

THE CONVIVIALITY CONNECTION

by

Olivier Culmann



ALEXANDRE RICARD

Président-Directeur Général



Comme chaque année, c'est avec beaucoup de joie et de fierté que je vous invite à découvrir notre nouvelle Carte Blanche artistique, portée en cette édition 2021 par le formidable talent d'Olivier Culmann. Pourtant, cette année n'avait rien d'ordinaire. La crise pandémique et ses confinements successifs ont bouleversé nos vies. Bars, cafés, restaurants et autres établissements de nuit, qui sont au cœur de notre art de vivre et de nos moments de convivialité, ont été particulièrement touchés. Nous tenions à leur rendre un vibrant hommage cette année et avons choisi de les placer au centre de ce projet artistique. Derrière l'esthétique de chaque cliché, je vous invite à voir le visage de ces hommes et ces femmes qui ont su se réinventer pendant cette longue période et qui ont « quoi qu'il en coûte » tout tenté pour maintenir vivante dans leur communauté locale la convivialité qui nous était interdite. Nous vous emmenons donc dans un tour de France de ces héros anonymes, de ces *Créateurs de convivialité*, au côté de nos collaborateurs, de leurs partenaires et soutiens locaux et de l'association *1000 cafés* dont nous sommes le partenaire de référence. Si cette douzième campagne artistique illustre une nouvelle fois le partage, elle aura rarement eu autant de visages.

I am very proud to present our new artistic programme “Carte Blanche”, which is spearheaded this year by the supremely talented Olivier Culmann. There has been nothing ordinary about this year, however. The pandemic and successive lockdowns have turned our lives upside down. Bars, cafés, restaurants, and night clubs, which are so central to our lives and our social interactions, were particularly affected. We wanted to pay a special tribute to them this year, by placing them at the heart of our artistic project. Behind the pure aesthetic of each beautiful image are the faces of the men and women who were able to reinvent themselves during this long period and who made every possible effort—whatever the cost—to keep social interaction alive in their communities. We take you on a journey across France in search of these anonymous heroes, these “Creators of conviviality” working alongside our colleagues, their local partners and supporters, and the *1000 cafés* association of which we are a leading partner. Our twelfth artistic campaign once again illustrates the notion of sharing, but it has seldom had so many faces.

OLIVIER CAVIL

Directeur de la communication



Alors qu'en France et dans un grand nombre de pays le secteur des cafés, hôtels, bars, restaurants et autres établissements de nuit reprennent progressivement leur d'activité, nous

poursuivons notre engagement pour soutenir et faire vivre ces lieux de convivialité. Si la succession des variants nous montre que rien n'est acquis, savourons pour le moment encore ce qui nous a été interdit pendant bien trop longtemps. Jamais la conjonction n'a été aussi forte entre la raison d'être de notre Groupe portée par sa signature « *créateurs de convivialité* » et les aspirations de chacun à se retrouver autour d'un verre pour partager ces moments de joie, de célébration qui leur ont tant fait défaut depuis plus d'un an. Après avoir apporté notre soutien à l'opération *1000 cafés*, le Groupe entreprend aujourd'hui de rendre hommage par le biais de sa Carte Blanche photographique annuelle à celles et ceux qui ont lutté durant toute cette période pour faire revivre cette convivialité, synonyme de lien social parfois vital pendant ou après tant de mois d'enfermement.

C'est le photographe français Olivier Culmann, du collectif Tendance Floue, qui a été choisi cette année et qui, séduit par la grande liberté offerte depuis le début de son existence par ce projet photographique, a mis en scène celles et ceux qui auront par leurs initiatives personnelles tenté de faire vivre malgré tout cette convivialité comme jamais mise à mal par un virus : c'est l'histoire artistique d'une convivialité « résistante ».

Dix aventures personnelles ont ainsi été photographiées à travers la France, dans dix villages ou grandes villes. Entrepreneurs passionnés ou néo-ruraux désirant changer de vie, tous ont eu en commun une volonté de partager et de lutter face à la crise sanitaire.

