

Gothé
**EXTRA
—
MILE**
by
KOURTNEY ROY



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



GO THE EXTRA MILE

ALEXANDRE RICARD

La Carte Blanche que nous confions chaque année à un photographe de renom représente bien plus qu'un simple exercice d'esthétique. Elle doit dépeindre l'un des traits caractéristiques de la culture et de l'état d'esprit de Pernod Ricard. Après «Vision» ou «Inspiring Action», c'est cette année la capacité de dépassement propre à nos 18 500 collaborateurs que la photographe canadienne Kourtney Roy a su retranscrire au travers de 18 instantanés : «Go the Extra Mile».

Pour la neuvième année consécutive, ce sont nos collaborateurs qui sont les visages de cette campagne, parce qu'ils sont à la fois la plus belle richesse de Pernod Ricard et les meilleurs ambassadeurs de ses valeurs. Chaque jour, ils portent partout dans le monde les couleurs du Groupe avec ce mélange de fierté, de passion et d'enthousiasme que vous reconnaîtrez jusque dans cette série de portraits.

Qu'ils soient à la ville *brand manager*, responsable sécurité ou *business analyst*, nos 18 collègues se sont dépassés pour se glisser dans les habits de personnages du septième art. Cette campagne se regarde comme un film. Laissez-vous embarquer par son casting et sa réalisatrice qui vous emmèneront vers cet «extra mile».

The artistic campaign we entrust a renowned photographer every year represents much more than a simple exercise of esthetics. Year after year, it depicts one characteristic trait of Pernod Ricard's culture and mindset. After "Vision" or "Inspiring Action", this year we wanted to embody our 18,500 employees' ability to continuously raise the bar through 18 snapshots – "Go the Extra Mile."

For the ninth consecutive year, our employees are the faces of this campaign, as they are both Pernod Ricard's most valuable asset and the best ambassadors of its values. Every day, they bear everywhere across the world the colors of Pernod Ricard with that mix of pride, passion and enthusiasm that you will recognize through that series of portraits.

No matter if they are brand managers, safety officers, or business analysts, our 18 employees demonstrated how they surpass themselves by dressing up as movie characters. This campaign is meant to be seen like a film. Let yourself get immersed in it by its casting and director, who will take you to this "extra mile."



OLIVIER CAVIL

GROUP COMMUNICATIONS DIRECTOR

«Ce qui se passe à Las Vegas reste à Las Vegas» reste l’une des plus célèbres répliques du cinéma récent. Nous ferons rigoureusement l’inverse puisque le fantastique travail réalisé par Kourtney Roy illustrera notre rapport annuel et que nous serons fiers de présenter cette nouvelle campagne au grand public lors du plus célèbre rendez-vous de la photographie, Paris Photo.

Nous révélerons aussi l’aventure en *road trip* que nous a fait vivre ce shooting unique; l’émerveillement des collaborateurs, le montage des sets, le travail de Kourtney devant et derrière la caméra. Tant de moments privilégiés que vous pourrez découvrir en images sur les réseaux sociaux de Pernod Ricard.

Quel contraste avec l’intimité feutrée et apaisante du studio new-yorkais de Martin Schoeller en 2017. A la vérité des visages en plan serré succède l’univers hautement stylisé et scénarisé de Kourtney Roy. Restent le dépassement de soi, le courage de se projeter en dehors de sa zone de confort, l’audace et l’engagement.

Nos 18 collègues présentent à chaque cliché le portrait fidèle de ce que nous sommes, de véritables Créateurs de Convivialité.

“What happens in Las Vegas stays in Las Vegas” remains one of the most famous lines of the recent history of cinema. But we will do exactly the opposite as this outstanding work by Kourtney Roy will illustrate our annual report and will proudly be put on display for the world to see at the most prestigious photo fair, Paris Photo.

We will also reveal the *road trip* adventure this photoshoot allowed us to live. The wonder of our employees, the building of the sets, Kourtney’s work in front of and behind the camera. Such special moments that you will be able to discover on Pernod Ricard’s social networks only.

The contrast with the calm and soothing intimacy of Martin Schoeller’s New York studio in 2017 could not be more striking. After the truth of close-up faces comes Kourtney Roy’s universe – highly stylized and scenarized. Self-improvement, bravery, commitment, and the courage of taking yourself out of your comfort zone are values that remain.

In each shot, our 18 colleagues present a faithful portrait of what we are – *Créateurs de Convivialité*.

