

Communiqué - Paris, 19 juin 2018  
Campagne artistique

## La photographe Kourtney Roy réalise la 43<sup>ème</sup> campagne artistique de Pernod Ricard, « Go The Extra Mile ».

La Summer Party annuelle organisée ce soir par Pernod Ricard sur les terrasses Paul Ricard du Centre Pompidou, dont il est Grand Mécène depuis 1997, est l'occasion pour le Groupe de révéler le nom de l'artiste qui signe sa « carte blanche » 2018.

Pour cette 43<sup>ème</sup> campagne artistique annuelle, la neuvième confiée à un grand nom de la photographie internationale, c'est l'artiste canadienne Kourtney Roy qui réalise 18 portraits de collaborateurs venus du monde entier, intitulée cette année « Go The Extra Mile ».



Le travail de Kourtney Roy vient compléter une vaste collection déjà riche de 8 grands noms de la photographie mondiale : 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 s'étaient déjà prêtés avec talent à l'exercice de la « carte blanche », cette totale liberté créatrice qui ne connaît qu'un seul paramètre : prendre pour modèles les collaborateurs du Groupe venus du monde entier.

*Kourtney Roy témoigne : « Il y a peu de projets comme celui-ci où, en tant qu'artiste, vous pouvez aller où bon vous semble et faire ce qui vous passe par la tête sans que l'on ne vous dise « plus de ceci » ou « plus de cela ». Cela arrive une seule fois dans la vie d'un artiste. Les modèles étaient incroyables, tout le monde a vraiment joué le jeu. J'étais très enthousiaste et si heureuse du résultat. »*

Pour Olivier Cavil, directeur de la communication de Pernod Ricard, « c'est toujours un honneur de travailler avec un photographe de renom. Incarner une des valeurs du Groupe, comme cette année la capacité de dépassement de nos collaborateurs, est un véritable défi artistique et esthétique. Kourtney l'a magnifiquement relevé et a su transmettre par l'image ce sens caractéristique de la convivialité, propre aux collaborateurs de Pernod Ricard ».

La campagne « Go The Extra Mile » sera révélée dans son intégralité dans les pages du futur rapport annuel de Pernod Ricard et présentée au grand public à l'occasion du rendez-vous incontournable de la photographie, Paris Photo du 8 au 11 novembre 2018 au Grand Palais.

Découvrez-en plus sur cette campagne inédite [ici](#).



Communiqué - Paris, 19 juin 2018  
*Campagne artistique*

**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