While in France and many other countries the hospitality sector is gradually returning to a semblance of normality, we at Pernod Ricard maintain our commitment to supporting bars, cafés, restaurants and night-time venues. A series of viral variants has shown us that nothing can be taken for granted, and we must seize every opportunity to enjoy what we've been deprived of for far too long. Never has the identity of the Pernod Ricard group, with its slogan "creators of conviviality", been so closely aligned with everyone's eagerness to share moments of joy and celebration that have been taken from us for over a year. After giving our support to the *1000 cafés* initiative, we are now through our *Carte Blanche* paying tribute to the men and woman who have fought to keep social interaction alive both during and after so many months of lockdown.

This year the French photographer Olivier Culmann, a member of the Tendance Floue collective, has been chosen to lead the campaign. Excited by the great freedom this photographic project has offered since the beginning, he has decided to showcase people whose personal initiatives have attempted, despite everything, to keep alive social interactions whose existence has been threatened by a virus. This is a story of heroic resistance told through photography.

Olivier Culmann has thus photographed men and women who have launched personal ventures in ten villages or towns across France. Whether passionate entrepreneurs or people who have moved to the countryside in search of a new life, all share a desire to combat the health crisis.

Ce sont ces histoires, ces personnes mais aussi ces lieux de vie qu'Olivier Culmann raconte dans une fresque photographique à plusieurs chapitres. Avec son humour décalé, son sens des détails, son savoir-faire, il joue avec les codes et typologies de la photographie populaire, au sens noble du terme : « photomaton », « carte postale », « portrait posé » et « photo d'équipe », « photographie architecturale ». Il rend aussi hommage à celles et ceux qui ont rendu ces aventures humaines possibles : élus locaux, fournisseurs, habitants et collaborateurs de Pernod Ricard France.

À Rennes, les propriétaires du restaurant « Les Bricoles », Nicolas, Bruno et leurs épouses Alexandra et Astrid, ont eu à cœur de soutenir leurs fournisseurs traditionnels en créant une épicerie fine au cœur de la ville, maintenant ainsi l'activité de leurs partenaires. Ailleurs, il y a ceux qui ont ramené un peu de convivialité dans les communes rurales désertées, grâce à la création ou la réouverture d'un café disparu proposant de nombreux autres services. Comme Yannick, un parisien qui s'est lancé au beau milieu de la pandémie dans un projet de réouverture de bar dans la commune de Montgesty à des centaines de kilomètres de son ancienne entreprise de service à la personne. En association avec *1000 cafés*, Pernod Ricard s'est donc mobilisé pour soutenir ces projets de réintroduction du bar de village comme on les appelait autrefois, transformés en points multiservices dans ces communes rurales.

Chaque café réouvert est une communauté qui se retrouve, un lieu où faire revivre localement un peu de cette convivialité dont tout un pays, tout un monde, ont été si longtemps privés. Pernod Ricard se devait de leur rendre hommage.

Nous sommes fiers de vous les présenter, fiers de révéler *The Conviviality Connection!*

This multi-faceted photographic panorama tells the stories of these people and of the places where they live and work. With his quirky humour, his sense of detail and his technical expertise, Olivier Culmann plays with the codes and typologies of "popular" photography in the noble sense of the word: "the photo booth", "the postcard", "the posed portrait", "the team photo" and "architectural photography". He also pays tribute to the men and women who have made these ventures possible: local councillors, suppliers, members of local communities, and employees of Pernod Ricard France.

Nicolas and Bruno, the owners of the restaurant "Les Bricoles" in Rennes, and their wives Alexandra and Astrid, have actively supported their traditional suppliers by setting up a grocery in the city centre. Elsewhere, people have brought a sense of community back into deserted villages by creating or reopening a café and offering a range of new services. At the height of the pandemic, Yannick, who is originally from Paris, reopened a bar in the village of Montgesty, hundreds of kilometres from his caregiving business. In partnership with *1000 cafés*, Pernod Ricard has supported these projects to revive so-called "village bars" and use them to provide a range of different services in rural areas.

