

Naturally Committed

by
**SANJA
MARUŠIĆ**



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité



Alexandre Ricard

Président-Directeur Général

Cette nouvelle campagne artistique confiée à une photographe de renom, Sanja Marušić pour cette année, n'est pas un simple exercice récurrent. Menée depuis dix ans déjà, elle intervient pour cette onzième édition dans le contexte particulier de la pandémie qui a ébranlé le monde tel que nous le connaissions. Cette crise nous a d'ailleurs malheureusement empêché d'aller jusqu'au bout de notre projet: nous avons dû annuler plusieurs voyages qui nous auraient invités à la rencontre de nos communautés Écossaises et Suédoises. Mais en cette période où domine encore le doute quant à ce «monde d'après», je suis heureux que Pernod Ricard ne renonce pas à son ambition d'inscrire dans la durée son action en faveur des artistes et de la création artistique. C'est dans cet esprit que nous avons d'ailleurs annoncé récemment la création de la Fondation Pernod Ricard, qui poursuivra l'action longtemps menée par la fondation d'entreprise Ricard. Et c'est dans cette même démarche que nous renouvelons ici notre engagement fidèle au service de la photographie contemporaine.

A l'instar de l'édition précédente, cette onzième campagne continue d'incarner notre vision de «*Créateurs de convivialité*» que certains préfèrent encore appeler notre raison d'être. Nous la définissons comme «*l'art d'être-ensemble*», d'autant plus d'actualité dans le contexte de distanciation physique que l'on connaît encore. En plaçant nos collaborateurs face à l'objectif de la très talentueuse Sanja Marušić, nous avons souhaité comme depuis dix ans leur rendre hommage une nouvelle fois, mais plus encore ici à la suite de l'engagement exceptionnel dont ils ont fait preuve lors de la crise.

Pas moins de quatre millions de litres d'alcool pur et plus d'un million de litres de gel hydroalcoolique ont été produits par nos sites en France, Inde, Suède, Irlande, Amérique du nord et au Royaume-Uni pour aider nos concitoyens. Nous avons aussi voulu avec cette campagne mettre en lumière plus fortement encore que dans les éditions passées, la notion de partage, d'échange, de collaboration, du vivre et travailler ensemble au sein d'une même communauté au service d'un écosystème porté par un terroir. Vous trouverez dans cette campagne une mise en avant du travail passionné et souvent anonyme de ceux qui produisent patiemment la matière première ou les éléments nécessaires à l'élaboration de tous nos produits d'exception. Pour la première fois, nous avons photographié avec nos collaborateurs leurs partenaires de tous les jours, tous unis par le même désir de «*préserver, façonner et transmettre*», travaillant parfois ensemble depuis plusieurs décennies. Vous découvrirez ces très belles histoires au fil des pages qui suivent. Ce sont tous des artisans de ces instants que nos marques et nos collaborateurs ont pour mission de créer à travers ces moments de convivialité dont notre monde a plus que jamais besoin.

Depuis de longues décennies, au travers de nos feuilles de route environnementales successives comme au travers de l'action l'Institut Océanographique Paul Ricard, nous nous sommes engagés à protéger notre planète et à promouvoir toutes les actions nécessaires à sa protection. Cette carte blanche, «*Naturally committed*» est enfin un hommage vibrant à la nature, à ce cycle immuable qui puise inlassablement dans ses racines pour se renouveler. Je vous invite à vous en inspirer.

Our latest artistic campaign, for which the celebrated photographer Sanja Marušić was selected this year, is unlike its ten predecessors. Now in its eleventh year, this *Carte Blanche* to the artist unfolded in the context of a global pandemic that disrupted the world as we know it. This crisis unfortunately prevented us from carrying out the project as it was originally planned: we were forced to cancel several trips for encounters with communities in Scotland and Sweden. Yet in this period still dominated by uncertainty about 'the world after Covid-19', I am proud that Pernod Ricard is more committed than ever to our longstanding mission to support artists and artistic creation. It is in this spirit that we recently announced the creation of the Pernod Ricard Foundation, which will continue the work carried out over the last decades by the Ricard Foundation. And it is in this spirit that we remain true to our principles of supporting contemporary photography by giving 'carte blanche' to a young artist.

