits sans fumée.

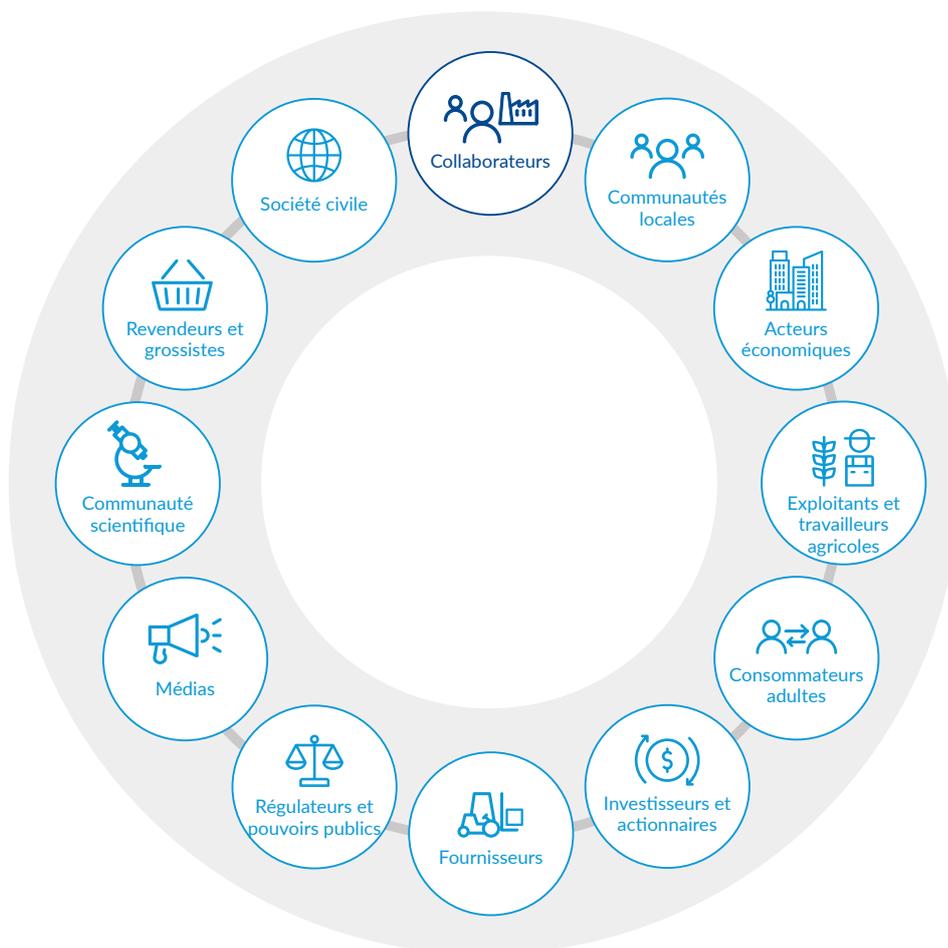
“

Les parties prenantes ont insisté sur le fait que PMI devait communiquer davantage sur son travail et définir des objectifs et indicateurs de performance clairs permettant de suivre ses progrès. Nous avons tenu compte de ces remarques lors de l'élaboration de notre stratégie de développement durable.

L'analyse de matérialité des enjeux de développement durable de PMI a été réactualisée en 2019 en suivant une approche structurée et inclusive en quatre étapes :



Parties prenantes



“

Le dialogue renforce la compréhension mutuelle des intérêts, inquiétudes et aspirations des parties en présence. Les contributions de plus de 800 parties prenantes internes et externes collectées ont étayé le déploiement de notre stratégie pour 2025 et la structuration de notre reporting.

Définition de notre stratégie

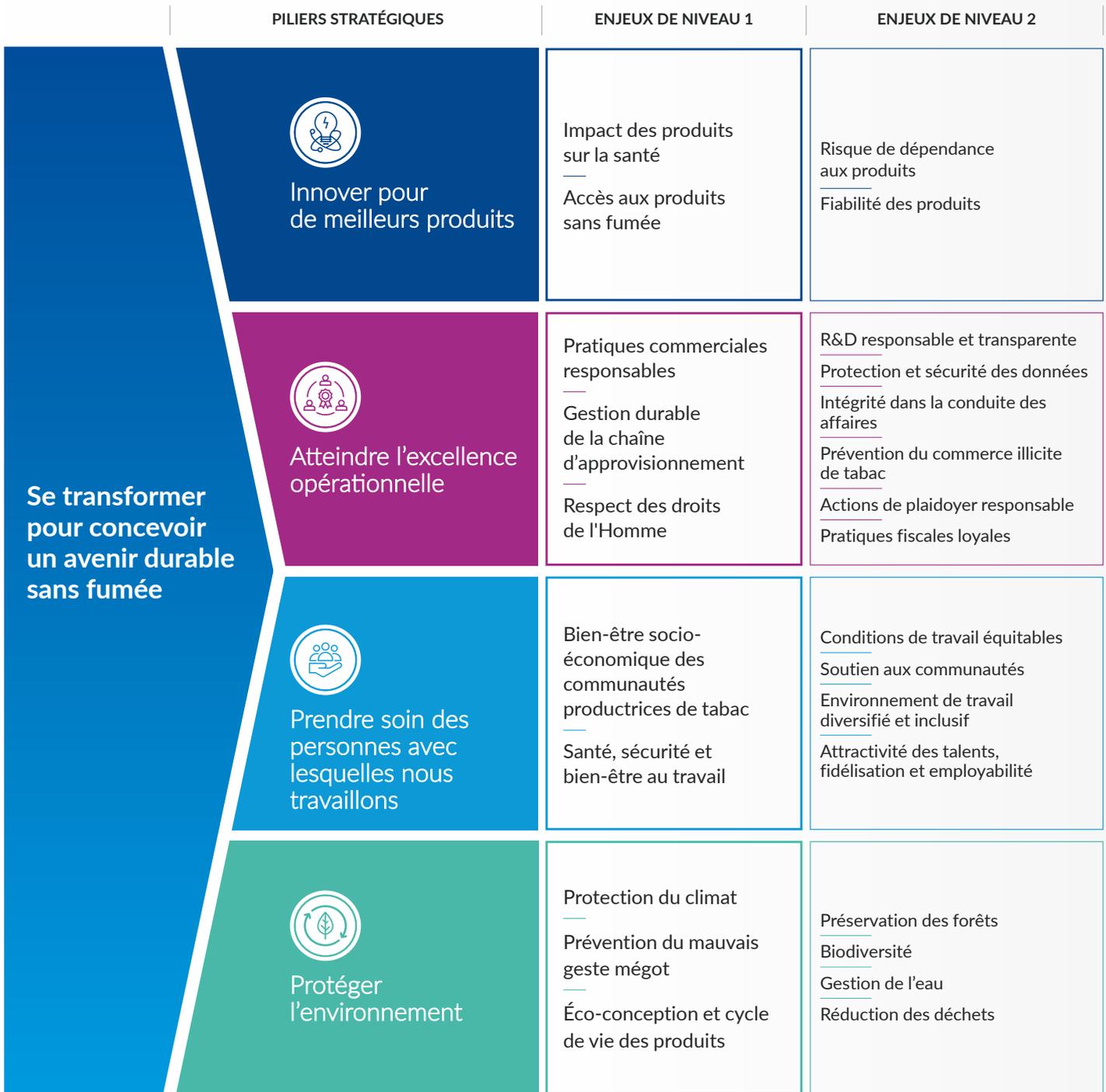
Pour devenir un fabricant de tabac qui inscrit son action dans une perspective de développement durable, nous devons faire tout notre possible pour remplacer totalement les cigarettes par des alternatives sans fumée. Innover afin de développer de meilleurs produits est donc la pierre angulaire de notre stratégie d'entreprise.

Dans le cadre de la transformation de notre entreprise, nous devons mettre davantage l'accent sur le développement durable : gestion performante des questions opérationnelles telles que la commercialisation responsable

et le respect des droits de l'Homme ; questions sociales, telles que le bien-être socio-économique des communautés productrices de tabac et la santé, la sécurité et le bien-être de tous au travail ; et questions environnementales allant de la protection du climat à la prévention du mauvais geste mégot, en passant par l'intégration de l'éco-conception et du cycle de vie des produits lors de leur développement. En nous appuyant sur notre nouvelle analyse de matérialité des enjeux de développement durable et sur notre feuille de route ad hoc, nous avons passé en revue les objectifs de développement

durable (ODD) des Nations Unies auxquels nous pensons pouvoir contribuer le plus.

Nous avons structuré notre démarche de développement durable à partir des 17 ODD et 169 cibles. Nous avons identifié les ODD pour lesquels nous pensons pouvoir avoir le plus grand impact positif. Nous avons aligné notre stratégie de développement durable sur ces objectifs, et n'avons pas identifié de changements notables par rapport à notre analyse 2018, l'ODD no 3 (Bonne santé et bien-être) restant au cœur de notre action.



CONTRIBUER AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Principaux ODD auxquels PMI peut contribuer



ODD secondaires auxquels PMI peut contribuer



Notre feuille de route pour 2025

Tout au long de l'année 2019, nous avons élaboré notre feuille de route 2025 en nous appuyant sur notre analyse de matérialité des enjeux de développement durable et en nous concentrant sur les enjeux de niveau 1, à savoir ceux sur lesquels nous pensons pouvoir avoir le plus d'impact.

Chaque axe de travail prioritaire relève de la responsabilité d'un membre de l'équipe dirigeante de PMI auquel est assigné l'atteinte d'un objectif qui sera évalué et communiqué chaque année. Certains indicateurs de performances étant toujours en cours de développement, nous communiquerons une vue d'ensemble plus détaillée dans notre prochain rapport.

NOUS CONCENTRONS NOTRE ACTION SUR LES DOMAINES DANS LESQUELS NOUS POUVONS AVOIR LE PLUS D'IMPACT	NOS GRANDS OBJECTIFS POUR 2025	
<p>Impact des produits sur la santé et accès aux produits sans fumée</p> <p>Élargir l'accès des fumeurs adultes aux produits sans fumée dont la nocivité moindre par rapport aux cigarettes a été scientifiquement démontrée</p>	<p>>40 Mio</p> <p>>20 Mio</p> <p>>250 Mrd</p> <p><550 Mrd</p>	<p>Nombre de fumeurs adultes dans le monde convertis aux produits sans fumée de PMI</p> <p>Nombre de fumeurs adultes dans les pays hors OCDE convertis aux produits sans fumée de PMI</p> <p>Volumes des expéditions de produits sans fumée de PMI</p> <p>Volumes des expéditions de produits combustibles de PMI</p>
<p>Pratiques commerciales responsables</p> <p>Commercialiser nos produits de façon responsable, en évitant que les jeunes y aient accès et les utilisent</p> <hr/> <p>Gestion durable de la chaîne d'approvisionnement</p> <p>Intégrer davantage le développement durable à nos pratiques d'approvisionnement, en saisissant les opportunités d'avoir un impact social et environnemental durable</p> <hr/> <p>Respect des droits de l'Homme</p> <p>Préserver les droits fondamentaux des personnes concernées par nos activités d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur</p>	<p>>90 %</p> <p>100 %</p> <p>100 %</p> <p>10</p>	<p>Les programmes de prévention à destination des jeunes ont été mis en place. Ils concernent 90% des volumes des ventes d'ici 2020.</p> <p>Pourcentage d'appareils électroniques sans fumée du portefeuille de PMI équipés d'une technologie de vérification de l'âge d'ici 2023</p> <p>Pourcentage de fournisseurs auprès desquels PMI s'approvisionne de façon durable</p> <p>Pays les plus à risque en terme de respect des droits fondamentaux et faisant l'objet d'évaluations externes et de suivis d'actions</p>
<p>Bien-être socio-économique des communautés productrices de tabac</p> <p>Éliminer le travail des enfants, offrir des conditions de travail sûres et équitables sur les exploitations tabacoles et promouvoir un revenu de subsistance pour les agriculteurs</p> <hr/> <p>Santé, sécurité et bien-être au travail</p> <p>Promouvoir un environnement de travail sûr et sain qui préserve le bien-être physique et mental de chacun au travail</p>	<p>100 %</p> <p>Zéro</p> <p><0,3</p>	<p>Pourcentage de tabaculteurs sous contrat avec PMI qui gagnent un revenu de subsistance</p> <p>Travail des enfants dans la chaîne d'approvisionnement en tabac de PMI</p> <p>Taux total d'accidents ayant fait l'objet d'une déclaration obligatoire pour les salariés et prestataires</p>
<p>Protection du climat</p> <p>Limiter le changement climatique en réduisant les émissions carbone de nos activités et de notre chaîne de valeur, tout en renforçant notre résilience</p> <hr/> <p>Prévention du mauvais geste mégot</p> <p>Éviter que nos produits ne deviennent des déchets sauvages en incitant les consommateurs adultes à adopter des comportements adaptés</p> <hr/> <p>Éco-conception et cycle de vie des produits</p> <p>Intégrer le cycle de vie de nos produits lors de leur développement, améliorer l'efficacité et la recyclabilité et renforcer notre programme de collecte</p>	<p>Zéro émissions nettes</p> <p>Zéro émissions nettes</p> <p>-50 %</p> <p>100 %</p> <p>100 %</p>	<p>Neutralité carbone pour les opérations directes de PMI (scopes 1+2) d'ici 2030</p> <p>Neutralité carbone pour la chaîne de valeur de PMI (scopes 1+2+3) d'ici 2050</p> <p>Réduction des déchets plastiques liés à nos produits (par rapport à 2021)</p> <p>Pourcentage d'utilisateurs de produits sans fumée de PMI ayant accès à la collecte et à la récupération des appareils et consommables</p> <p>Pourcentage d'appareils sans fumée de PMI ayant une certification d'éco-conception</p>