INTERVIEW

KOURTNEY ROY PHOTOGRAPHE

Comment définiriez-vous votre travail ?

Je dirais que c'est une sorte de mélange entre mise en scène, photographie construite mais aussi photographie spontanée. J'adore voyager, et vais aux US ou au Canada prendre mes photos... Alors j'ai progressivement développé ce style basé sur le fait d'avoir tous mes accessoires dans le coffre de ma voiture : perruques, maquillage, vêtements, équipement technique...

Qu'avez-vous pensé de cette Carte Blanche ?

J'ai été ravie d'obtenir cette Carte Blanche, qui me permet de faire mes photos à ma manière. J'ai pu faire le casting, choisir les styles, tout. C'était un chemin qui a pris du temps pour la préparation mais tout s'est ensuite déroulé très vite. Les modèles étaient incroyables, j'avais peur qu'ils soient timides, mal à l'aise, mais tout le monde a vraiment joué le jeu. Je pense que le fait de les déguiser, les coiffer et les maquiller a beaucoup aidé car cela change la personnalité. Ils n'ont plus rien eu à faire, c'est leur apparence qui a parlé pour eux.

Comment prend-on des employés de Pernod Ricard pour les transformer en star de cinéma ?

Ce n'était pas un problème de les transformer en mini star d'un jour. Ils se sont portés candidats car ils avaient clairement envie de se donner entièrement. C'était très excitant pour eux, c'est spécial, je pense qu'ils ont vraiment aimé et ont changé leurs coiffures, leurs maquillages et costumes. Tout le monde peut être un héros de film une fois en costume sur un plateau.

Un message pour Pernod Ricard ?

Il n'y a pas beaucoup de projets comme celui-ci, où en tant qu'artiste vous pouvez aller travailler où vous voulez et faire ce qui vous passe par la tête sans que votre client ne vous dise « plus de ceci » ou « plus de cela ». Cela arrive une seule fois dans la vie d'un artiste. J'étais très enthousiaste et suis très heureuse du résultat.



How would you define your work?

It's kind of a mix between staged, constructed, but also very spontaneous photography. I love to travel, and I go places like the USA and Canada to take my photos, so I have slowly developed this style based on having everything in the trunk of my car: wigs, make-up, clothes, photo equipment...

What do you think about the Carte Blanche?

I was delighted to get this Carte Blanche, which lets me do my own thing. I got to do the casting, the styling, everything. It was a slow process in order to give us time to prepare but then it went by so fast! The models were amazing. I was afraid they were going to be shy, and uncomfortable, but everybody just got really into it. I think putting them in costumes and doing their hair and make-up helped because it changes your personality. They didn't have to do anything, the looks did the talking for them.

What's the process of taking Pernod Ricard employees and turning them into stars?

It was not hard to turn them into mini stars for the day. They applied, so they were obviously willing to give it their all. It was pretty exciting for them. I think they really enjoyed it and adapted really well to the hair, make-up, costumes. Everybody can be a film star when in costume on a set.

A message for Pernod Ricard?

There are not a lot of projects like this unfortunately, when an artist can go somewhere and have total freedom without the client saying “more this” or “more that.” Such an opportunity comes once in a lifetime for an artist. I was super excited, and I'm pleased with the result.

KOURTNEY ROY

Kourtney Roy est née en 1981, dans l’Ontario, au Canada. Fascinée par la création d’une mythologie tragique du soi, elle imagine un univers intime où se côtoient merveilleux et mystère. Avec son écriture photographique, les lieux et espaces sont des sources d’inspiration dont la poétique souligne la banalité et le quotidien.

Ses études de photographie à l’Emily Carr University of Art and Design de Vancouver et à l’École Nationale Supérieure des Beaux-Arts de Paris lui permettent de forger une esthétique léchée, qui imprègne parfaitement le papier glacé. Affectionnant l’autoportrait et le postiche, Kourtney Roy se met en scène, le plus souvent seule, dans un rapport au monde aussi décalé que fantasmé. Les personnages qu’elle incarne sont tristes et impassibles, figés dans une existence ordinaire qui semble se faire l’écho d’une époque passée. Grandes étendues fantômes, décors cinématographiques, artifices de la culture populaire sont autant de réminiscences qui hantent ces images délectables. Un monde vernissé qui se craquelle sous les accès d’autodérision chers à la photographe.