Like last year's campaign, this eleventh artistic contribution continues to express our vision – indeed, our purpose – as *créateurs de convivialité*. By this we mean 'the art of being together', which is more relevant than ever in the current context of social distancing. Putting our employees in front of the lens of the immensely talented Sanja Marušić, our aim, as in the past ten years, is to pay tribute to them, particularly following the exceptional dedica-

tion they have shown in this crisis. No less than 4 million litres of pure alcohol and over 1 million litres of hand sanitizer were produced at our sites in France, India, Sweden, Ireland, North America and the UK to help our fellow citizens.

With this campaign we also wanted to emphasize more strongly than ever our vision of sharing, exchange and collaboration; of living and working together within a community conscious of its ecosystem and its terroir. The images illustrate the devoted and often anonymous work of the men and women who patiently produce the raw materials required to make our exceptional products. For the first time, we photographed our employees with the partners they work with day to day, united in the same desire to 'preserve, perfect and pass on' their craft, some of whom have worked together for many decades. Their inspiring stories are honoured in the following pages. Each is an artisan of the moments of conviviality that our brands and employees endeavour to create, and that our world needs more than ever.

Over the decades, we have been committed to protecting our planet, promoting concrete actions in our environmental roadmaps and through the Paul Ricard Oceanographic Institute. The theme of this year's campaign, '*Naturally committed*', is a vibrant tribute to nature and its timeless cycle that continuously draws on its roots to renew itself. We hope it will inspire you.



Olivier Cavil

Directeur de la communication

Depuis quarante-cinq ans, nous faisons appel à un artiste pour illustrer la couverture de notre rapport annuel. Mais en 2010, j'ai voulu donner une nouvelle impulsion à cette démarche pour revenir à l'essentiel: mettre en valeur les hommes et les femmes qui font le succès du Groupe au quotidien. Car notre force, ce sont eux, ces 19 000 «*Créateurs de Convivialité*» qui incarnent notre signature. Depuis lors, nous confions notre campagne artistique annuelle à des photographes internationaux avec, pour seule contrainte, d'utiliser comme modèles nos collaborateurs.

Onze artistes de renom se sont déjà prêtés à cet exercice et ont livré, chacun avec sa propre sensibilité, autant de campagnes photographiques subliment notre singularité et nos valeurs de convivialité, de partage, d'échange, d'ouverture sur l'autre et le monde qui nous entoure. Ce fil conducteur nous a permis de construire une identité artistique forte, aujourd'hui reconnue, bâtie sur une collaboration avec les plus grands photographes contemporains et une complicité historique avec Paris Photo dont nous sommes un des grands partenaires chaque année.

Cette onzième campagne est naturellement particulière dans le contexte de la pandémie. Néanmoins, nous avons tenu à mener à bien le projet que nous avons initialement dessiné il y a plus d'un an, à savoir une campagne photographique mettant à l'honneur non seulement nos collaborateurs, qui se

sont exceptionnellement illustrés au plus fort de la crise, mais pour la première fois aussi nos partenaires et la sincérité des liens qui nous unissent à eux. Capturer l'esprit de ces rencontres dans une série haute en couleur, pleine de fraîcheur et d'audace esthétique dans un contexte pour le moins morose, c'est ce qu'a magnifiquement réussi Sanja Marušić, talentueuse photographe néerlandaise-croate. Sanja a su mettre en scène le lien qui unit un collaborateur et son partenaire autour de la matière qui symbolise le terroir dont tous deux sont issus : l'agave, le chêne, le raisin, le liège, etc...

La collection de portraits qui en ressort célèbre ces collaborations, et s'articule autour de la nature. Nos produits sont le fruit de ces rencontres et des collaborations qui en sont nées. Et c'est tout ce qui en fait leur singularité.

Vêtus de costumes que la photographe a elle-même confectionnés, ces duos de «*faiseurs d'histoires*» se transforment en sculptures humaines mises en scène dans des paysages naturels. L'approche expérimentale de la couleur, de la composition, des matériaux et des manipulations conduit à des scènes oniriques, créant ainsi un nouveau monde surréaliste.

Également ambassadeurs de nos valeurs, ils deviennent une source d'inspiration, une invitation à répandre la convivialité, le partage, l'envie d'agir ensemble: *Naturally Committed* comme le souligne le titre de cette onzième campagne.

For 45 years, we have been commissioning a different artist to create the cover art for our annual report. But in 2010, I wanted to give a new dynamic to our approach to focus on what is essential: featuring the men and women who are behind the day-to-day success of the Group. They are our strength, the 19,000 *Créateurs de convivialité* who embody our signature. So over the last decade, we have given the international photographers we select for each annual artistic campaign one sole condition: to use our employees as models.