Se transformer pour un avenir durable sans fumée

PILIER I

Innover pour améliorer les produits



La meilleure façon de ne pas s'exposer aux effets nocifs du tabac est de ne jamais commencer à fumer ou, pour les fumeurs, d'arrêter de fumer des cigarettes combustibles. Malgré tout, selon les prévisions de l'OMS, on comptera toujours plus d'un milliard de fumeurs en 2025.

Nous savons que le tabagisme entraîne des maladies graves et que la meilleure façon de ne pas s'exposer aux effets nocifs du tabac est de ne jamais commencer à fumer ou d'arrêter de fumer. Nous sommes toutefois convaincus que les innovations produits peuvent présenter un véritable intérêt en termes de santé publique pour les fumeurs adultes qui continueraient sans cela à consommer des cigarettes.

Pour atteindre notre but, nous devons continuer à innover dans deux domaines.

Tout d'abord, nous développons un portefeuille de produits sans fumée ayant significativement moins d'impact sur la santé que les cigarettes combustibles. Le profil de risque réduit de ces produits a été démontré scientifiquement grâce à un programme conçu étape par étape et inspiré des méthodes de l'industrie pharmaceutique.

Ensuite, pour limiter les effets nocifs au niveau individuel et populationnel, il faut que les fumeurs aient envie d'abandonner la cigarette pour se tourner vers des produits sans fumée. C'est là que nous devons innover, repenser notre organisation interne et dialoguer avec le législateur et les régulateurs afin de veiller à ce que les personnes qui continueraient sans cela à fumer aient accès à des alternatives sans fumée.

1998-99	2003	2004	2006	2007
Philip Morris USA et PMI lancent le premier produit électronique de tabac à chauffer, sous le nom <i>Accord</i> aux États-Unis et <i>Oasis</i> au Japon.	L'Assemblée Mondiale de la Santé adopte la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (FCTC), qui définit la lutte antitabac comme suit : « toute une série de stratégies de réduction de l'offre, de la demande et des effets nocifs visant à améliorer la santé d'une population en éliminant ou en réduisant sa consommation de produits du tabac et l'exposition de celle-ci à la fumée du tabac ».	Les premières cigarettes électroniques sont commercialisées en Chine.	PMI lance <i>Heatbar</i> en Suisse et en Australie. <i>Heatbar</i> est la deuxième génération d'appareils électroniques de tabac à chauffer. Encombrant et peu apprécié pour son goût, le produit ne séduit pas les consommateurs et est abandonné.	Le Royal College of Physicians au Royaume-Uni publie un rapport sur la réduction des effets nocifs du tabac. Ce document indique que « la nicotine en elle-même n'est pas spécialement nocive » et que « si elle pouvait être délivrée sous une forme acceptable et efficace en substitut à la cigarette, des millions de vies pourraient être sauvées ».

2016 (lancement France)

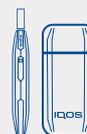
- PMI fait part de son ambition de mener une initiative de grande envergure visant à substituer des produits sans fumée aux cigarettes.
- PMI soumet une demande pour un produit du tabac à risque modifié (MRTF) pour une version d'IQOS à la Food and Drug Administration (FDA) américaine.
- Environ 1,5 million de fumeurs adultes ont cessé de fumer et adopté IQOS.

2015

PMI lance la commercialisation d'IQOS dans de grandes villes du Japon, d'Italie, du Portugal, de Roumanie, de Russie et de Suisse.

2014

- PMI lance un pilote d'IQOS à Milan (Italie) et à Nagoya (Japon).
- PMI annonce un investissement de 680 millions USD pour la construction de sa première usine de production de recharges de tabac à chauffer à Bologne (Italie).



2009-10

PMI ouvre de nouveaux centres de R&D consacrés au développement et à l'évaluation de produits sans fumée en Suisse et à Singapour.

2017

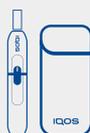
- PMI soumet à la FDA américaine une demande d'autorisation de mise sur le marché d'un produit du tabac (PMTA) pour une version d'IQOS.
- Plus de 4,7 millions de fumeurs adultes ont cessé de fumer et adopté IQOS.

2018

- Lancement d'IQOS 3 et d'IQOS 3 MULTI.
- PMI lance une commercialisation pilote d'IQOS MESH, un produit e-vapeur, au Royaume-Uni.
- Plus de 6,6 millions de fumeurs adultes ont cessé de fumer des cigarettes et adopté IQOS.

2019

- Lancement d'IQOS 3 DUO.
- La FDA autorise la commercialisation d'une version d'IQOS aux États-Unis après un examen approfondi de la demande dite « PMTA » déposée par PMI.
- Environ 9,7 millions de fumeurs adultes ont cessé de fumer des cigarettes et adopté IQOS.



Impact des produits sur la santé

Les experts et de nombreuses instances de régulation, telles que la FDA, s'accordent sur le fait que la principale cause des maladies liées au tabac n'est pas la nicotine, mais l'inhalation de composés nocifs et potentiellement nocifs générés par la combustion du tabac.¹ Nous développons par conséquent un portefeuille de produits qui délivrent de la nicotine sans combustion – des produits sans fumée.

Avancées 2019



98 % du total des dépenses de R&D concernent les produits sans fumée²



465 millions USD de dépenses de R&D



740 brevets enregistrés pour les produits sans fumée dans les juridictions IP5 (chiffre cumulé)³

1 Source : <https://www.fda.gov/tobacco-products/healthinformation/nicotine-addictive-chemical-tobacco-products>

2 Les produits sans fumée incluent les recharges de tabac à chauffer, les appareils et les cigarettes électroniques. L'ensemble des produits inclut les produits sans fumée, les cigarettes et les autres produits combustibles.

3 Inclut les demandes internationales de brevets publiées (PCT). Les juridictions IP5 englobent l'Europe (demandes de brevets publiées et brevets délivrés par l'Office européen des brevets), la Chine, la Corée du Sud, le Japon et les États-Unis.

La principale source des maladies liées au tabagisme est connue : il s'agit des substances chimiques nocives générées, pour l'essentiel, par le processus de combustion. Nos produits du tabac sans fumée nous permettent de contrôler précisément les températures afin de libérer la nicotine et les saveurs sans déclencher le processus de combustion. Ce faisant, nous réduisons ou supprimons la formation de composés chimiques nocifs et potentiellement nocifs (HPHC).

Pour les fumeurs et les fumeuses, il a été démontré que le sevrage réduisait les effets nocifs et le risque de maladies liées au tabagisme en éliminant l'exposition aux substances toxiques contenues dans la fumée de cigarette. L'arrêt total et durable du tabac est la stratégie optimale de réduction des risques pour les fumeurs. Le sevrage constitue donc le point de référence pour évaluer les produits sans fumée.

IQOS, notre appareil électronique qui chauffe le tabac

Notre principal produit sans fumée, IQOS, est un appareil fonctionnant sur batterie qui chauffe le tabac sans le brûler afin de produire, sans combustion du tabac, un aérosol contenant de la nicotine inhalée par l'utilisateur. Ce système se compose de trois principaux éléments : une recharge de tabac à chauffer, un stylet et un chargeur.

Comment cet appareil réduit-il le risque ?

Par rapport à la cigarette, IQOS réduit les risques pour la santé en évitant la combustion du tabac. Les données épidémiologiques collectées pendant des décennies ont montré que le développement de maladies liées au tabagisme est provoqué par l'inhalation chronique des composés chimiques nocifs et potentiellement nocifs (HPHC) que l'on trouve dans la fumée de cigarette. Lorsqu'un fumeur allume une cigarette, il déclenche une réaction à haute température (de 600 à 900 °C) qui provoque la combustion

“

À noter, dans l'aérosol, la réduction de la concentration des substances cancérigènes dépasse 95 %.

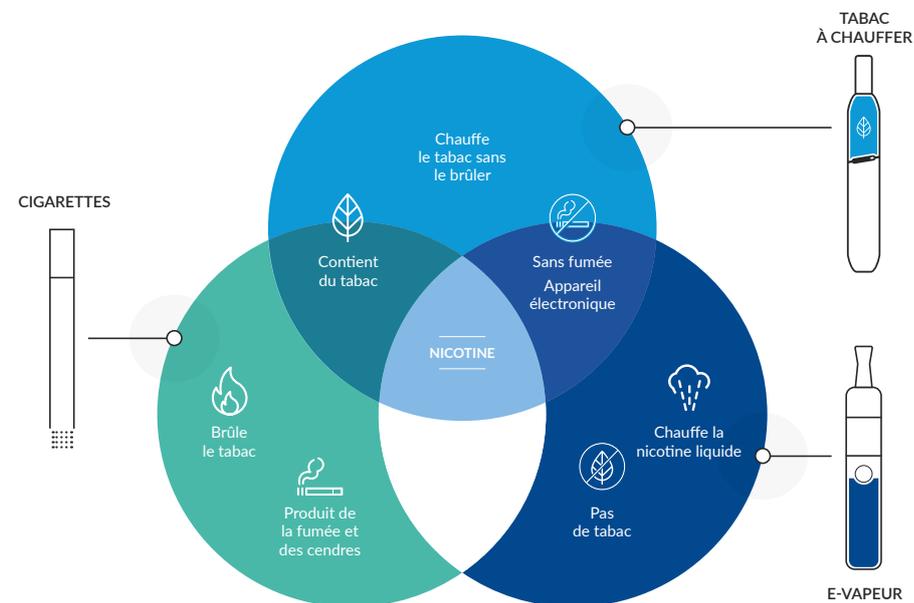
du produit et la libération de HPHC. Avec IQOS, le dispositif électronique surveille et contrôle en permanence la température du tabac afin qu'elle ne dépasse jamais 350 °C. Les niveaux de HPHC que l'on retrouve dans la vapeur contenant de la nicotine inhalée par l'utilisateur sont par conséquent significativement plus faibles que ceux issus de la combustion d'une cigarette. Nous avons scientifiquement démontré que l'utilisation d'IQOS n'entraîne aucune combustion et que l'aérosol produit par l'appareil contient des concentrations de HPCP réduite de 95% en moyenne par rapport à la fumée de la cigarette de référence.

Pour prouver que l'adoption de nos produits sans fumée se traduit par une réduction de l'exposition aux substances toxiques, qui limite ou peut limiter le risque de maladie par rapport à la poursuite du tabagisme, nous suivons un rigoureux programme d'évaluation scientifique conforme au projet de directive de la FDA



Scientifiques dans le centre de R&D de PMI situé à Neuchâtel, en Suisse

Les différences entre les cigarettes combustibles, les produits e-vaporisateurs (également appelés cigarettes électroniques) et les produits du tabac à chauffer



américaine pour les produits du tabac à risque modifié (plus d'informations concernant notre démarche R&D sur PMI.com). Notre programme d'évaluation vise également à prévenir l'utilisation de nos produits sans fumée par un public non visé, à savoir les anciens fumeurs, les personnes n'ayant jamais fumé et les jeunes.