Each reopened café is a place for the local community to get together and a venue where social life can be revived after being stifled for so long. Pernod Ricard was eager to pay tribute to the people who have made this possible.

We are proud to present them and to reveal *The Conviviality Connection!*



OLIVIER CULMANN

Photographe

Olivier Culmann se consacre à la photographie depuis 1992 et est membre du collectif Tendance Floue depuis 1996. Son travail est traversé par les questions récurrentes de la liberté et du conditionnement. À cheval entre l'absurde et le dérisoire, son œuvre analyse avec une acuité millimétrée la question de nos vies quotidiennes et de nos rapports avec les images. Revenant sans relâche sur ses obsessions - et les nôtres -, il nous emporte par son humour et son art de la narration.

Dans les années 1990, il parcourt plusieurs pays pour photographier *Les Mondes de l'école*, un travail sur l'institution scolaire, les assujettissements et les insoumissions qui y naissent. Sa photographie interroge l'existence ou l'absence de choix. Avec *Une Vie de poulet*, cette démarche associe plus ouvertement encore l'humour à la narration. Le passage au moyen format, au début des années 2000, s'impose avec la recherche d'une distance nouvelle. Au lendemain des attentats du 11 septembre, il réalise *Autour, New York 2001-2002*. Cette série, produite à New York, est consacrée aux spectateurs de l'après-événement, Américains ou touristes venus scruter les ruines du World Trade Center. Les expressions fixées par le photographe fonctionnent ici en miroirs de notre propre sidération face à la catastrophe. Puis il construit, dans plusieurs endroits du monde où il choisit d'habiter, une observation des téléspectateurs. Constat de l'état des corps et des âmes face aux échos du monde filtrés par les écrans, la série *Watching TV* constitue une étape dans son travail de mise en abyme du regard.

À partir de 2010, il formalise une recherche sur les modes de représentation de soi. Passionné par l'imagerie populaire et les codes de mise en scène de la photographie, il choisit pour la série *The Others* d'utiliser sa propre image pour explorer les fantasmes sociaux et ses propres interrogations sur l'altérité.

Auteur de plusieurs livres dont *Les Mondes de l'école* (Marval, 2001), réalisé en collaboration avec le photographe Mat Jacob, *Une vie de poulet* (Filigranes, 2001), *Watching TV* (Textuel, 2011) et *The Others* (Xavier Barral, 2015), il expose régulièrement à travers le monde et a reçu plusieurs distinctions dont la Villa Médicis Hors les Murs (1997), le Prix SCAM Roger Pic (2003), un World Press Photo (2008) et le Prix Niépce (2017).

Olivier Culmann has been working as a photographer since 1992, and has been a member of the Tendance Floue collective since 1996. Recurrent questions of freedom and conditioning run through his work. Standing at the intersection between the absurd and the derisive, his photographs painstakingly analyse daily life and the way we relate to images. Relentlessly returning to his obsessions—and our own—, he blows us away with his humour and narrative skill.

In the 1990s, Olivier Culmann visited several countries to produce *Les Mondes de l'école*, a photographic series focusing on the oppression and revolt that exist in schools and exploring the notion of the existence or absence of choice. With *Une Vie de poulet*, he adopted a more openly humorous approach to narrative photography. In the early 2000s, seeking to distance himself further from his subjects, he began to practise medium-format photography. Following the 9-11 attacks, he produced *Autour, New York 2001-2002*, a series made in New York that focuses on spectators after the event: Americans and tourists who came to look at the ruins of the World Trade Center. The expressions recorded by the photographer mirror our own stunned responses to the catastrophe. Following this, he decided to observe TV viewers in several parts of the world where he chose to live. The series *Watching TV* depicts bodies and souls faced with echoes of the world filtered by TV screens, and marks a period when he used *mise en abyme* techniques to play with the idea of the viewer's gaze.

From 2010 onwards, he focused on modes of self-representation. Fascinated by popular imagery and the representational codes of photography, in *The Others* he chose to use his own image to explore social obsessions and his own ideas of otherness.