So far 11 renowned artists have taken up the challenge to deliver, each with their own individual expressiveness, photography campaigns that showcase our singularity and our values of conviviality, sharing, exchange and openness to others and the world around us. This guiding principle has allowed us to create a strong artistic identity that is widely recognized today, forged by collaborations with major contemporary photographers and a historic association with the Paris Photo art fair, of which we are a main partner every year.

This year's campaign was of course uniquely affected by the context of the pandemic. Nevertheless, we were able to successfully complete the project that we initially planned over a year ago: a photo-

graphy campaign that pays tribute not only to our employees, who were incredibly impressive at the height of the crisis, but also, for the first time, our partners, to show the close bonds that unite us. Capturing the spirit of these encounters in a photo series that is vibrantly colourful, invigoratingly fresh and daringly bold in a globally sombre context, the talented Dutch-Croatian photographer Sanja Marušić has created stunning compositions that illustrate the link that connects an employee and a partner around the material that symbolizes their terroir: agave, oak, grapes, cork, etc.

This collection of portraits celebrates a cooperation that revolves around nature. Our products are the result of these encounters and the collaboration they give rise to, which makes them unique.

Dressed in costumes designed and made by the photographer, these duos of 'storymakers' are transformed into human sculptures set in natural landscapes. Her experimental approach to materials, colour, composition and choreography creates dreamlike scenes that project an otherworldly aura.

These ambassadors of our values are not just a source of inspiration, but an invitation to spread conviviality, sharing, and the desire to work together: to be *Naturally Committed* is the theme of this eleventh artistic campaign.

Sanja Marušić

Photographe



AUTO PORTRAIT, EXTRAIT DE LA SÉRIE EUTIERRIA

La photographe néerlandaise-croate Sanja Marušić, née en 1991, a étudié la photographie à l'Académie royale des arts de La Haye (KABK), et en 2013, Elle en sort diplômée en 2013 avec une mention honorable.

Marušić voyage à travers le monde pour créer des images d'un autre monde. Elle se sert d'elle-même comme d'un accessoire dans des costumes qu'elle a elle-même confectionnés, créant des sculptures humaines d'une minute dans des paysages étendus et désolés, avec une lumière solaire et d'intenses contrastes.

Elle manipule ses images pour que le paysage et le moment lui-même deviennent plus abstraits, créant ainsi un nouveau monde surréaliste, qu'elle utilise comme une sorte d'évasion pour elle-même et le spectateur. Son approche expérimentale de la couleur, de la composition, des matériaux et des manipulations conduit à des scènes oniriques, cinématographiques mais aliénantes, qui jouent avec notre subconscient.

En 2017, elle lance son premier livre de photos présentant une vue d'ensemble de ses séries en couleur. Elle étend également son esthétique par le biais du médium vidéo.

En 2018, elle poursuit ses expérimentations avec deux nouvelles séries :

Friends or Enemies

Friends or Enemies raconte l'histoire de deux amants et du chemin qu'ils parcourent ensemble. Parfois, leurs émotions sont à fleur de peau, mais ils ont affaire à la distance physique. À d'autres moments, les amoureux se trouvent au même endroit au même moment, mais vivent dans des vides séparés.

Eutierria

Alors que son travail précédent était davantage axé sur la création d'une scène aliénante parfaite, cette nouvelle série embrasse le large spectre de la transformation d'une pensée en expression, et toutes les complications qui accompagnent ce processus.

Il y a toujours deux personnes présentes dans l'image. Parfois, c'est très évident quand on les voit créer une forme ensemble, d'autres fois, c'est de manière plus abstraite : comme quand il y a un protagoniste représenté (elle-même), mais qu'on réalise qu'il y a quelqu'un qui se tient à proximité pour aider à créer les postures ou les scènes (qui semblent parfois impossibles).

Dans ces représentations, elle essaie de trouver le calme et la connexion au milieu d'un mouvement ou d'un équilibre et, ce faisant, de se transformer en statue dans un paysage dominé par des rochers et des pierres.

En 2019, Sanja Marušić a été finaliste du Prix Picto de la Mode à Paris et a présenté l'installation *Sanja Marušić Experience* au Musée Van Gogh d'Amsterdam.

En 2020, elle a été nommée pour le Paul Huff Award du Foam Amsterdam.