En 2019, nous avons lancé des outils d'évaluation à long terme afin de déterminer dans quelle mesure les consommateurs comprennent la réduction des risques associée aux produits sans fumée et l'impact de cette compréhension sur leurs choix. Les nouveaux outils d'enquête visent à recueillir le point de vue



Scientifique travaillant dans le centre de R&D de PMI situé à Neuchâtel, en Suisse

des utilisateurs sur les produits de différentes catégories et à analyser l'utilisation qu'ils en font, en les interrogeant notamment sur le risque et la dépendance perçus, ainsi que sur le fonctionnement de l'appareil et leur bien-être. Les résultats de cette évaluation sont librement consultables sur F1000Research¹ et l'article est actuellement revu par un comité de lecture.

Que disent les résultats des travaux externes jusqu'à présent ?

Nos résultats scientifiques sont confirmés par un nombre croissant d'études indépendantes. Rien qu'entre janvier 2019 et février 2020, on dénombre plus de 60 publications sur les produits de tabac à chauffer revues par un comité de lecture et faisant l'objet de revues systématiques. La liste des études indépendantes portant sur les produits sans fumée et/ou les méthodes et résultats de PMI à la date du 19 décembre 2019 est consultable sur PMIScience.com.

En 2019, une version de l'IQOS devient le premier produit électronique de tabac à chauffer autorisé à la vente aux États-Unis, en application de la loi de 2009 qui a donné autorité à la FDA de réguler les produits du tabac, y compris par la surveillance des produits innovants. L'agence a déclaré : « Au terme d'un examen rigoureux des données scientifiques réalisé

dans le cadre de la demande d'autorisation de mise sur le marché (PMTA) d'un produit du tabac, l'agence a déterminé qu'autoriser ces produits sur le marché américain était approprié pour la protection de la santé publique, pour plusieurs raisons déterminantes, dont le fait que ces produits génèrent moins ou abaissent les niveaux de substances toxiques que les cigarettes combustibles. (...) Si la décision prise aujourd'hui permet la vente des produits du tabac aux États-Unis, elle ne signifie pas que ces produits sont sûrs ni « approuvés par la FDA. » La FDA a publié un rapport détaillé décrivant son évaluation et ses conclusions, y compris les résultats sur la composition chimique des aérosols, la toxicologie et l'usage inapproprié. L'agence a constaté que « les aérosols produits par le système de chauffage du tabac IQOS contiennent moins de substances chimiques toxiques que la fumée de cigarette et qu'un grand nombre des composés toxiques identifiés sont présents à des niveaux inférieurs à ceux que l'on retrouve dans la fumée de cigarette ». Elle a également constaté que « les données disponibles, bien que limitées, indiquent que la probabilité que des non-fumeurs, y compris les jeunes, choisissent de commencer à consommer du tabac avec IQOS est faible. »²

¹ Référence : <https://f1000research.com/articles/8-214>

² Source : <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-permits-sale-iqos-tobacco-heating-system-through-premarket-tobacco-product-application-pathway>

Risque de dépendance aux produits

La nicotine est une substance qui stimule le cerveau et agit sur l'humeur. Selon les consommateurs de tabac et de nicotine, elle est souvent perçue comme ayant un effet calmant tout en favorisant la concentration. La nicotine est également la substance qui provoque l'addiction aux produits du tabac, ce qui peut rendre le sevrage difficile. La nicotine n'est pas dépourvue de risque, mais sa présence dans les produits sans fumée joue un rôle important pour faciliter l'adoption d'alternatives moins nocives par les personnes qui continueraient sans cela à fumer des cigarettes combustibles.

Dans ce domaine, nous pouvons travailler sur trois axes.

- **Tout d'abord**, nous devons faire le maximum pour veiller à ce que l'ensemble de nos produits soient commercialisés de façon responsable, afin de ne pas initier une consommation de nicotine chez les jeunes.
- **Ensuite**, nous menons des études post-commercialisation afin de déterminer qui utilise le produit et comment. Ces études sont nécessaires pour confirmer les résultats des évaluations des perceptions et comportementales avant mise sur le marché et vérifier que ce sont bien des fumeurs adultes qui adoptent le produit, et pas les anciens fumeurs, ni les personnes n'ayant jamais fumé.
- **Enfin**, nous continuons à analyser les risques et les avantages potentiels de l'utilisation de la nicotine et communiquons nos résultats afin de nourrir un débat objectif et fondé sur des données scientifiques sur ces questions sociétales fondamentales.

En 2019, le huitième numéro de notre publication Scientific Update, consultable sur pmiscience.com, a été consacré à la nicotine.

Risque de dépendance aux produits nicotiques

Il a été démontré que l'addiction aux produits contenant de la nicotine est provoquée par l'interaction complexe de différents facteurs qui renforcent l'action de la nicotine elle-même. Outre la nicotine, d'autres raisons expliquent l'addiction à ces produits : les rituels, l'expérience sensorielle et les comportements sociaux jouent tous un rôle important. L'exposition à la nicotine et l'ampleur des effets de cette substance peuvent également être influencées par des différences individuelles au niveau des comportements tabagiques, du métabolisme, de l'indice de masse corporelle et des caractéristiques génétiques.

Il est important que les personnes aient une image équilibrée de la nicotine. D'une part, la nicotine n'est pas sans risque et les produits qui en contiennent ne doivent pas être utilisés par les femmes enceintes ou allaitantes, les jeunes, ni les personnes souffrant de maladies cardiovasculaires. D'autre part, même si le sevrage reste l'option idéale pour les fumeurs adultes, la nicotine peut contribuer à la santé publique en permettant à des consommateurs adultes, qui continueraient sans cela à fumer, à se tourner vers des produits sans fumée.

Le Royal College of Physicians a déclaré : « La nicotine en elle-même n'est pas un produit hautement dangereux [...] il est intrinsèquement peu probable que la seule inhalation de nicotine contribue de façon significative à la mortalité ou à la morbidité liée au tabac. La fumée est le principal responsable

et, si la nicotine pouvait être délivrée aux fumeurs sous une forme acceptable et efficace qui ne génère pas de fumée, la majorité, pour ne pas dire la totalité, des effets nocifs du tabagisme pourrait probablement être évitée. »

Nous convenons du fait que le principal problème de la cigarette est la combustion du tabac et non la nicotine. C'est pour cette raison que nous avons développé et continuons à développer un portefeuille de produits sans fumée contenant de la nicotine qui représentent une meilleure alternative pour les fumeurs adultes que la poursuite de la consommation de cigarettes combustibles.



Scientifique travaillant dans le centre de R&D de PMI situé à Neuchâtel, en Suisse

Accès aux produits sans fumée

L'intérêt des produits sans fumée pour la santé publique dépend non seulement de leur capacité à réduire le risque de maladies liées au tabagisme, mais aussi de leur utilisation effective comme alternative à la cigarette par des fumeurs adultes. Pour que les consommateurs les utilisent, ces alternatives doivent être accessibles. L'accès aux produits recouvre quatre aspects : **meilleure information des consommateurs, acceptabilité, disponibilité et accessibilité économique** de nos produits sans fumée.

Grands objectifs

>40 Mio

Nombre de fumeurs adultes dans le monde convertis aux produits sans fumée de PMI d'ici 2025

>20 Mio

Nombre de fumeurs adultes dans les pays hors OCDE convertis aux produits sans fumée de PMI d'ici 2025

>250 Mrd

Volumes des expéditions de produits sans fumée de PMI d'ici 2025

<550 Mrd

Volumes des expéditions de produits combustibles de PMI d'ici 2025

Avancées 2019



Produits sans fumée de PMI disponibles à la vente sur **52 marchés**



47 % de marchés hors OCDE proposent à la vente des produits sans fumée de PMI¹



9,7 millions de fumeurs adultes (estimation) qui ont cessé de fumer et adopté les produits sans fumée de PMI dans le monde²

1 Hors produits détaxés de PMI.

2 Voir le glossaire à la page 188 du Rapport intégré 2019.

3 Les points de contact correspondent à tous les points de vente permanents et temporaires où IQOS est vendu en exclusivité (boutiques, flagship stores, points de vente éphémères, shop-in-shop et corners).



Au cours des trois années ayant suivi l'annonce, en 2016, du déploiement de notre vision d'un avenir sans fumée, les volumes des expéditions de produits sans fumée de PMI ont augmenté, passant de 7,7 à 60 milliards d'unités. Nous avons activement accéléré la baisse des volumes des expéditions de nos produits combustibles, qui se sont contractés pour passer de 845 milliards à 732 milliards d'unités vendues sur la période.

Information sur les produits

Le premier axe de notre stratégie d'accès consiste à faire connaître les produits sans fumée aux fumeurs adultes. Nous voulons que ces consommateurs comprennent la différence entre les cigarettes combustibles et nos produits sans fumée, ainsi que les avantages associés à ceux-ci, en veillant à ce qu'ils soient également conscients que les produits sans fumée entraînent une dépendance et ne sont pas dépourvus de risque. Nous menons à bien notre travail d'information avec prudence afin d'éviter l'utilisation de nos produits sans fumée par un public non visé, à savoir les personnes qui n'ont jamais fumé, les anciens fumeurs et les jeunes (voir la page 72 du Rapport intégré 2019 complet).

Acceptabilité des produits

Les fumeurs ne cesseront de fumer et n'adopteront de meilleures alternatives que si les produits qui leur sont proposés sont acceptables et à leur goût. À ce sujet, le taux de conversion complète est un indicateur important. Il s'agit du pourcentage d'utilisateurs

IQOS qui ont cessé de fumer par rapport au nombre total d'utilisateurs IQOS.

Disponibilité des produits

En décembre 2019, IQOS, notre principal produit sans fumée, était disponible sur 52 marchés, soit dans de grandes villes soit à l'échelle nationale, et nous estimons que plus de 120 millions de fumeurs adultes dans le monde ont la possibilité d'acheter des appareils IQOS et consommables près de leur domicile. 27 de ces marchés sont des pays de l'OCDE.

À la fin de l'année 2019, on comptabilisait plus de 3 000 points de contact/vente IQOS exclusifs³ à travers le monde, et environ 679 000 points de vente commercialisant des recharges de tabac à chauffer.

Accessibilité économique des produits

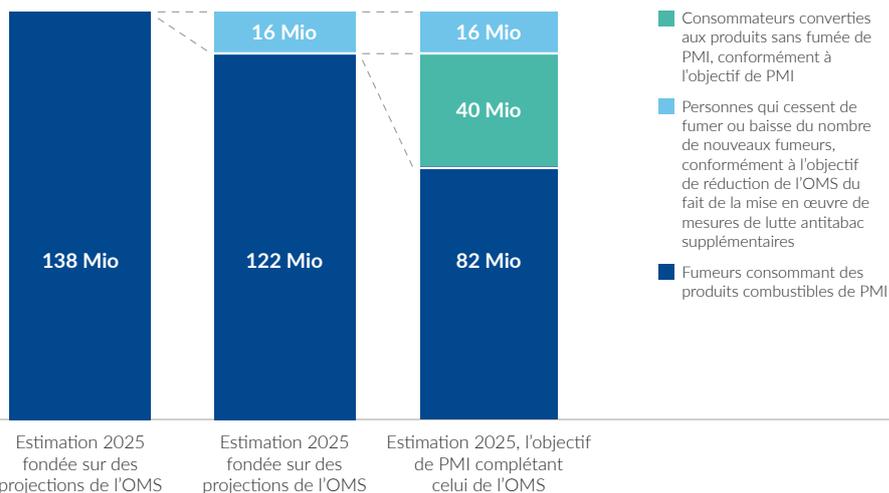
Nous ne parviendrons à concevoir un avenir sans fumée que si l'ensemble des fumeurs adultes qui n'envisagent pas le sevrage mais souhaiteraient utiliser des produits sans fumée peuvent se le permettre financièrement.