Empreintes d’un charme noir qui doit aussi bien au grotesque de situations faussement tranquilles qu’à leur tension trouble, ses photographies ont notamment été récompensées par le Prix PICTO en 2007, l’Emily Award au Canada en 2012, La Carte Blanche PMU/Le Bal en 2013, et par sa nomination pour le Prix Elysée au Musée de l’Elysée à Lausanne en 2014.

Kourtney Roy a exposé en France et à l’étranger. On a pu voir son travail au festival *Planche(s) Contact* à Deauville en 2012, au festival *Portraits(s)* à Vichy en 2015, au Bal, Paris, en 2014 et au Château d’Eau à Toulouse en 2017. Son travail a également fait l’objet d’expositions en Chine, aux Etats-Unis, en Italie, en Suisse, au Musée de l’Elysée, en Australie dans le cadre du Head On Photo Festival de Sydney en 2013 et à Moscou pour la Biennale Photo 2017.

Le travail de Kourtney Roy a fait l’objet de plusieurs publications dont celle pour son exposition au Bal : *Ils pensent déjà que je suis folle*, un livre d’artiste *Enter as Fiction* publié par Filigranes Editions et *Northern Noir* publié aux éditions La Pionnière. Son dernier livre *California* a été édité par les Editions Louis Vuitton.

Patrick Rémy

The Canadian photographer Kourtney Roy was born in Northern Ontario in 1981. Intrigued by the possibility of creating a tragic mythology of the self, she conjures an intimate universe pervaded by both wonder and mystery. Her photographer’s eye is drawn to places and settings whose lyrical qualities underscore the sublime banality of everyday life.

Roy’s studies in photography, at Emily Carr University of Art and Design in Vancouver and later at the Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts in Paris, inspired her to develop her finicky aesthetic, which lends itself particularly well to glossy paper. Partial to self-portraiture and artifice, Roy puts herself in the frame, most often alone, entering into an off-kilter relationship with her surroundings, one that is infused with fantasy. The characters she portrays are sad and impassive, locked into an ordinary existence that seems to recall times long gone by. In their composition, these images are reminiscent of wide-open and unreal spaces or cinematic backdrops, punctuated by the occasional pop culture reference. A shiny world, but shot through with fissures owing to the photographic fondness for not taking oneself too seriously.

Instilled with a dark sense of humor, taking their clues as much from the grotesque nature of seemingly placid settings as from the tensions simmering just under the surface, her photographs have garnered many prizes, including the Prix Picto in 2007, The Emily Award in Canada in 2012 and the Prix Carte Blanche PMU/Le Bal in 2013. In 2014 Roy was nominated for the Prix de l’Elysée awarded by the Musée de l’Elysée in Lausanne.

Roy’s work has been exhibited widely in France, but also abroad. She has been seen at the *Planche(s) Contact* Festival in Deauville in 2012, The *Portrait(s)* Festival in Vichy in 2015 and at Le Bal in 2014, among other events and venues. Internationally Roy’s photographs have been featured at exhibitions in China, as well as Italy, Switzerland, United States, Australia and at the Moscow Photo Biennale in 2017.

Roy has also released several publications on her work including an accompanying catalogue to Le Bal’s exhibition “Ils pensent déjà que je suis folle” and an artist’s book “Enter as Fiction”, both published by Filigranes Editions as well as “Northern Noir” published with Editions La Pionnière. Her latest book is edited by Editions Louis Vuitton entitled “California”.



Enter As Fiction N°2, 2015



Sorry, No Vacancy N°2, 2017

CARTE BLANCHE 2018

BY KOURTNEY ROY



Tavarus Hogans - Commercial Capabilities Manager - Pernod Ricard USA - Miami, USA



Iñigo Tapiador - Marketing Manager - Kenwood Vineyards - Kenwood, USA



Coraline Pharose - Assistant, Legal - Pernod Ricard HQ - Paris, France



Iris Bret - Brand Manager - Chivas Brothers - London, United Kingdom
Pierre Chauvin - Safety Officer - Martell Mumm Perrier-Jouët - Cognac, France



Sophia Kwon - Community Manager- Pernod Ricard Korea - Seoul, Korea
Calvin Doherty - Brand Ambassador - Irish Distillers - Dublin, Ireland & Claudine Eynaud - PR Manager - Pernod-Créteil, France



Sue Wu - Corporate Communications Manager - Pernod Ricard China - Shanghai, China

PERNOD RICARD & ART

Depuis 2010, Pernod Ricard a fait le choix de la photographie contemporaine pour sa campagne artistique annuelle. Le travail réalisé cette année par Kourtney Roy vient donc compléter une vaste collection déjà riche de 8 grands noms de la photographie internationale : 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 ou, l'an passé, l'allemand Martin Schoeller. Tous ont su se prêter à l'exercice de la « Carte Blanche », cette totale liberté créative qui ne connaît qu'un seul paramètre : prendre pour modèles des collaborateurs du Groupe venus du monde entier.

