

Communiqué - Paris, 18 juin 2018
Lancement de Mindset

Pernod Ricard lance Mindset, 4 vidéos décalées pour partager son état d'esprit

Pernod Ricard lance aujourd'hui une série de 4 épisodes intitulée « Mindset », disponible sur la plateforme dédiée mindset.pernod-ricard.com.

Ces quatre courtes vidéos sont autant de scénettes interprétées par l'acteur Robert Hoehn, popularisé par les vidéos virales « *What the fuck France* », qu'il a co-réalisées. Sur le même ton humoristique et excentrique, ce formidable performeur raconte à la manière d'un Stand-Up 4 moments marquants dans la vie des collaborateurs Pernod Ricard. Autant d'histoires qui illustrent cet état d'esprit alliant enthousiasme et convivialité, même face aux situations les plus inextricables, qu'ils sauront surmonter grâce à ce Mindset.

Dans l'un de ces épisodes, Robert Hoehn raconte ainsi à sa manière la prouesse de Ronnie et Steven, deux collaborateurs écossais en charge de la distillerie Miltonduff qui, armés de pelles et de sacs de sable, ont bravé une véritable tempête pour sauver leur site de production de l'inondation.

Si Pernod Ricard se définit par sa signature de « Créateurs de Convivialité », le Groupe a fait de sa culture unique et de la fierté de ses collaborateurs un élément déterminant de son identité. La notion de Mindset a notamment émergé dans son discours et ses campagnes de communication à compter de 2015, avec la nomination comme Président Directeur Général d'Alexandre Ricard, qui en fit l'une de ses deux priorités stratégiques avec la croissance des résultats.

« Nos 18 500 collaborateurs sont constamment encouragés à se dépasser, à être audacieux et à oser. C'est ce que montraient déjà les deux premières séries Mindset diffusées en interne. Ce nouvel opus, désormais diffusé en externe, est lui-même dans cet esprit. Il illustre la manière dont Groupe s'affranchit des codes traditionnels de la communication corporate pour incarner cet état d'esprit unique » explique Olivier Cavil, Directeur de la communication du Groupe.

Selon les résultats de la dernière étude indépendante du cabinet Willis Towers Watson auprès des 18 500 collaborateurs du Groupe, 88% d'entre eux sont considérés comme engagés ou très engagés, et 96% se déclarent fiers d'être associés à leur entreprise. Des résultats largement au-dessus des benchmarks d'entreprises internationales du secteur FMCG.



Communiqué - Paris, 18 juin 2018

Lancement de Mindset

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le n° 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 9 010 millions d'euros en FY17. 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 possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : 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. Le Groupe compte environ 18 500 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de Marques » et 86 « Sociétés de Marché » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique.

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

Contacts Pernod Ricard

Emmanuel VOUIN / Responsable Relations Presse

Alison DONOHOE / Responsable Relations Presse

+33 (0)1 41 00 44 04

+33 (0)1 41 00 44 63