“

Nous ambitionnons de réduire le tabagisme plus de trois fois plus vite que l'objectif fixé par l'OMS.

Consommateurs de produits de PMI – prévisions 2025

(Visuel basé sur des projections de l'OMS, à parts de marché de PMI constante)



■ Consommateurs convertis aux produits sans fumée de PMI, conformément à l'objectif de PMI

■ Personnes qui cessent de fumer ou baisse du nombre de nouveaux fumeurs, conformément à l'objectif de réduction de l'OMS du fait de la mise en œuvre de mesures de lutte antitabac supplémentaires

■ Fumeurs consommant des produits combustibles de PMI

PILIER 2

Atteindre l'excellence opérationnelle

Nous visons l'excellence dans toutes nos activités. Cela implique que nous nous assurons que nos produits sont commercialisés de façon responsable, conformément aux attentes de la société. Les règles et programmes que nous avons mis en place nous aident à respecter les stricts principes que nous nous sommes fixés en matière de marketing et d'activités commerciales.

Notre chaîne d'approvisionnement représente une part non négligeable de notre empreinte sociale et environnementale. Nous intégrons le développement durable à la gestion de notre chaîne d'approvisionnement en travaillant en étroite collaboration avec nos fournisseurs pour créer de la valeur de manière durable. Et le principe directeur qui régit toutes nos actions est la préservation des droits fondamentaux de tous ceux concernés par nos activités.



Ouvrières roulant manuellement des cigarettes kretek chez Sampoerna, filiale indonésienne de PMI

Pratiques commerciales responsables

Pour PMI, mettre en place des pratiques commerciales responsables suppose de limiter l'accès et l'utilisation de ses produits par des utilisateurs non concernés par ceux-ci, y compris les mineurs et les non-fumeurs. Ces principes impliquent également de s'adresser, pour les produits du tabac et contenant de la nicotine, uniquement aux fumeurs adultes et de signaler clairement les risques pour la santé liés à ces produits grâce à une communication et à un étiquetage adaptés.

Nos objectifs

>90 %

Des programmes de prévention à destination des jeunes ont été mis en place. Ils concernent 90% des volumes des ventes en 2020

100 %

Pourcentage d'appareils électroniques sans fumée du portefeuille de PMI équipés d'une technologie de vérification de l'âge d'ici 2023

Avancées 2019



Les marchés représentant 90 % des volumes totaux des expéditions de PMI ont développé des programmes de prévention de l'accès des jeunes aux produits (YAP).



14 500 sessions de formation portant sur le respect de notre Code marketing ont été suivies par les collaborateurs de PMI et des tierces parties concernées.

Chez PMI, nous sommes convaincus que la réglementation doit continuer à dissuader la population de commencer à fumer et l'encourager à arrêter. Si le nombre de fumeurs, y compris chez les jeunes, est en recul dans la plupart des pays, le tabagisme reste un problème de santé publique.

Nos pratiques de commercialisation renforcent notre vision : Informer les fumeurs adultes qu'il existe de meilleures alternatives à la cigarette et convaincre ces consommateurs, qui continueraient sans cela à fumer, de se tourner vers nos produits sans fumée. Engager cette démarche de façon responsable, en s'adressant aux fumeurs adultes et leur fournissant des informations précises et pertinentes sur nos produits, est essentiel pour réussir à long terme.

“

La commercialisation responsable qui témoigne de notre engagement à respecter la réglementation et nos propres principes, assoit notre crédibilité auprès des parties prenantes et nous offre une opportunité de faire advenir plus rapidement un avenir sans fumée.

Nos activités de commercialisation sont régies par quatre grands principes :

- Qu'il s'agisse de communication ou de vente de nos produits, nous ne nous adressons qu'aux fumeurs adultes.
- Nous avertissons les consommateurs de l'impact de nos produits sur la santé.
- Notre communication est honnête, transparente et exacte.
- Nous respectons la législation ainsi que nos standards élevés.

Nous dialoguons avec diverses parties prenantes sur cette question, y compris les revendeurs et les pouvoirs publics.

“

Si PMI ne peut, à elle seule, empêcher les jeunes de fumer ou d'utiliser des produits contenant de la nicotine, l'entreprise fait beaucoup pour que sa communication et ses produits touchent le moins possible les jeunes et les autres utilisateurs non concernés.

PMI a mis en place une infrastructure solide et éprouvée qui vise à garantir le respect de ses standards, directives et procédures. Nous assurons un suivi des infractions à la réglementation et/ou au Code interne de PMI concernant sa communication produit.

Notre engagement pour éviter l'accès des jeunes à nos produits

En 2019, suite à une résolution votée par les actionnaires en 2018, une équipe pluridisciplinaire de PMI a entrepris un examen critique et exhaustif des mesures que nous prenons afin que nos activités commerciales ne ciblent que les adultes. Ce travail a conduit à la rédaction du rapport « Responsible Marketing Practices at PMI », approuvé par le Conseil de direction de PMI et publié sur PMI.com en décembre 2019.

Selon les conclusions du rapport, les collaborateurs de PMI dans leur ensemble souscrivent pleinement au principe fondamental en vertu duquel nous nous interdisons de cibler les mineurs dans nos activités commerciales. Il ressort de notre analyse que l'adhésion à nos politiques et pratiques commerciales responsables est forte. Dans le cadre de notre évaluation, nous avons également étudié les possibilités de renforcer nos politiques et pratiques actuelles.

Nous cherchons par exemple à déterminer si notre programme « client mystère » actuellement déployé dans certains des points de vente qui commercialisent nos produits sans fumée, pourrait être étendu afin de recueillir un solide retour d'expérience sur l'application uniforme des mesures de vérification de l'âge dans nos boutiques. Nous avons également développé, dans le courant de l'année 2019, un ensemble de recommandations qui aideront nos filiales à travailler plus efficacement avec leurs partenaires commerciaux pour éviter la vente de nos produits à des mineurs.

Il a été demandé à tous les marchés commercialisant des produits de PMI de renforcer la mise en œuvre des programmes visant à éviter l'accès des jeunes aux produits.



Boutique IQOS à Ginza, Japon

Gestion durable de la chaîne d'approvisionnement

Notre chaîne d'approvisionnement représente une part significative de notre empreinte sociale et environnementale. Alors que la chaîne de valeur est de plus en plus intégrée et mondialisée, parvenir à concilier sécurité d'approvisionnement et rapport qualité-prix d'une part, et normes environnementales, sociales et de qualité d'autre part, est un défi et une priorité absolue.

Les relations de plus en plus étroites avec les fournisseurs offrent des opportunités de créer de la valeur de manière durable. Dans le même temps, les chaînes d'approvisionnement peuvent être soumises à des risques environnementaux, sociaux et de gouvernance potentiellement sérieux. PMI s'emploie à identifier et combattre sans cesse ces risques afin d'améliorer les performances de sa chaîne d'approvisionnement dans une perspective de développement durable.

Notre objectif

100 %

Pourcentage de fournisseurs critiques auprès desquels PMI s'approvisionnera de façon durable d'ici 2025

Avancées 2019



2 875 agents de terrain accompagnant les agriculteurs sous contrat et supervisant la mise en œuvre des GAP et ALP de PMI



96 % du tabac acheté par contractualisation directe ou par l'intermédiaire de fournisseurs de tabac de PMI



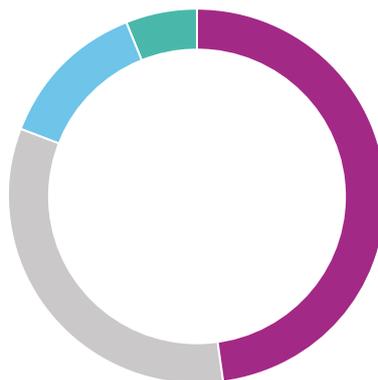
84 % des dépenses d'approvisionnement réalisées auprès de fournisseurs critiques sont évaluées via la plateforme d'audit préalable des fournisseurs (STEP) de PMI¹

¹ Nous avons formellement commencé à intégrer les fournisseurs critiques dans notre plateforme d'audit préalable des fournisseurs (STEP) en juillet 2019.

² Les données relatives aux exploitations agricoles qui nous fournissent le tabac figurant dans le présent document concernent 22 pays dans lesquels nous nous approvisionnons (Équateur et Liban exclus).

Notre approche s'appuie sur nos **Principes d'approvisionnement responsable (RSP)**, qui sont conformes aux Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme des Nations Unies, aux dix principes du Pacte mondial des Nations Unies et aux conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT). Au sein des exploitations agricoles, les efforts de développement durable réalisés dans nos chaînes d'approvisionnement en tabac sont dictées par nos **Bonnes pratiques agricoles (GAP)** et nos programmes **Pratiques sociales agricoles (ALP)**.

Vue d'ensemble des dépenses liées à notre chaîne d'approvisionnement en 2019



Avec plus de 33 200 fournisseurs répartis sur plus de 180 marchés, nos dépenses s'élèvent à environ 11,4 milliards USD.

Les matières premières (mèches en acétate de cellulose pour les filtres et carton d'emballage par exemple) et appareils pour produits sans fumée représentent 33 % des dépenses totales liées à notre chaîne d'approvisionnement, les feuilles de tabac 13 % et les équipements de production 6 %.

Notre grande chaîne d'approvisionnement agricole intègre des tabaculteurs et des producteurs d'autres matières premières agricoles, telles que le clou de girofle, le menthol et la gomme de guar. Notre chaîne d'approvisionnement en tabac compte 16 500 tabaculteurs sous contrat direct et 318 500 producteurs sous contrat avec 13 fournisseurs tiers.² Que notre tabac soit acheté directement ou via un intermédiaire, nos exigences GAP et les processus de contrôle sont identiques. En 2019, nous avons acheté du tabac provenant de 24 pays, pour l'essentiel cultivé au sein de petites exploitations tabacoles de moins de 2 hectares. Notre réussite à long terme dépend, pour partie, de notre capacité à nous approvisionner en produits et services nécessaires à notre activité de façon professionnelle et durable.



Agent de terrain et ouvriers agricoles sur une ferme tabacole à San Vicente, Argentine

STEP (Processus et plateforme d'audit préalable des fournisseurs)

Ce programme consiste à réaliser un audit préalable des fournisseurs et à évaluer leurs performances afin de garantir le respect de nos RSP. STEP s'appuie sur une approche de gestion du risque utilisée pour élaborer notre cadre d'audit préalable de la chaîne d'approvisionnement. STEP nous permet d'identifier les risques ESG potentiels de nos fournisseurs en fonction du type de matière ou de service, ainsi que du pays dans lequel les matières sont produites ou les services assurés. En 2019, nous avons déployé STEP en nous concentrant sur les fournisseurs critiques identifiés sur la base de nos critères de risques. Nous avons formellement engagé les fournisseurs dans cette démarche en juillet, en commençant par les fournisseurs de matières premières et d'électronique.



En 2019, PMI a figuré, pour la troisième année consécutive, au palmarès Supplier Engagement Leaderboard du CDP pour ses actions et stratégies de réduction des émissions et des risques liés au climat dans sa chaîne d'approvisionnement.

Chaîne d'approvisionnement en tabac

Les GAP, qui s'appliquent au sein de notre chaîne d'approvisionnement en tabac, sont un ensemble exigeant de règles sur la gouvernance, les méthodes de culture, l'environnement et les conditions de travail. Le succès d'un approvisionnement responsable dépend essentiellement de la qualité des relations sur le terrain. Chez PMI, le Système de production intégré établit une relation commerciale avec les fournisseurs de feuilles de tabac et les agriculteurs, qui se traduit par la mise en place d'un accompagnement technique direct, de conseils en agronomie, d'un système de prêts financiers et de divers autres services. Les agents de terrain sont au cœur du système : ces hommes et femmes promeuvent le déploiement des GAP et sont vecteurs de progrès sur le terrain.