Olivier Culmann has published several books: *Les Mondes de l'école* (Marval, 2001) in collaboration with the photographer Mat Jacob, *Une vie de poulet* (Filigranes, 2001), *Watching TV* (Textuel, 2011) and *The Others* (Xavier Barral, 2015). He regularly exhibits his work around the world and has received a number of awards including the Villa Médicis Hors les Murs Award (1997), the Prix SCAM Roger Pic (2003), a World Press Photo Award (2008) and the Prix Niépce (2017).

CARTE BLANCHE 2021

par Olivier Culmann



La convivialité « résistante » au cœur du voyage artistique d'Olivier Culmann. Cette campagne photographique est un hommage aux cafés, aux hommes et femmes, aux territoires, à la convivialité.

Quatre semaines à sillonner les routes de France pour «aller capter des moments d'alchimie entre une lumière, un paysage, un lieu et les acteurs qui font vivre les cafés-bars au quotidien», telle est l'aventure humaine qui jalonne cette bourse de création inédite confiée au photographe Olivier Culmann par Pernod Ricard. Elle met donc à l'honneur dix histoires d'hommes et de femmes ayant pour dénominateur commun d'avoir trouvé le courage de faire vivre une convivialité véritable et authentique au cœur de leurs communautés locales, et ce malgré la pandémie. Plus de mille prises de vue et cent visages ont ainsi été saisis par l'œil et l'objectif du photographe.

«Il était important de renouer intimement avec ces lieux de vie qui animent nos territoires et ceux qui les font vivre», explique ce dernier. Cet ambitieux projet photographique se distingue par son principe d'accumulation. L'univers des cafés restaurants est retranscrit au travers de six séries photographiques aux inspirations populaires. À travers ses séries décalées, aux typologies reconnaissables par tous, l'artiste sort du cadre et se connecte à notre imaginaire collectif : photos de groupe façon équipes de foot, portraits « à l'ancienne » de gérants de café, photomaton, cartes postales, revue architecturale des établissements, accessoires de bistrot sur fond de Formica, de zinc ou de nappe à carreaux...

Le résultat est un véritable foisonnement, ancré dans le réel, vernaculaire. «Mon travail est un tableau photographique à plusieurs entrées : l'humain, le lien social, l'environnement, les lieux et leur représentation symbolique dans des objets du quotidien.» Avec cette Carte Blanche, Olivier Culmann nous invite à redécouvrir l'essence même de la convivialité.



Hospitality as a form of resistance: Olivier Culmann's artistic journey. This photographic campaign is a tribute to cafes, to people, to local communities and to hospitality.

Olivier Culmann's response to Pernod Ricard's photography *Carte Blanche* was to spend four weeks travelling through France "to capture moments of chemistry between light, landscape, location and local people who breathe life into cafés every day". The resulting pictures pay tribute to the stories of ten people who have all been courageous enough to create an authentic spirit of warmth and hospitality in the heart of their local communities despite the pandemic. Olivier Culmann took over a thousand photographs and captured a hundred different faces for this project.

"It was important to reconnect with these vibrant places that breathe life into our local communities, and with the people who run them", explains Culmann. What sets this ambitious photography project apart is the fact that it is based on the principle of accumulation. The world of French *cafés-restaurants* is transcribed through seven series of images inspired by instantly recognisable photographic typologies. By using these familiar popular tropes, the artist steps out of the frame and connects with our collective imagination: group photos reminiscent of pictures of soccer teams, old-fashioned portraits of café owners, images snapped in photo booths, postcards, photos of architectural features and cups and glasses placed on Formica tables, zinc countertops or check tablecloths.

The result is a rich array of vernacular images firmly anchored in reality. "My work is a photographic tableau that can be approached from several different standpoints: the human perspective, social bonds, the environment, or the symbolic representation of particular locations in everyday objects." With this *Carte Blanche*, Olivier Culmann invites us to rediscover the very essence of conviviality.