Dutch-Croatian photographer Sanja Marušić, born in 1991, studied photography at the Royal Academy of Art in The Hague (KABK), and in 2013 she graduated with an Honourable Mention.

Marusic travels the world to create otherworldly images. She uses herself as a prop in self-made costumes, creating one-minute human sculptures in outstretched, desolate landscapes with hard sunlight and bright contrasts.

She manipulates her images so the landscape and the moment itself become more abstract, creating a surreal new world, using it as a kind of escapism for herself and the viewer. Her experimental approach to colour, composition, materials and manipulations leads her dreamlike, cinematic yet alienating scenes, playing with our subconscious.

In 2017, she launches her first photo book featuring an extensive overview of her last colour-coordinated series. She also extends her aesthetics through the video medium.

In 2018, she continued her experimentations with two new series :

Friends or Enemies

Friends or Enemies tells the story of two lovers and the path they walk together. Sometimes their emotions are on a par, but they are dealing with physical distance. In other moments the lovers are in the same place at the same time, but live in separate vacuums.

Eutierria

Where her earlier work was more focused on creating a perfect alienating scene, this new series embraces the big spectrum of turning thought into expression, and all the complications that come with this process. There are always two persons present in the picture. Sometimes that's very obvious when you see them creating a shape together, other times it's in a more abstract way: like when there's one protagonist pictured (herself), but you realize there's someone standing nearby to help creating the (sometimes seeming impossible) postures or scenes.

In these performances she tries to find calmness and connectedness in the middle of a movement or while balancing, and by doing so turning into statues in a landscape dominated with rocks and stones.

In 2019, Marusic was finalist of the Prix Picto de la Mode in Paris and had the installation *Sanja Marušić Experience* in Van Gogh Museum, Amsterdam.

In 2020, she was nominated for the Paul Huff Award at Foam Amsterdam.