Depuis 2016, en plus du suivi de chaque exploitation agricole par les agents de terrain, nous vérifions que les tabaculteurs sous contrat et fournisseurs respectent les GAP dans le cadre du Programme tabac durable (STP) mis en place par le secteur et piloté par AB Sustain, spécialiste indépendant de la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

Chaîne d'approvisionnement en électronique

Notre chaîne d'approvisionnement en électronique joue un rôle fondamental dans notre transformation vers un avenir sans fumée. Nous avons donc évalué l'exposition au risque afin d'anticiper les problèmes potentiels liés à notre nouvelle base d'approvisionnement en produits électroniques fabriqués en Asie. En complément à notre programme STEP et aux contacts réguliers, qui associent chaque fournisseur et intègrent des clauses de développement durable dans leurs contrats, nous avons renforcé les contrôles en recourant à des tableaux de bord et indicateurs clés de performance (ICP) ad hoc pour nos fournisseurs clés.



Fabrication d'appareils IQOS en Asie

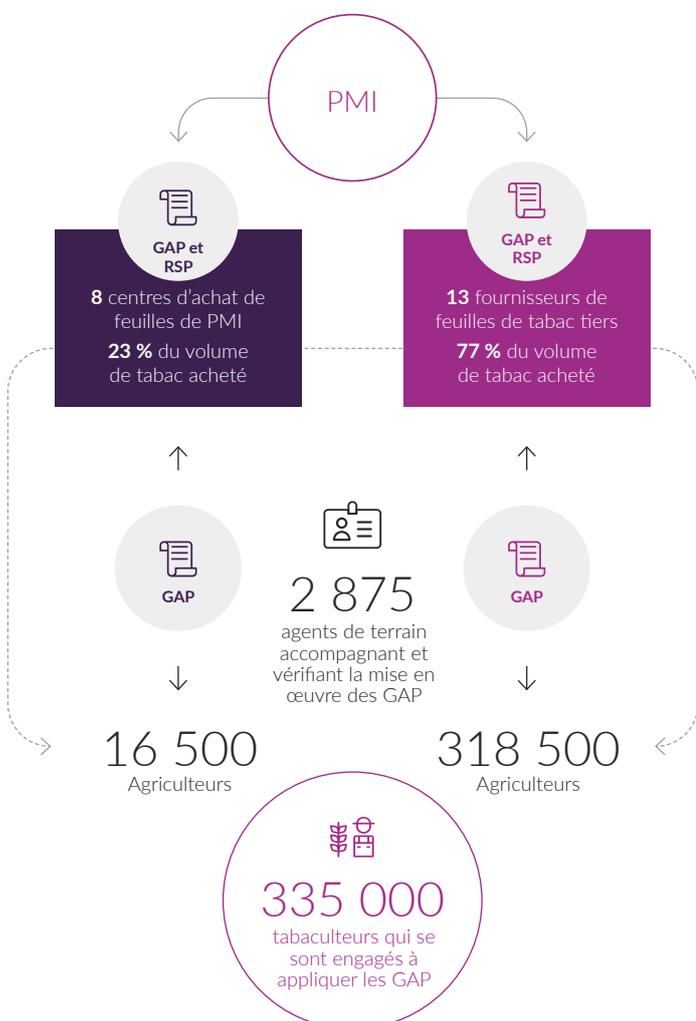
Gestion des impacts de notre chaîne d'approvisionnement en électronique : les avancées

Dans notre dernier rapport, nous avons décrit de façon détaillée notre collaboration avec un fournisseur clé d'électronique en Asie. Les progrès accomplis en un an témoignent de la solidité de notre processus d'audit préalable, des relations étroites que nous avons réussi à nouer et de l'aide apportée par Verité, une ONG de premier plan qui œuvre pour la mise en place de chaînes d'approvisionnement responsables. Les risques potentiels auxquels PMI était exposée dans le cadre de cette relation fournisseur concernaient le traitement des travailleurs migrants, les conditions de travail, l'hébergement, la sécurité, et le contrôle des recruteurs externes.

Les résultats du second audit réalisé en 2019 sont très encourageants. Des entretiens menés auprès de travailleurs ont permis de saluer les progrès réalisés par notre fournisseur suite au processus d'audit préalable. Le personnel sait désormais qu'il peut se faire entendre et que la Direction répond à ses préoccupations. S'appuyant sur les bons résultats obtenus en matière d'amélioration des règles de recrutement et de communication, notre fournisseur a tenu son engagement de construire de nouveaux dortoirs en 2019. Qui plus est, notre équipe contrôle les fournisseurs et collabore avec eux afin de contribuer à améliorer la sécurité, la productivité et les conditions de travail.

Par ailleurs, en 2019, les fournisseurs d'électronique représentant 80 % de nos dépenses d'approvisionnement ont participé à notre programme de développement des compétences. Nous avons mis en place des indices de performances pour mieux appréhender la problématique du temps de travail dans notre chaîne d'approvisionnement. Nous avons demandé à 19 fournisseurs clés de nous transmettre, chaque mois, des données sur la durée hebdomadaire du travail et la composition de la main-d'œuvre. Nous avons ainsi pu mieux évaluer la répartition du temps de travail et identifier les causes des horaires de travail excessifs. Nous avons également intégré les critères de temps de travail dans nos tableaux de bord. Qui plus est, nous avons institué un processus de mise en place des relations avec les nouveaux fournisseurs qui intègre des questionnaires d'autoévaluation, une étude de gestion sur site et notre programme STEP. Ces initiatives illustrent la façon dont nous travaillons avec les fournisseurs de rang 1 et 2 pour remédier de façon constructive aux écarts de performance et obtenir des résultats positifs sur le plan social.

Chaîne d'approvisionnement en tabac de PMI



“ En 2019, PMI a lancé des autoévaluations annuelles destinées à contrôler l'application des normes GAP du programme STP global par tous ses fournisseurs de tabac.

Respect des droits de l'Homme

Le respect des droits de l'Homme doit faire partie intégrante de la culture d'entreprise afin que ces principes régissent notre façon de travailler et guident nos relations avec les collaborateurs, fournisseurs, partenaires commerciaux, consommateurs et habitants des régions dans lesquelles nous exerçons nos activités. Outre le fait qu'il s'agit d'un devoir, protéger les droits de l'Homme renforce notre entreprise en lui permettant de mieux gérer les risques opérationnels, d'accroître la confiance et de sécuriser son activité sur le long terme.

Notre objectif

10

Pays les plus à risque faisant l'objet d'évaluations externes relatives aux droits de l'Homme et suivies d'actions d'ici 2025

Avancées 2019



2 évaluations relatives aux droits de l'Homme menées depuis 2018



Travailleurs sur le site de notre fournisseur de tabac à Isabela, aux Philippines



Notre Engagement en faveur des droits de l'Homme et notre feuille de route sont les piliers de notre stratégie en matière de droits humains.

Nous nous efforçons de lutter contre les conséquences négatives de nos activités et d'être vecteur de progrès individuel et collectif d'un bout à l'autre de notre chaîne de valeur. Même si cette démarche est parfois difficile du fait de la portée et de la complexité des problèmes et de l'étendue de nos activités, les droits de l'Homme sont, à nos yeux, une exigence absolue et universelle que nous nous engageons à respecter. Notre Engagement en faveur des droits de l'Homme (HRC) et notre feuille de route sont les piliers de notre stratégie en matière de droits humains. Notre action prend diverses formes : large mobilisation interne, formations, évaluations (Human Rights Impact Assessment - HRIA) menées par des acteurs externes, consultation d'experts et projets en partenariat avec des pairs.

Nous augmenterons le nombre d'évaluations au cours des cinq années à venir et, ce faisant, prêterons une attention toute particulière à l'exhaustivité et au champ d'application de chacune d'entre elles. En mettant à profit la première évaluation menée au Mexique en 2018, nous avons réalisé une deuxième évaluation HRIA aux Philippines en 2019. Dans ce cadre, nous avons mené des recherches, recensé les parties prenantes et réalisé un travail de formation et de sensibilisation.

Notre évaluation a mis en lumière plusieurs évolutions positives, parmi lesquelles :

- Fort engagement en matière de diversité et d'inclusion, toutes les personnes se sentant accueillies et soutenues ;
- Sont fréquemment mentionnés les salaires supérieurs à la moyenne, avantages sociaux parmi les plus généreux du secteur, formation, développement et soutien aux mères allaitantes ;
- Forte culture de la sécurité parmi le personnel et les sous-traitants qui infuse au sein des familles et de la collectivité ;
- Excellente connaissance des processus internes de réclamation et culture du « signalement » au sein de PMI.

Parallèlement à ces éléments positifs, nous avons relevé un certain nombre de points à améliorer. Par exemple, pendant les échanges approfondis au sein de groupes de discussion, les commerciaux - et en particulier les femmes - ont exprimé des craintes au sujet de leur sécurité personnelle lorsqu'ils travaillent dans des secteurs où la criminalité est élevée. Pour répondre à leurs inquiétudes, nous prendrons des mesures afin de réduire les risques. Nous prévoyons

ainsi de revoir les tournées en concertation avec le personnel commercial, et veillerons à ce que les salariés travaillent en binôme lorsqu'ils se rendent dans des zones à risques.

Les commerciaux peuvent aussi être victimes de braquages. Parallèlement à la mise en œuvre de l'ensemble des mesures de sécurité nécessaires, le personnel pourra bénéficier d'un soutien psychologique adapté.

Les évaluations HRIA permettent de mettre en lumière les défis locaux et d'évaluer la mise en œuvre sur le terrain de notre Guide de la réussite, des ALP, des RSP et du Code marketing. Notre entreprise s'appuie sur les connaissances locales pour mieux comprendre les enjeux globaux et améliorer la formation et la gestion des conséquences pour les droits de l'Homme.

« Ce processus itératif intitulé « Évaluation des répercussions sur les droits de l'Homme » nous impose de dialoguer avec toutes les parties prenantes et de les écouter, sachant qu'elles ont beaucoup à nous apprendre. La première étape de toute transformation consiste à écouter les praticiens et ceux qui relèvent les défis. Et cette démarche de transformation dans laquelle notre entreprise est engagée s'accompagne de nouveaux défis et de conséquences pour les droits de l'Homme, au niveau de nos activités, de la chaîne d'approvisionnement, voire de nos engagements externes. En tant que leader du secteur, nous devons faire preuve d'humilité et être prêts à tirer les leçons des expériences vécues par d'autres, déployer ce qui fonctionne et, ensemble, combler les lacunes. Nous devons, collectivement, marteler un message clé : instaurer le respect des droits de l'Homme est possible. Il en va de notre responsabilité. Par ailleurs, cet engagement aidera considérablement notre entreprise à mener à bien sa démarche de développement durable.

Le point de vue de notre Directeur général aux Philippines

Les grandes lignes de notre feuille de route pour les droits de l'Homme



PILIER 3

Prendre soin des personnes avec lesquelles nous travaillons

La réussite à long terme de PMI dépend de sa capacité à améliorer son impact social sur ses sites et au-delà de son champ direct d'intervention.

Promouvoir un cadre de travail sûr et sain est crucial pour notre entreprise. Dans nos usines, nos bureaux, nos laboratoires, nos points de vente et au sein de nos équipes commerciales, nous nous efforçons de mettre en place un environnement de travail sûr et de préserver la motivation et la santé du personnel.

Nous attendons par ailleurs de nos fournisseurs et agriculteurs partenaires qu'ils respectent les normes de travail en vigueur. Dans notre chaîne d'approvisionnement en tabac, notre objectif est d'assurer un revenu décent à tous les exploitants sous contrat et d'éviter le travail des enfants ainsi que toutes autres formes d'exploitation.



Ouvrier agricole près d'une pompe à eau utilisée pour l'irrigation goutte à goutte au Malawi

Bien-être socio-économique des communautés productrices de tabac

Le tabac que nous achetons provient de nombreuses régions du monde, y compris de pays à faibles et moyens revenus, où il est habituellement cultivé sur de petites exploitations de moins de 2 hectares.

Nos objectifs

100 %

Pourcentage de tabaculteurs sous contrat avec PMI bénéficiant d'un revenu de subsistance d'ici 2025

Zéro

Travail des enfants dans notre chaîne d'approvisionnement en tabac d'ici 2025

Avancées 2019



92 % du tabac acheté par PMI a donné lieu à un contrôle systématique des pratiques sociales



0,8 % des exploitations agricoles sur lesquelles un cas de travail des enfants a été signalé¹



88 % des actions urgentes ALP liées au travail des enfants déclenchées par les agents de terrain solutionnées¹



80 % de travailleurs agricoles du secteur du tabac disposant d'un hébergement sûr et adapté²



99 % d'exploitants et de travailleurs agricoles ayant accès à des équipements de protection individuelle³

¹ Le contrôle et le signalement des cas de travail des enfants font référence aux travaux dangereux réalisés par des enfants de moins de 18 ans.