01 | ÉQUIPES |

Ces images réunissent toutes les personnes qui ont participé à la reconversion ou à la création de ces cafés : gérants, clients, employés, grossistes, collaborateurs Pernod Ricard et parfois même le maire. « Je ne voulais pas prendre une photographie, mais la réaliser avec eux, dans une mise en scène que nous construisions ensemble aux alentours du café. »



01 | TEAMS |

The images bring together people who have taken part in converting or creating cafés: managers, customers, employees, wholesalers, Pernod Ricard staff...sometimes even the local Mayor. "I didn't want to take a photograph; instead I wanted to create it with their help, staging it near the café."



02 | PHOTOMATONS |

Photographier chacun individuellement par le biais d'un Photomaton traditionnel installé dans chaque café. Puis réunir ces individualités dans une grande mosaïque – ensemble et sur un pied d'égalité – qu'ils soient patrons de café ou clients, d'un village ou d'une grande ville... Objet populaire ancré dans notre quotidien, le Photomaton est évocateur de souvenirs et d'une iconographie reconnue par tous.

02 | PHOTO BOOTHS |

Olivier Culmann photographed everyone individually using a traditional photo booth set up in each café. Then he put all the individual images together to form a large mosaic—all on an equal footing, be they café owners or customers, villagers or city-dwellers... The photo booth is a familiar object that forms part of our daily lives. It conjures up memories and images we can all recognise.



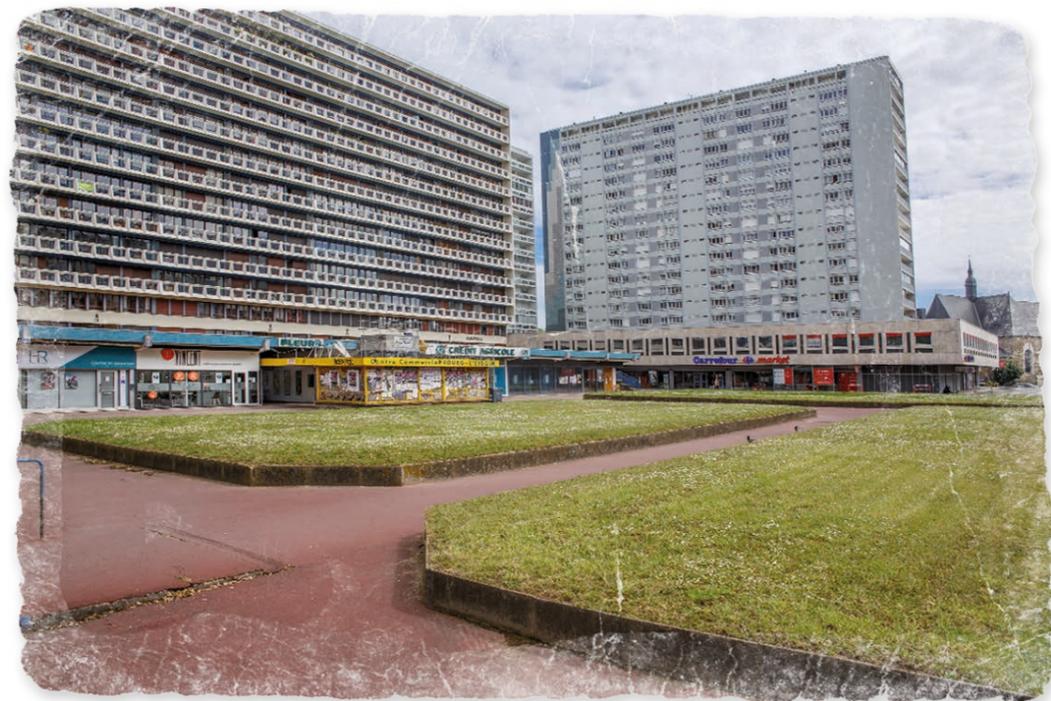
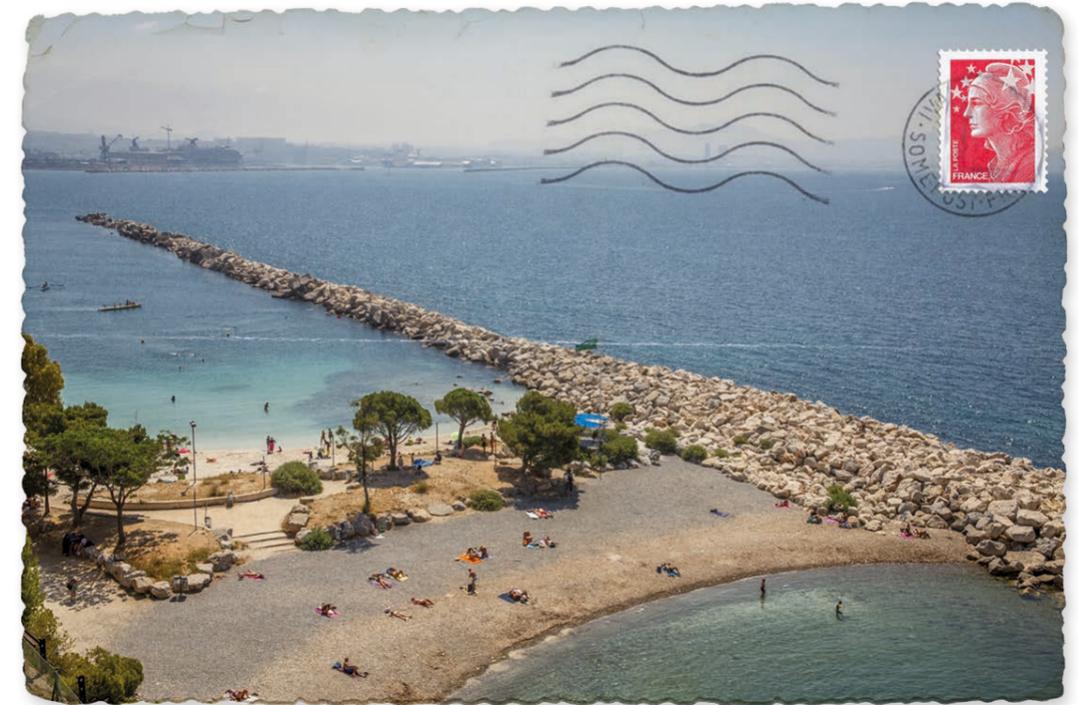
03 | CARTES POSTALES |