L'engagement pour l'art contemporain de Pernod Ricard est un héritage de son co-fondateur, Paul Ricard, dont la passion pour l'art sous toutes ses formes s'est illustrée notamment par son action de mécène. Chaque rapport annuel depuis la création du Groupe en 1975 est illustré par l'œuvre d'un artiste, constituant au fil des ans une prestigieuse collection où se côtoient Roger Bezombes, peintre de marine et grand voyageur (1976/1977), le sculpteur d'avant-garde César (1991) ou encore l'écossais Bruce Mc Lean (2000).

Une tradition perpétuée par la présence du Groupe à Paris Photo depuis 2015 et cette année autour des œuvres de Kourtney Roy.

Since 2010, Pernod Ricard has chosen contemporary photography for its annual artistic campaign. This year, the work of Kourtney Roy complements a vast and rich collection featuring eight big names of international photography – Argentinian Marcos Lopez, French Denis Rouvre, Spanish Eugenio Recuenco, Swiss Olaf Breuning, Australian Vee Speers, Chinese Li Wei, Senegalese Omar Victor Diop, and, last year, German Martin Schoeller. They have all been committed to participating in this "Carte Blanche", which gives the artist full creative freedom with a single parameter – using Group employees from all over the world as models.

Pernod Ricard's commitment to contemporary art is a legacy of its co-founder, Paul Ricard, whose passion for art in all its forms was championed by his patronage. Since the Group was created in 1975, each annual report has been illustrated by an artist's work. Over the years, this has given rise to a renowned collection featuring sea painter and great traveler Roger Bezombes (1976/1977), avant-garde sculptor César (1991), and Scotsman Bruce McLean (2000).

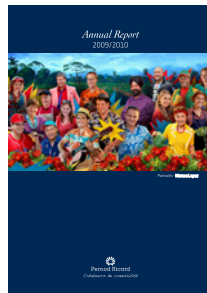
In this fashion the Group has been present at Paris Photo since 2015, and keeping with the tradition of featuring an artist's work, Kourtney Roy's will be exhibited this year.

CARTES BLANCHES

ÉDITIONS PHOTO

PERNOD RICARD

DEPUIS 2010



2010 - Marcos Lopez



2011 - Denis Rouvre



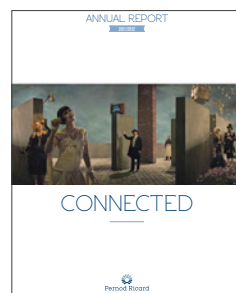
2014 - Vee Speers



2015 - Li Wei



2012 - Eugenio Recuenco



2013 - Olaf Breuning



2016 - Omar Victor Diop



2017 - Martin Schoeller



CONTACTS

PRESSE



EMMANUEL VOUIN
Press Relations Manager
emmanuel.vouin@pernod-ricard.com
T. +33 (0) 1 41 00 44 04

ALISON DONOHOE
Press Relations Manager
alison.donohoe@pernod-ricard.com
T. +33 (0)1 41 00 44 63



2e BUREAU
T. +33 (0) 1 42 33 93 18

SYLVIE GRUMBACH
sylvie.grumbach@2e-bureau.com

MARTIAL HOBENICHE
m.hobeniche@2e-bureau.com

FANY DUPÊCHEZ
Direction Artistique
fdupechez@artphotoprojects.com



CHARLY FORIN
Production
charly@cinq-etoiles.eu

NOTES



Gothé
EXTRA
MILE

Couverture

Juan Arriazu - Design Manager - Pernod Ricard Winemakers - San Sebastian, Spain
Guillaume D'Ursel - Trade Marketing Manager - Pernod Ricard Belgium - Brussels, Belgium
Blandine De Lestrangé - Brand Manager - Havana Club International - Paris, France



FOLLOW US



@Pernod_Ricard



@pernodricardcorporate

www.pernod-ricard.com