² Nous avons instauré la catégorie des actions urgentes en 2019. Le périmètre est limité aux agriculteurs fournissant un hébergement aux travailleurs (environ 6 % de la base totale des agriculteurs).

³ Nous avons instauré la catégorie des actions urgentes en 2019.



Ouvrier agricole préparant le tabac pour un séchoir au Malawi

Le travail des enfants et les autres pratiques de ce type sont moralement inacceptables pour PMI. Le tabac est l'ingrédient principal de nos produits, et nous devons pouvoir compter sur une base de tabaculteurs stable et performante pour garantir la continuité de l'approvisionnement en tabac de grande qualité. Des opportunités s'offrent à nous. En tant que multinationale s'approvisionnant en tabac dans 24 pays, nous pouvons contribuer à lutter contre la pauvreté et le travail des enfants grâce à des initiatives ciblées et au développement de solides relations de travail avec les agriculteurs, les fournisseurs, la société civile, les pouvoirs publics, les acteurs du secteur et d'autres parties prenantes.

Contribuer à réduire la pauvreté

Nous avons mis en place un certain nombre d'initiatives visant à aider les agriculteurs sous contrat à faire progresser leurs revenus et donc les conditions de vie de leurs familles. En 2019, nous avons regroupé ces différentes initiatives au sein d'un « Programme de revenu de subsistance », l'objectif étant de comparer le revenu effectif des agriculteurs au revenu de subsistance de référence dans chaque région donnée. Ces actions ouvrent une voie claire pour remédier aux abus en matière de travail et, en particulier, à celui des enfants. Elles prennent diverses formes : programmes d'amélioration des rendements agricoles, développement de la mécanisation et de l'irrigation, diversification des cultures et modèles économiques alternatifs.

Pratiques sociales agricoles

Nous utilisons une approche fondée sur les risques pour identifier, prévenir et limiter les cas de violations des droits de l'Homme et de la législation sociale tout au long de la chaîne d'approvisionnement en tabac de PMI. Dans

les pays où nous achetons notre tabac, les problèmes les plus difficiles et les plus récurrents que nous souhaitons traiter sont les suivants :

- Travaux réalisés par des enfants ;
- Hébergement inadapté et dangereux pour les travailleurs agricoles ;
- Rémunération des travailleurs inférieure au salaire minimum légal ou au salaire de référence dans le secteur agricole ; et
- Accès inadapté aux équipements de protection individuelle (EPI) qui permettent de se protéger des risques liés à l'épandage de produits phytosanitaires (CPA) et à la prévention de la maladie du tabac vert (GTS).

En 2019, nos actions de prévention du travail des enfants ont essentiellement porté sur un renforcement du soutien aux agriculteurs et travailleurs : information et formation, promotion de la scolarisation et de l'assiduité ou encore formation professionnelle. D'autres initiatives ont été déployées afin d'augmenter les revenus des ménages, notamment grâce à la création de groupes féminins d'entraide, d'associations d'épargne et de prêt dans les villages et de projets de diversification des cultures.

Nous nous sommes par ailleurs engagés à atteindre la série d'objectifs ci-dessous afin d'améliorer le bien-être socio-économique des communautés productrices de tabac :

- 100 % de travailleurs agricoles du secteur du tabac percevant au moins le salaire minimum légal d'ici 2022 ;
- 100 % de travailleurs agricoles du secteur du tabac disposant d'un hébergement sûr et adapté d'ici fin 2020 ;
- 100 % des agriculteurs et des travailleurs ayant accès à des équipements de protection individuelle (EPI) pour l'épandage de produits phytosanitaires (CPA) et la prévention de la maladie du tabac vert (GTS) d'ici fin 2020.

Santé, sécurité et bien-être au travail

Il est impossible d'avoir une bonne productivité au travail en l'absence de cadre assurant la sécurité de chacun et protégeant le bien-être de tous. Nous nous engageons à offrir un environnement de travail sûr à l'ensemble des collaborateurs, sous-traitants et visiteurs. Notre responsabilité ne s'arrête pas aux portes de nos sites. Nous attendons de nos fournisseurs et tabaculteurs qu'ils assurent eux aussi la sécurité de leurs salariés.

Des collaborateurs mobilisés et productifs sont un moteur pour la transformation de PMI. Il est impératif de bien gérer les questions de sécurité et de bien-être, pour créer de la valeur et la protéger et mieux maîtriser les coûts d'exploitation.

Notre objectif

<0,3

Taux total d'accidents à déclaration obligatoire pour les salariés et prestataires d'ici 2025

Avancées 2019



Taux total d'accidents à déclaration obligatoire de 0,20 (TRIR) pour 200 000 heures travaillées – Salariés de PMI et contractuels



Taux d'accidents de la route de 0,87 par million de kilomètres parcourus, contre 0,91 en 2018



98 % de sites de production certifiés OHSAS 18001 et ISO 14001¹

¹ Scope : sites de production fabriquant plus de 3 milliards d'équivalents de cigarettes par an. Le chiffre 2018 a été révisé suite à une erreur de reporting interne.

Produire en toute sécurité

En 2019, la responsabilité partagée en matière de sécurité a évolué rapidement au sein de PMI. Sur la base de nos observations comportementales, nous promovons l'adoption durable d'une culture de la vigilance afin de faire de la sécurité l'affaire de tous.

Sur nos sites de production, le principal objectif 2019 était de développer une culture de la sécurité basée sur les comportements et l'observation (BOS). L'idée est que chacun soit engagé en faveur d'ouverture, de vigilance, d'observation et de renforcement des bons comportements. Nous encourageons ce changement culturel en nous adressant directement au personnel et en mettant en place des alertes de sécurité ou des communications sur tableaux d'affichage.

Priorité à la sécurité du parc automobile

La conduite présente un risque pour les salariés PMI. Les quelque 24 000 véhicules de l'entreprise parcourent environ 500 millions de kilomètres par an. Dans ce domaine, l'état des routes, le respect de la loi et la culture de la conduite sont les défis que nous devons relever pour assurer la sécurité. Les chauffeurs travaillent presque toujours seuls et les conditions de travail parfois

difficiles peuvent entraver la maîtrise des risques. La technologie peut aider à gérer ces risques. Nous utilisons ainsi la télématique pour superviser le comportement des conducteurs afin d'améliorer leur sécurité et leur efficacité. Dans plusieurs pays, l'adoption de solutions télématiques, associée à d'autres éléments de notre système de gestion de la sécurité du parc, s'est traduite par une nette diminution du taux d'accidents de la route.

Bien-être du personnel

Dans le monde du travail, la mutation de l'environnement est générateur de stress et d'anxiété, un effet accentué, dans certains cas, par la transformation que vit actuellement PMI. Nous considérons que nous avons le devoir d'aider nos collaborateurs à mieux gérer le stress et l'incertitude. Pour ce faire, nous promovons le travail flexible, offrons des avantages sociaux concrets et menons des actions de sensibilisation, de formation et de coaching.



En 2019, notre taux d'accidents de la route par million de kilomètres parcourus a diminué, s'établissant à 0,87 contre 0,91 en 2018.

Aperçu de nos actions en faveur du bien-être du personnel, de la diversité et de l'inclusion à travers le monde*

- En 2019, nous sommes devenus la première entreprise à recevoir la certification mondiale EQUAL SALARY, qui atteste que PMI assure une égalité de rémunération entre les hommes et les femmes sur tous ses sites dans plus de 90 pays.
- Au niveau national, 55 comités Santé, sécurité et bien-être composés de représentants du personnel ont été mis en place.
- Sur 77 de nos marchés, le congé maternité, le congé parental, ainsi que les avantages afférents à la parentalité vont au-delà des obligations légales locales.
- Des réseaux de femmes ont été créés dans 22 pays.
- Des accords de flexibilité au travail ont été mis en place dans 85 pays.
- Dans 71 pays, le congé paternité ou parental est plus généreux que les dispositions prévues par la législation locale.
- Des services de garde d'enfants ou des aides financières pour leur garde sont proposés dans 41 de nos marchés.
- 32 marchés emploient des personnes en situation de handicap, et 65 disposent de bâtiments accessibles aux personnes à mobilité réduite.
- Dans 27 pays, nous avons mis en place des initiatives ou réseaux de soutien à la communauté LGBTQ+.

* Données collectées dans plus de 90 pays où PMI emploie des collaborateurs et couvrant plus de 95 % du personnel de bureau (estimation).



Salariés du site de production de Tabaqueira, filiale portugaise de PMI

PILIER 4

Protéger l'environnement

Assurer une bonne gestion environnementale sur l'ensemble de nos sites et de notre chaîne de valeur ne se limite pas à respecter les lois et réglementations en vigueur. Nous nous efforçons à améliorer sans cesse nos activités afin de nous conformer aux normes les plus strictes en matière de durabilité environnementale, conformément à notre Engagement pour l'environnement.

S'il est crucial d'améliorer les performances environnementales de nos sites de production, les impacts environnementaux de notre activité proviennent majoritairement d'autres maillons de notre chaîne de valeur, en particulier des opérations de culture et de séchage du tabac, et des déchets après usage de nos produits. Travailler en collaboration avec les tabaculteurs, les fournisseurs, les revendeurs, les ONG et les pouvoirs publics est essentiel pour la réussite de nos programmes environnementaux et l'atteinte de nos objectifs.



Salariés du site de production de Papastratos, filiale grecque de PMI

Protection du climat

Pour PMI, la protection du climat implique de contribuer à atténuer le changement climatique en réduisant nos émissions de gaz à effet de serre (GES) et notre consommation d'énergie, et de s'adapter au changement climatique en augmentant notre sobriété énergétique.

Nos objectifs

Zéro émissions nettes

Neutralité carbone pour les opérations directes de PMI (scopes 1+2) d'ici 2030

Zéro émissions nettes

Neutralité carbone pour la chaîne de valeur de PMI (scopes 1+2+3) d'ici 2050

Avancées 2019



Première usine neutre en carbone



42 % de baisse absolue du CO₂e dans les scopes 1+2+3 par rapport aux valeurs de référence 2010¹



39 % de baisse absolue du CO₂e dans les scopes 1+2 par rapport aux valeurs de référence 2010¹



65 % de l'électricité consommée et achetée provenant de sources renouvelables (usines, bureaux et parc automobile PMI)



61 % de réduction de l'intensité en CO₂e des opérations de séchage du tabac par rapport aux valeurs de référence 2010

¹ Nous communiquons sur nos avancées au regard de nos objectifs fondés sur les données scientifiques actuelles correspondant à un scénario de hausse de la température limitée à 2 °C. Nous visons une réduction absolue de 30 % des émissions pour les scopes 1+2 d'ici 2020, de 40 % d'ici 2030, et de 60 % d'ici 2040, et une baisse absolue des émissions de 40 % pour les scopes 1+2+3 d'ici 2030.

10 %

Les émissions de GES générées par les opérations de séchage du tabac blond représentent 10 % de notre empreinte carbone totale.

La crise climatique affecte les écosystèmes, l'agriculture, l'industrie, la finance et les moyens de subsistance des populations. Notre objectif est de réduire nos émissions de carbone d'un bout à l'autre de notre chaîne de valeur et, en particulier, dans les phases amont de notre chaîne d'approvisionnement. Nous avons mis en place plusieurs programmes pour atteindre nos objectifs et concrétiser notre ambition. PMI et un grand nombre de ses fournisseurs agissent pour stabiliser la hausse mondiale des températures en dessous du scénario à 1,5 °C adopté au niveau international.

Nous avons récemment défini de nouveaux objectifs plus ambitieux pour guider notre démarche de décarbonisation :

- Neutralité carbone pour PMI d'ici 2030 (scopes 1 et 2) ;
- Neutralité carbone de l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici 2050 (scopes 1, 2 et 3) ; et
- Réduction des émissions absolues de CO₂ conforme aux objectifs fondés sur des données scientifiques correspondant au scénario à 1,5 °C.