Si l'humain est au centre de cette Carte Blanche, le photographe a également souhaité porter une attention à son environnement. L'esthétique de la carte postale s'est donc naturellement imposée. Un objet populaire que l'on a tous envoyé ou reçu au moins une fois dans sa vie.



03 | POSTCARDS |

Although this photographic project is very human-centred, the photographer also wanted to pay attention to the surroundings. The aesthetic of the postcard was a natural choice: it's a popular object that we have all sent or received at least once in our lives.



04 | ÉQUIPES DE FOOT |

Ensemble, les acteurs de ces cafés mettent en scène l'écosystème et la cohésion qui ont permis de défier la pandémie. Le photographe a ainsi souhaité les photographier comme une véritable équipe sportive en jouant avec l'iconographie populaire et bien connue des images d'équipes de foot *Panini*.

04 | FOOTBALL TEAMS |

Together, the people involved in these cafés represent a cohesive ecosystem that made it possible for them to defy the pandemic. The photographer wanted to portray them like a sports team, playing with the popular imagery of *Panini* football stickers.



05 | FAÇADES |

On pouvait souvent voir accrochées au mur des cafés des photographies de leur façade et du patron posant fièrement devant son établissement. Si elles témoignent d'une existence antérieure, elles évoquent également les multiples histoires qui s'y sont racontées ou s'y sont passées depuis leur création. Car derrière ces lieux qui ont dû faire silence de longs mois, il y a toujours eu des visages et des vies. Cette campagne leur rend hommage.



05 | FACADES |

Traditionally, the café owner would display a photo of himself posing proudly in front of his establishment. While they hark back to the past, these photos also conjure up stories of events that have happened in the café since they were taken. Behind façades that have remained silent for so many months, there are real faces and real lives. This campaign pays tribute to them.