Carte Blanche 2020

by
Sanja Marušić



FENOUIL - FENNEL

VINCENT FANGUIAIRE, COGÉRANT GAEC PEYRONNET
VALENSOLE, FRANCE



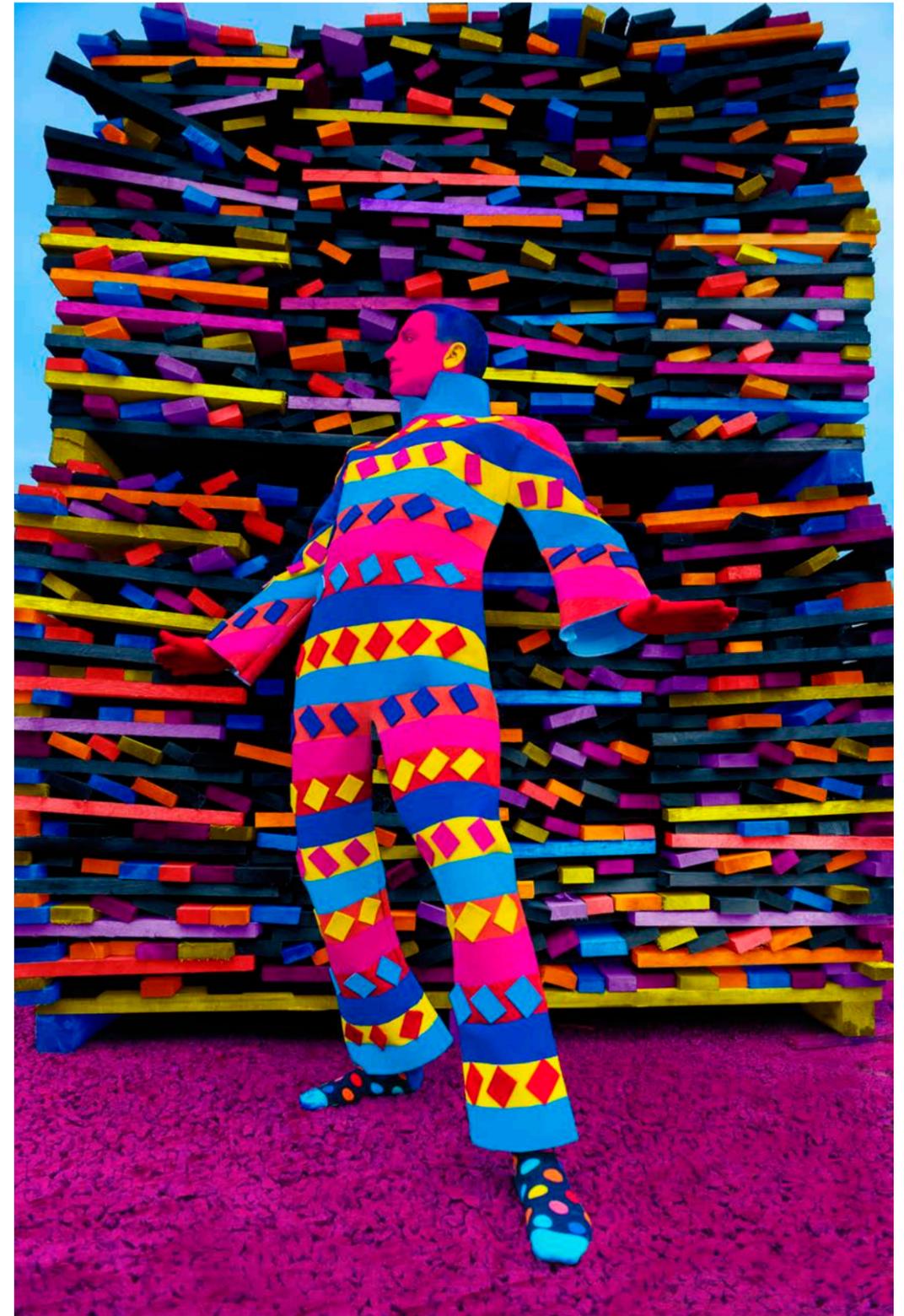
FENOUIL - FENNEL

VIRGINIE BARTHOLIN, PURCHASING MANAGER, PERNOD RICARD FRANCE
VALENSOLE, FRANCE



OAK - CHÊNE

PAUL MCLAUGHLIN, OWNER OF KELVIN COOPERAGE
LOUISVILLE, ÉTATS-UNIS



OAK - CHÊNE

FINBARR CURRAN, BOND SUPERVISOR, IRISH DISTILLERS
LOUISVILLE, ÉTATS-UNIS



AGAVE - AGAVE

LUIS TORRES, OWNER RANCHO LA GARITA
JALISCO, MEXICO



AGAVE - AGAVE

STEFANIA ELIZALDE, LIQUIDS COORDINATOR HOUSE OF TEQUILA
JALISCO, MEXICO



Pernod Ricard & l'art

Depuis 2010, Pernod Ricard, numéro deux mondial des Vins et Spiritueux, a fait le choix de la photographie contemporaine pour sa campagne artistique annuelle. Cette année c'est au tour de la photographe néerlandaise-croate Sanja Marušić de sublimer les collaborateurs du Groupe pour la onzième édition. Son travail autour des matières premières vient compléter une vaste collection déjà riche de dix 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, l'Allemand Martin Schoeller, la Canadienne Kourtney Roy et l'an passé le Français Stéphane Lavoué.

Tous ont su se prêter 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.

L'engagement pour l'art contemporain de Pernod Ricard est un héritage de son co-fondateur, Paul Ricard, dont la passion pour la création et pour l'art sous toutes ses formes s'illustra 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 remarquée du Groupe au sein des exposants de Paris Photo 2020 autour des œuvres de Sanja Marušić, comme ce fut le cas lors des cinq dernières éditions.

Cette année marque également la transformation de la Fondation d'entreprise Ricard en Fondation Pernod Ricard. Pour incarner ce nouvel élan, elle s'installera à l'automne prochain dans un espace pluridisciplinaire au sein du nouveau siège du Groupe, en plein cœur de la capitale et du quartier Saint Lazare. En se dotant de sa propre fondation d'intérêt général en faveur de l'art, Pernod Ricard réaffirme qu'il ne peut y avoir de performance économique sans engagement sociétal, comme il l'a démontré lors de la crise récente du Covid 19. Il poursuit ainsi l'engagement précoce en direction des artistes initié par son fondateur Paul Ricard. La nouvelle fondation Pernod Ricard, sera l'incarnation des valeurs d'ouverture, de générosité et de convivialité du Groupe.

Since 2010, Pernod Ricard, world leader in Wines and Spirits, has featured contemporary photography in its annual artistic campaign. This year the Dutch-Croatian photographer Sanja Marušić was selected to turn the Group's employees into art for our eleventh photo series. Her work based around the theme of the raw materials that go into Pernod Ricard spirits joins a rich collection shot by ten other major international photographers: Marcos López (Argentina), Denis Rouvre (France), Eugenio Recuenco (Spain), Olaf Breuning (Swiss, based in New York), Vee Speers (Australian, based in Paris), Li Wei (China), Omar Victor Diop (Senegal), Martin Schoeller (German, based in New York), Kourtney Roy (Canadian, based in Paris) and Stéphane Lavoué (France).