La réduction des émissions de carbone est un élément clé de la gestion environnementale de PMI. En parallèle, l'entreprise s'efforce de s'adapter aux impacts potentiels du changement climatique sur son activité. Élaborée à partir de notre modèle d'empreinte écologique, notre stratégie de réduction des émissions de carbone est centrée sur l'impact climatique généré par nos activités d'un bout à l'autre de notre chaîne de valeur.

Vers une production neutre en carbone

Notre stratégie est structurée en trois étapes :

- Promouvoir l'efficacité énergétique pour réduire la consommation ;
- Passer aux énergies renouvelables, y compris l'énergie verte ; et
- En dernier ressort, compenser les émissions carbone inévitables, idéalement en intégrant des projets développés dans notre chaîne d'approvisionnement et en générant des crédits carbone certifiés. L'achat de crédits carbone est également une possibilité.

En 2019, notre usine de Klaipėda, en Lituanie, est devenue notre premier site à atteindre la neutralité carbone, comme en témoigne la certification délivrée par myclimate, une association à but non lucratif suisse. Notre objectif est d'obtenir une certification pour deux autres sites de production d'ici 2021.

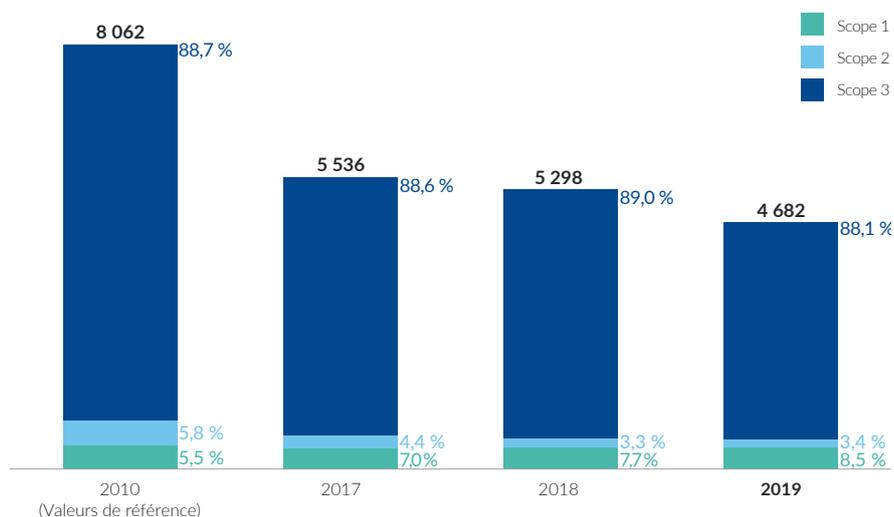
Réduire l'empreinte carbone de notre chaîne d'approvisionnement en tabac

Les initiatives stratégiques que nous déployons actuellement pour réduire notre empreinte carbone dans notre chaîne d'approvisionnement en tabac s'articulent autour de trois axes : réduire la consommation de carburant en améliorant l'efficacité des séchoirs à tabac, promouvoir l'abandon des énergies fossiles au profit de combustibles issus de la biomasse, et veiller à l'utilisation de bois de chauffage durable et traçable. Dans notre chaîne d'approvisionnement en tabac, nous sommes parvenus à une baisse absolue des émissions de 244 423 tonnes CO₂e en 2019 par rapport à l'année précédente, attribuable pour deux tiers aux gains d'efficacité dans les séchoirs à tabac et pour un tiers à une diminution des combustibles utilisés lors du séchage.

Notre chaîne d'approvisionnement en matières premières

En 2019, nous avons collecté des données afin d'évaluer les émissions liées à notre consommation de matières premières au niveau du scope 3. Les achats impactant le plus notre empreinte carbone sont les mèches en acétate de cellulose, la pâte à papier et le papier (carton d'emballage). Nous collaborons actuellement avec nos fournisseurs afin de développer une stratégie de réduction des émissions de carbone conforme à nos objectifs globaux. En 2019, la baisse des émissions de CO₂ liée à nos achats de matières premières s'est établie à 71 225 tonnes de CO₂, soit 12 % de la réduction annuelle réalisée sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

Émissions mondiales de gaz à effet de serre pour les scopes 1, 2 et 3 (en milliers de tonnes CO₂e)



Prévention du mauvais geste mégot

Chaque année, plus 350 millions de tonnes de déchets plastiques sont générées à l'échelle mondiale. Les plastiques qui ne sont pas éliminés correctement dégradent les paysages et sont nocifs pour la faune et la flore. L'industrie du tabac produit chaque année environ 1 million de tonnes de filtres à cigarettes. Même s'ils sont fabriqués en acétate de cellulose (AC), un bioplastique issu du bois qui se dégrade lentement, ils figurent parmi les déchets sauvages les plus fréquents. Notre objectif est de réduire la production de déchets à la source en encourageant les fumeurs à jeter leurs mégots de façon adaptée et en leur donnant les moyens de le faire.

Notre objectif

-50 %

Réduction des déchets plastiques liés à nos produits d'ici 2025 (par rapport à 2021)

Avancées 2019



31 filiales PMI dans 51 villes ont participé à des opérations de nettoyage soutenues par PMI lors du World Cleanup Day, le plus grand événement de ramassage de déchets au monde



3 900 collaborateurs de PMI et autres volontaires ont participé au World Cleanup Day



83 tonnes de déchets et plus de **827 000 mégots de cigarette (près de 170 kg)** ont été ramassés par les équipes de PMI



En 2020, nous continuerons à travailler avec nos partenaires pour évaluer des solutions innovantes susceptibles de nous permettre d'atteindre notre objectif à long terme : maîtriser intégralement le cycle de vie de nos consommables.

Le bon geste mégot est possible dès lors que le consommateur est sensibilisé, que l'on agit sur ses comportements et que l'on veille à la mise en place d'une infrastructure adaptée à la collecte. Pour limiter le nombre de mégots jetés n'importe où, PMI insiste sur la nécessaire modification des habitudes des consommateurs. En raison de la petite taille des mégots et des idées fausses sur leur composition et leur dégradabilité, de nombreux fumeurs ignorent que les mégots de cigarette ont un impact environnemental significatif. Nous mobilisons nos efforts pour sensibiliser les consommateurs et pour promouvoir la mise en place d'infrastructures adaptées de collecte des déchets. Nous nous attacherons ensuite à contribuer au développement d'une politique publique efficace en communiquant les données dont nous disposons sur les aspects environnementaux, sociaux et économiques des stratégies de lutte contre le mauvais geste mégot.

Nous avons élaboré une politique de lutte contre les déchets sauvages et agissons à l'échelle du Groupe pour la mettre en œuvre. Pour veiller à ce que les actions soient menées partout dans le monde et aient un véritable impact, nous avons développé une boîte à outils ad hoc que nos filiales peuvent utiliser pour développer des stratégies de lutte contre le mauvais geste mégot adaptées au contexte local. À la fin de l'année 2019, 64 pays utilisaient cette boîte à outils pour élaborer leurs plans, 31 d'entre eux étant prêts à passer à la phase de mise en œuvre ou l'ayant déjà fait.

Action de sensibilisation

La pédagogie est le point de départ de notre stratégie de lutte contre le mauvais geste mégot. Notre objectif est de développer des campagnes d'information qui font appel à la conscience de chacun et montrent comment jeter les mégots de cigarettes et autres déchets de façon adaptée. Avant de lancer toute campagne, il convient d'identifier les endroits où le problème est le plus critique selon les autorités et les organisations qui luttent contre les déchets sauvages et les citoyens. Il peut s'agir de certaines rues, de places, de parcs, de plages ou encore d'espaces en extérieur destinés à accueillir des événements. Nous collaborons également avec les industriels du secteur et travaillons en partenariat avec des organisations de lutte contre les déchets sauvages et les pouvoirs publics. Les habitudes tabagiques, la connaissance des enjeux environnementaux et les pratiques en matière de gestion des déchets varient selon les pays. Remédier au problème des mégots jetés n'importe où nécessite donc une approche adaptée aux réalités locales. Les programmes de lutte contre le mauvais geste mégot menés par PMI au niveau national se sont développés. Fin 2019, nous recensons 54 initiatives de lutte contre le mauvais geste mégot mobilisant nos collaborateurs à l'échelle mondiale.

En septembre 2019, PMI a participé au World Cleanup Day, la plus grande opération

de ramassage de déchets au monde. Plus de 3 900 collaborateurs de PMI et autres volontaires répartis dans 51 villes (31 pays) ont participé aux opérations de nettoyage organisées. Données à retenir :

- **Mexique** – 140 collègues présents dans 7 villes ont rempli 100 sacs de déchets.
- **Sénégal** – Notre équipe a participé au nettoyage de la plage de Ngo, point le plus à l'ouest du continent africain.
- **Pologne** – Nous avons lancé une compétition en ligne qui a permis à 500 collaborateurs de réaliser des opérations de nettoyage individuelles.
- **Indonésie** – Plus de 260 participants de Jakarta et Surabaya ont collecté au total 12 500 kg de déchets et 25 000 mégots de cigarettes.
- **Philippines** – Nous avons mobilisé nos partenaires locaux et convaincu plus de 1 000 personnes de participer aux opérations de nettoyage.

Travaux de recherche pour concevoir des filtres ayant une meilleure dégradabilité

PMI évalue activement depuis de nombreuses années des matériaux alternatifs pour filtres à cigarettes ayant un impact environnemental réduit par rapport à l'acétate de cellulose, qui est déjà une matière renouvelable et partiellement biodégradable. Pour être acceptable, tout nouveau matériau devra respecter quatre critères :

- Assurer une filtration performante et homogène, semblable à celle des filtres en acétate de cellulose ;
- Réduire significativement l'empreinte carbone totale et/ou améliorer significativement la biodégradation en milieu marin, aquatique et terrestre par rapport à un filtre en acétate de cellulose ;
- Garantir un goût acceptable, car un produit doit séduire les consommateurs pour avoir l'impact positif souhaité sur l'environnement ; et
- Assurer la viabilité commerciale à grande échelle (après développement en laboratoire, les nouveaux matériaux doivent pouvoir être produits de façon industrielle à grande échelle et à des coûts compétitifs).

Après des tests chimiques exhaustifs, des essais d'usure, des évaluations de la biodégradation et des essais auprès des consommateurs à l'aide de prototypes, les précédents projets sur lesquels nous avons travaillé remplissaient un ou plusieurs des critères ci-dessus mentionnés, mais aucune alternative préférable aux filtres en acétate de cellulose n'a encore été trouvée. Nous continuerons à explorer d'autres options en fonction de la disponibilité de nouveaux matériaux et processus innovants.



Collaborateurs de PMI nettoyant une plage au Portugal

Éco-conception des produits et cycle de vie des produits

Il est nécessaire de changer de modèle économique de production et d'utilisation pour passer à un modèle moins destructeur. Intégrer les enjeux du développement durable dès la conception des produits permet de maîtriser les impacts environnementaux et sociaux tout au long du cycle de vie du produit, du développement à la mise au rebut.

Nos objectifs

100 %

Pourcentage d'utilisateurs de produits sans fumée de PMI ayant accès à la collecte et à la récupération des appareils et consommables d'ici 2025

100 %

Pourcentage d'appareils sans fumée de PMI ayant une certification d'éco-conception d'ici 2025

Avancées 2019



74 % de taux de recyclage des appareils IQOS dans les centres CIRCLE (moyenne pondérée)¹



93,5 % de matériaux d'emballage recyclables



87,7 % de matériaux d'emballage renouvelables

¹ Nous avons créé nos deux centres de recyclage CIRCLE en 2018. Taux de recyclage : variable en fonction du type d'appareil et du site de traitement (les chiffres fournis concernent des produits traités par les centres CIRCLE, tri par type d'appareil, aucune mise en décharge, matériaux non recyclables utilisés pour la valorisation énergétique ou passés en pertes).

Pour PMI, contribuer à l'économie circulaire signifie développer des produits plus respectueux de l'environnement (appareils, consommables, accessoires et emballages) en améliorant leur recyclabilité, leur efficacité et leur réparabilité.

