

Communiqué de presse – 18 juin 2019

Le photographe Stéphane Lavoué réalise la 10^{ème} Carte Blanche de Pernod Ricard

La 44^e campagne artistique du Groupe, intitulée « Seriously Convivial », illustrera son rapport annuel et sera exposée dans le cadre de Paris Photo 2019.

A l'occasion de sa *Summer Party* annuelle célébrée au Centre Pompidou, Pernod Ricard a révélé ce soir le nom du dixième photographe à réaliser sa Carte Blanche. Il s'agit du français Stéphane Lavoué.

La dixième Carte Blanche photographique de Pernod Ricard célèbre une nouvelle facette de la convivialité, cette capacité intrinsèque, propre aux collaborateurs et aux marques du Groupe, à créer des moments authentiques de partage et de célébration. Quelques mois après le lancement de la vidéo « the Power of Convivialité », qui a été vue par des millions d'internautes, la campagne *Seriously Convivial* porte à l'image « ce lien qui nous unit, qui nous permet de répondre aux besoins humains de nous connecter à notre prochain » comme le définit le **manifeste de la Convivialité** : <https://theconvivialists.com/>.

A l'inverse des éditions précédentes, les collaborateurs du Groupe ne sont donc pas seuls face à l'objectif. En cette année exceptionnelle, ils ont été conviés à rencontrer d'autres individus qui jouent au sein de leurs communautés respectives un rôle de créateur, de lien et d'ambassadeur de cette culture du partage. De ces neuf rencontres, Stéphane Lavoué a tiré neuf portraits croisés réalisés sur tous les continents et qui constituent la campagne artistique annuelle 2019 de Pernod Ricard.

« J'avoue avoir été totalement emporté par la magie de ces moments », explique Stéphane Lavoué. « La force de ces images tient de la confrontation de ces univers souvent diamétralement opposés. Tout devrait les éloigner, et pourtant quelque chose émerge de la rencontre. A travers ce tour du monde, j'ai eu l'occasion de transformer cette succession d'images en récit photographique personnel ».

Comme le précise Olivier Cavi, Directeur de la communication de Pernod Ricard, *« Pour la 1^{ère} fois depuis que nous réalisons une Carte Blanche, il s'agissait pour le photographe d'aller capturer la beauté d'une rencontre, entre les créateurs de convivialité que sont nos employés et des créateurs de convivialité évoluant dans leurs communautés. Certains diront que nos modèles ne sourient pas. La convivialité, c'est une valeur qui va bien au-delà. C'est justement la puissance brute de leur rencontre que nous souhaitons saisir, et seul un portraitiste hors-pair comme Stéphane pouvait relever ce défi ».*

Stéphane Lavoué est le dixième grand nom de la photographie mondiale à se prêter à l'exercice de la Carte Blanche de Pernod Ricard après l'argentin Marcos Lopez, le français Denis Rouvre, l'espagnol Eugenio Recuenco, le suisse Olaf Breuning, l'australienne Vee Speers, le chinois Li Wei, le Sénégalais Omar Victor Diop, l'allemand Martin Schoeller et la canadienne Kourtney Roy.

La campagne *Seriously Convivial* sera révélée dans son intégralité dans les pages du futur rapport annuel de Pernod Ricard et présentée au public à l'occasion du rendez-vous incontournable de la photographie, Paris Photo du 7 au 10 novembre 2019 au Grand Palais. En voici les premières images en **vidéo** : <https://www.youtube.com/watch?v=lDtcFzvoXHA>.



Photo extraite de la campagne *Seriously Convivial* par Stéphane Lavoué.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 987 millions d'euros en FY18. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard, qui possède 16 marques dans le top 100 des marques de spiritueux, dispose de l'un des portefeuilles les plus prestigieux du secteur avec notamment la vodka Absolut, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, la liqueur Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Kenwood.

Les marques de Pernod Ricard sont distribuées via 6 sociétés de marques et 86 sociétés de marchés réparties sur les cinq continents. L'organisation décentralisée du groupe permet à ses 19 000 employés d'agir en tant qu'ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique à trois ans « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour toutes ses parties prenantes. Le groupe reste fidèle à ses trois valeurs fondatrices : l'esprit entrepreneur, la confiance mutuelle et l'éthique. Comme illustré par notre feuille de route à 2030, « nous préservons pour partager » et soutenons les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. En reconnaissance de son engagement constant en faveur du développement durable et la consommation responsable, Pernod Ricard a reçu la médaille d'or d'Ecovadis et est classé n°1 par Vigeo Eiris. Pernod Ricard est également une entreprise membre du LEAD Global Compact des Nations Unies.

Pernod Ricard est coté sur Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Contacts Pernod Ricard

Fabien Darrigues / Directeur Communication Externe

+33 (0) 1 41 00 44 86

Emmanuel Vouin / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 04

Alison Donohoe / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 63