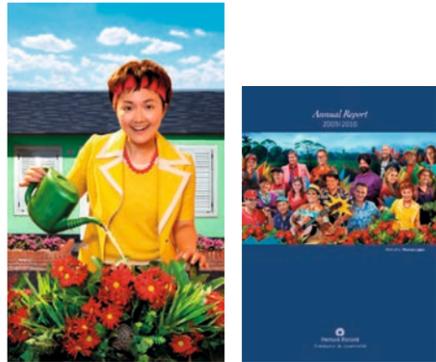
All have lent their talent when given *Carte Blanche* to express their creativity in total freedom with only one condition: to use the Group's employees from all over the world as models.

Pernod Ricard's commitment to contemporary art is the heritage of its co-founder, Paul Ricard, whose love of creativity and art in all its forms drove his philanthropy. Each annual report since the creation of the Group in 1975 has featured the work of an artist, which over the years has resulted in a prestigious collection that includes the French painter Roger Bezombes, Official Painter of the French Navy and avid traveller (1976–1977), the avant-garde French sculptor César (1991), and the Scottish sculptor and painter Bruce McLean (2000). A tradition that, as has been the case for the last five years, will be brought to the public by the Group's prominent presence among the exhibitors at the Paris Photo art fair – the 2020 stand will feature the work of Sanja Marušić.

This year also marks the transition of the Ricard Foundation to the Pernod Ricard Foundation, a dynamic that will see it move in the autumn to a multidisciplinary art space at the Group's new headquarters in the Saint-Lazare district at the heart of Paris. With this renewed commitment to its charitable art foundation, Pernod Ricard reaffirms its belief that economic performance cannot be decoupled from social engagement, as the Group has shown during the Covid-19 crisis. This new chapter continues the longstanding artistic mission initiated by the company's founder Paul Ricard. The Foundation's new space will be located at the front of the Group's new headquarters, a showcase of its values of openness and generosity and its core ethos of cultivating conviviality.

Carte Blanche 2010-2020

2010
Marcos Lopez - *Portraits*



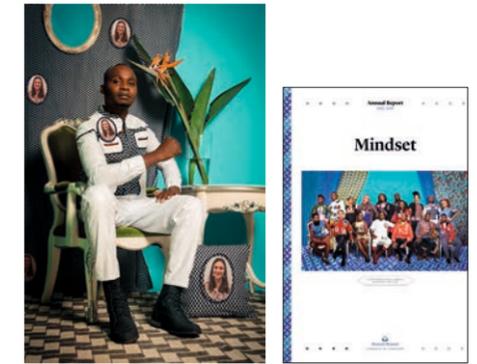
2011
Denis Rouvre - *Blast*



2015
Li Wei - *Vision*



2016
Omar Victor Diop - *Mindset*



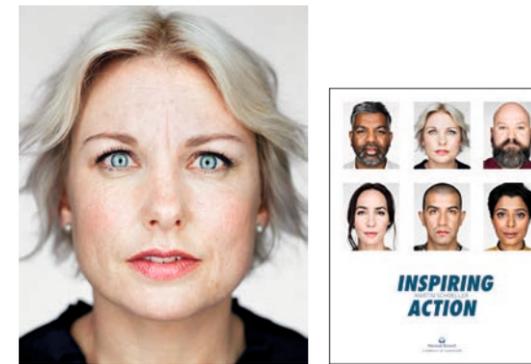
2012
Eugenio Recuenco - *Connected*



2013
Olaf Breuning - *Co-Creation*



2017
Martin Schoeller - *Inspiring Action*



2018
Kourtney Roy - *Go The Extra Mile*



2014
Vee Speers - *Transmission*



2019
Stéphane Lavoué - *Seriously Convivial*





Contact Presse

PERNOD RICARD

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

5 ÉTOILES PRODUCTIONS

FANY DUPÊCHEZ

Direction Artistique
fdupechez@artphotoprojects.com

CHARLY FORIN

Production
charly@cinq-etoiles.eu

www.pernod-ricard.com

 @Pernod_Ricard

 @pernodricard

 @PernodRicardCorporate

 @PernodRicard