Au cours des deux dernières années, nous avons réduit l'impact CO₂ global de nos produits sans fumée grâce à des améliorations des processus de production et de la chaîne d'approvisionnement en tabac. En nous concentrant sur la fin de vie de nos appareils, nous avons adopté une approche centralisée avec la création de deux centres de recyclage en 2018, un en Europe et l'autre en Asie. Cette stratégie présente divers avantages, notamment en termes d'économies d'échelle, d'investissement régional, de prévention du commerce illicite et d'amélioration de la qualité (en identifiant des améliorations potentielles au niveau de la fabrication et de la conception).

En 2019, nous avons continué à nous intéresser aux comportements des consommateurs en matière d'élimination des recharges de tabac à chauffer (HTU). Nous avons aussi cherché à savoir ce qui pourrait les convaincre de participer à un programme de collecte organisé par PMI et ce dont ils auraient besoin pour ce faire. En collaboration avec plusieurs partenaires spécialisés dans la gestion des



Centre de recyclage d'appareils IQOS au Japon

“

Pour atteindre ces objectifs, nous avons opté pour une stratégie de gestion qui prend systématiquement en compte les enjeux de développement durable dès le début du processus de développement des produits.

déchets et le recyclage, nous nous sommes par ailleurs penchés sur la deuxième vie que nous pourrions donner à nos HTU recyclées, et nous continuerons à évaluer des solutions innovantes susceptibles de nous permettre d'atteindre notre objectif à long terme.

Nos emballages se composent essentiellement de papier et de carton, des matériaux renouvelables, recyclables et biodégradables. Notre portefeuille produits comporte désormais moins de 10 % de matériaux contenant du plastique (films d'emballage et sachets par ex.), pour lesquels nous testons des alternatives potentielles.



Nous nous employons à évaluer les caractéristiques de durabilité et à faire des choix de conception qui amélioreront de façon continue les performances de l'ensemble de nos produits et emballages.

Principes fondateurs de l'éco-conception et de la circularité que nous suivons



Performances en matière de classements ESG

Chez PMI, nous mesurons parfaitement l'intérêt des classements ESG qui nous aident à évaluer nos performances en matière de développement durable, à nous comparer à nos pairs et, surtout, à identifier les points de progrès.

Nous participons aux enquêtes les plus utiles pour nous et nos parties prenantes en nous fondant sur les critères suivants :

- Crédibilité de la méthodologie et résultats faciles à interpréter et exploiter ;
- Notoriété du classement auprès des parties prenantes et de la communauté des investisseurs, et participation de nos concurrents et pairs afin d'établir une comparaison des performances ;
- Occasion d'acquérir des connaissances et feed-back suffisant pour nous permettre de progresser au fil du temps ;
- Ressources nécessaires, qui ne doivent pas détourner PMI de son objectif d'amélioration des performances ; et
- Volonté de dialoguer ; nous voulons comprendre les attentes et les résultats, partager des connaissances et pouvoir faire des suggestions d'amélioration des classements.

Organismes de notation	Performances 2019 de PMI	Score
CDP Climate	Classement sur la liste A pour la protection du climat pour la sixième année consécutive	A
CDP Forest	Note A- pour la préservation de la forêt	A-
CDP Supplier Engagement	Présence dans le palmarès Supplier Engagement Leaderboard pour la troisième année consécutive	Leader
CDP Water Security	Classement sur la liste A pour la gestion de l'eau	A
ISS-oekom	Obtention d'un « C », soit la meilleure note pour le secteur	C
MSCI	Amélioration des performances par rapport à l'année précédente	BBB
SAM Corporate Sustainability Assessment	3 ^e du secteur pour sa deuxième année de participation active	3 ^e place
Sustainalytics	34 ^e sur 180 entreprises ; « Leader » en matière de performances environnementales	34 ^e place
State Street R-factor Score	Surclasse les acteurs de l'industrie du tabac ; score moyen pour le secteur : 44	52



“

Transformation, de quoi parle-t-on ? Ce terme à la mode est souvent utilisé à la légère. Certaines entreprises se « transforment » en cédant les pans « indésirables » de leur activité, souvent à des investisseurs privés moins surveillés que les entreprises cotées. Il arrive que certaines parties prenantes nous demandent pourquoi nous n'avons pas vendu notre branche « cigarettes » pour accélérer notre transformation. Céder cette activité nous permettrait effectivement de devenir plus vite une entreprise commercialisant exclusivement des produits sans fumée, mais cela ne résoudrait pas le problème du tabagisme, et reviendrait simplement à s'en décharger sur un tiers. Notre objectif n'est pas (seulement) de construire un monde sans fumée mais aussi de rendre les cigarettes obsolètes. Nous sommes convaincus que c'est en nous transformant de l'intérieur que nous parviendrons à concrétiser cette ambition, en remplaçant aussi rapidement que possible sur chacun de nos marchés les cigarettes par des produits sans fumée.

Huub Savelkouls

Responsable Groupe du développement durable

Déclarations prospectives et mises en garde

Le présent document contient des prévisions de résultats futurs et d'autres déclarations de nature prospective. Les résultats futurs peuvent être affectés par des risques, incertitudes et hypothèses inexacts.

Si des risques ou incertitudes se confirment ou si des hypothèses sous-jacentes se révèlent inexacts, il est possible que les résultats réels diffèrent sensiblement des projections figurant dans ces déclarations prospectives.

Conformément aux règles d'exonération de la loi américaine Private Securities Litigation Reform Act de 1995, PMI signale les facteurs importants qui pourraient, de manière isolée ou conjointe, conduire à des différences importantes entre les résultats réels et les éléments communiqués dans les déclarations prospectives de PMI.

L'activité de PMI est exposée aux risques suivants : augmentation des droits d'accise et modification des dispositions fiscales ; renforcement des restrictions commerciales et réglementaires susceptibles de nuire à notre compétitivité, de nous empêcher de communiquer avec les consommateurs adultes ou d'interdire certains de nos produits ; préoccupations sanitaires liées à la consommation de tabac et de produits contenant de la nicotine et à l'exposition à la fumée de tabac ambiante ; litiges liés à l'usage du tabac ; concurrence intense ; évolutions des environnements économiques, réglementaires et politiques, catastrophes naturelles et conflits au niveau mondial et national ; changements de comportement des fumeurs adultes ; pertes de revenus liées à la contrefaçon, à la contrebande et aux achats transfrontaliers ; enquêtes

gouvernementales ; variation des taux de change et dévaluations monétaires défavorables, et mises en œuvre de contraintes aux rapatriements de fonds ; évolution défavorable de la législation en matière d'impôt sur les sociétés ; évolution défavorable du coût et de la qualité du tabac et d'autres produits agricoles et des matières premières ; intégrité des systèmes d'information de l'entreprise et efficacité de ses politiques de protection des données.

La rentabilité future de PMI pourrait également être pénalisée : si l'entreprise échoue dans ses tentatives de produire et commercialiser des produits à risque réduit ou si la réglementation ou la fiscalité ne font pas de différence entre ces nouveaux produits et les cigarettes conventionnelles ; si elle ne parvient pas à lancer avec succès de nouveaux produits, à promouvoir son image de marque, à pénétrer de nouveaux marchés ou à améliorer ses marges grâce à une augmentation des prix et à des gains de productivité ; si elle échoue à étoffer son portefeuille de marques par croissance interne ou externe et à développer des relations commerciales stratégiques ; ou si elle est incapable d'attirer et de fidéliser les meilleurs talents mondiaux. Les difficultés à prévoir les performances de notre catégorie de produits à risque réduit peuvent également affecter les résultats futurs.

La pandémie de COVID-19 a entraîné d'importantes perturbations sociales et économiques, des fermetures de magasins, d'usines et de bureaux et des restrictions de production, de distribution et de déplacement. Toutes ces conséquences auront un impact négatif sur notre activité, notre résultat opérationnel, nos flux de trésorerie et notre situation financière tout au long de la pandémie. Nos plans de continuité de l'activité et autres garde-fous risquent de ne pas être suffisamment robustes pour atténuer les répercussions de cette crise.

Si nous ignorons encore, pour une large part, les conséquences de la pandémie de COVID-19 et son impact sur notre activité, certains risques notables ont déjà été identifiés : difficulté à convaincre les fumeurs adultes d'adopter nos produits à risque réduit (RRP) alors que les fermetures de magasins empêchent les essais personnalisés, baisse significative des volumes pour la vente en détail et sur certains autres marchés clés, perturbations ou retards de la chaîne de production et d'approvisionnement, volatilité accrue des cours des devises et retards de mise en place

de certaines initiatives de réduction des coûts, de transformation et de restructuration. Notre activité risque également d'être affectée négativement si des collaborateurs clés ou un nombre important de salariés ou de partenaires commerciaux sont indisponibles en raison de l'épidémie de COVID-19.

Les répercussions négatives notables du COVID-19 sur la situation économique ou politique dans les pays et régions où nous sommes présents pourraient entraîner une évolution des comportements des consommateurs adultes et une baisse de la demande de nos produits, en particulier pour les marques vendues à des prix moyens ou élevés. La poursuite de la pandémie pourrait par ailleurs perturber notre accès aux marchés de la dette ou renchérir nos coûts d'emprunt. Les gouvernements risquent, temporairement, de ne pas pouvoir se consacrer à l'élaboration d'un cadre réglementaire fondé sur la science en vue du développement et de la commercialisation de produits à risque réduit, ou à la mise en application et au déploiement de réglementations essentielles pour notre activité. Par ailleurs, il est possible que les messages signalant les effets nocifs potentiels de l'utilisation de nos produits sur les risques liés au COVID-19 entraînent un renforcement des mesures restrictives sur la vente et l'utilisation de nos produits, aient un impact négatif sur la demande de nos produits, sur la propension des consommateurs adultes à adopter nos RRP, et sur nos efforts visant à promouvoir la mise en place de cadres réglementaires fondés sur la science pour le développement et la commercialisation des RRP. L'impact de ces risques dépend également de facteurs inconnus ou qui échappent à notre contrôle, y compris la durée et la sévérité de l'épidémie, et les actions prises pour contenir sa diffusion, limiter ses répercussions sur la santé publique et ses conséquences économiques ultérieures.

PMI est par ailleurs exposée à d'autres risques régulièrement décrits dans ses documents publics, y compris le formulaire 10-Q pour le trimestre clos au 31 mars 2020. Les ambitions et objectifs ne constituent pas des projections financières. PMI insiste sur le fait que la liste susmentionnée de facteurs notables n'aborde pas la totalité des risques et incertitudes potentiels. PMI n'est pas tenue de mettre à jour les déclarations prospectives qu'elle pourrait faire ponctuellement, sauf dans le cadre normal de ses obligations de dépôt.

Le présent document doit être lu conjointement avec le Rapport intégré 2019 de PMI consultable sur la page [PMI.com/sustainability](https://www.pmi.com/sustainability).

Dans le présent texte, « PMI », « nous » et « nos » font référence à Philip Morris International Inc. et ses filiales. Marques : les marques commerciales et de service citées dans le présent document sont des marques déposées ou sous licence des filiales de Philip Morris International Inc., et sont présentées en italique ou sous forme de logo.

Dans le présent document et les communications afférentes, les termes « matérialité », « matériel » et les termes similaires, utilisés dans un contexte économique, environnemental et social, sont définis dans les normes de développement durable indiquées et ne correspondent pas au concept de matérialité défini dans les lois américaines sur les valeurs mobilières et/ou les obligations d'information de la Securities and Exchange Commission américaine. Le présent document contient des renvois et des liens vers des sites Internet gérés par des tiers. Ces renvois sont fournis par commodité et dans le but de proposer un autre accès aux informations contenues dans ces sources. Leur communication ne signifie pas que nous approuvons leur contenu, les sites Internet concernés ou les opinions de leurs auteurs.



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

Siège

Philip Morris International Inc.
120 Park Avenue
New York, NY 10017-5579
États-Unis

www.pmi.com

Centre opérationnel

Philip Morris Products S.A.
Avenue de Rhodanie 50
1007 Lausanne
Suisse

www.pmi.com

Conception et réalisation

Friend Studio

www.friendstudio.com

Photographie

George Brooks

www.georgebrooks.net

Impression

Baudat imprimerie

www.baudat-favj.ch