

Communiqué de presse, Paris, le 6 octobre 2021



Art Wall

Emmanuelle Lainé sélectionnée pour la première édition

Pernod Ricard annonce le lancement d'Art Wall, son nouveau programme de mécénat artistique ayant pour support un vaste mur faisant face à *The Island*, le nouveau siège mondial du Groupe.

Chaque année, un ou une artiste sera choisi par les collaborateurs parisiens de Pernod Ricard pour transformer le paysage du bâtiment situé au cœur de la capitale, à deux pas de la gare Saint-Lazare.

Parmi les six candidats présélectionnés en collaboration avec la Fondation Pernod Ricard, la française Emmanuelle Lainé a été sélectionnée pour la première édition d'Art Wall 2021. Son œuvre, « *Si vous vous attendez à un spectacle, vous serez déçu* », sera exposée durant un an, sur un mur de 17X13 mètres longeant le cours Paul Ricard. Avec Art Wall, la création contemporaine s'approprie la ville, suscitant une réflexion poétique sur le rôle de l'art dans l'espace collectif, invitant à reconsidérer ce cours comme un lieu de rencontre et d'échange, accessible à tous, collaborateurs comme visiteurs.



L'artiste utilise l'espace comme matière première, faisant l'interface entre le lieu, l'œuvre et le public. Elle qualifie le résultat d'ensemble de « microarchitecture ».

Pour sa première œuvre dans l'espace public, elle met en lumière des objets de la collection du MUCEM de Marseille. Ces objets ont été superposés dans des scènes plus vastes, produisant un effet de désorientation. Cet artifice optique est une réflexion sur l'engagement visuel : la façon dont le chaos organisé s'infiltré dans nos vies et la manière dont la précision de l'image numérique se modifie lorsqu'elle se superpose et se mêle à une installation sculpturale immersive.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le No 2 mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 824 millions d'euros lors de l'exercice 2021. 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 dans plus de 160 marchés dont 73 par ses propres forces de vente. L'organisation décentralisée du groupe permet à ses 18 500 employés d'agir en tant que véritables ambassadeurs de sa vision de « Créateurs de Convivialité ». Réaffirmée par son plan stratégique « Transform and Accelerate » déployé en 2018, la stratégie de Pernod Ricard se concentre sur les investissements à long terme et une croissance profitable pour tous ses actionnaires. 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 Sustainability & Responsibility, « nous préservons pour partager » en accord avec 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. 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 des indices CAC 40 et Eurostoxx 50.

Contact Pernod Ricard

Antonia Scintilla

Antonia.Scintilla@pernod-ricard.com

+33 (0) 1 70 93 16 32

Claudine Colin Communication

Chiara Di Leva

chiara@claudinecolin.com

Cyril Bruckler

cyril@claudinecolin.com