06 | VERRES |

Les tasses et les verres sont les objets incontournables qui font l'essence des cafés. Prises de haut, dans leur environnement, les photographies nous laissent voir leur contenu : la boisson, le cœur de la raison d'être de ces lieux.

06 | GLASSES |

Cups and glasses are essential objects that are emblematic of cafés. Photographed from above, in their natural surroundings, they reveal what they contain: the drinks that form the basis of the café's identity.



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 Carte Blanche artistique annuelle. Cette année, pour la douzième édition, le travail du photographe français Olivier Culmann vient compléter une vaste collection déjà riche de onze 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, le Français Stéphane Lavoué et l'an passé la Néerlandaise-Croate Sanja Marušić. Tous ont su se prêter avec talent à l'exercice, avec une totale liberté créatrice.

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).

Un accompagnement à la création perpétué par la présence remarquée du Groupe au sein des exposants de Paris Photo depuis de nombreuses éditions.

Cette année marque également l'ouverture de la Fondation Pernod Ricard, installée dans un espace pluridisciplinaire au sein du nouveau siège du Groupe, en plein cœur de la Capitale et du quartier Saint-Lazare. Nouveau lieu, nouvelle dimension internationale, nouvelles rencontres artistiques... La Fondation Pernod Ricard vient conforter l'engagement du Groupe auprès des artistes : soutenir la jeune scène contemporaine en France pour la rendre accessible au plus grand nombre et la faire rayonner, ici et à l'international. Ouverte sur la ville et sur le monde, elle est un véritable carrefour d'échanges et d'inspiration pour les visiteurs mais aussi pour les collaborateurs du Groupe.

Since 2010, Pernod Ricard, the world's second largest producer of wines and spirits, has chosen contemporary photography for its annual artistic *Carte Blanche* programme. This year, for the twelfth edition, the work of French photographer Olivier Culmann will join an extensive collection comprising the work of eleven major international photographers: Marcos Lopez (Argentina), Denis Rouvre (France), Eugenio Recuenco (Spain), Olaf Breuning (Switzerland), Vee Speers (Australia), Li Wei (China), Omar Victor Diop (Senegal), Martin Schoeller (Germany), Kourtney Roy (Canada), Stéphane Lavoué (France) and last year Sanja Marušić (the Netherlands/Croatia). Each highly talented photographer has enthusiastically engaged with the project, which offers them complete artistic freedom. Pernod Ricard's commitment to contemporary art is a legacy of its co-founder Paul Ricard, whose passion for all forms of creative endeavour was reflected in his arts patronage. Every annual report since the Group was founded in 1975 has been illustrated by an artwork, forming a prestigious collection featuring, among others, the famed seascape painter and traveller Roger Bezombes (1976/1977), the avant-garde sculptor César (1991) and the Scottish artist Bruce McLean (2000).

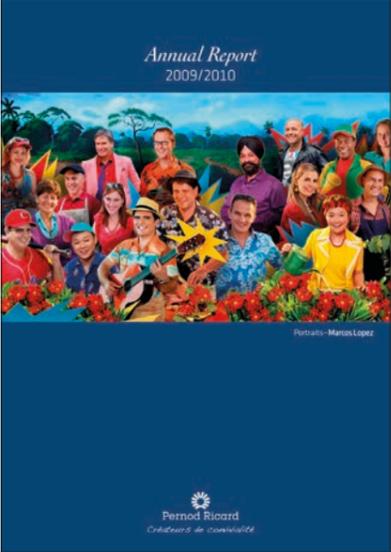
The Group's active support for art has also been reflected in its presence as a long-time exhibitor at the Paris Photo show.

This year also marks the opening of the Fondation Pernod Ricard, which occupies a multi-disciplinary space at the Group's new headquarters in the Saint Lazare district of central Paris. A new home, a new international dimension, new artistic encounters...the Fondation Pernod Ricard confirms the Group's commitment to artists and its eagerness to support the young French art scene, to make it accessible to the greatest number, and to enhance its reputation at home and abroad. Open to the city and the world, the Foundation offers both visitors and Group employees a forum for interaction and inspiration.



CARTE BLANCHE 2010 - 2021

2010



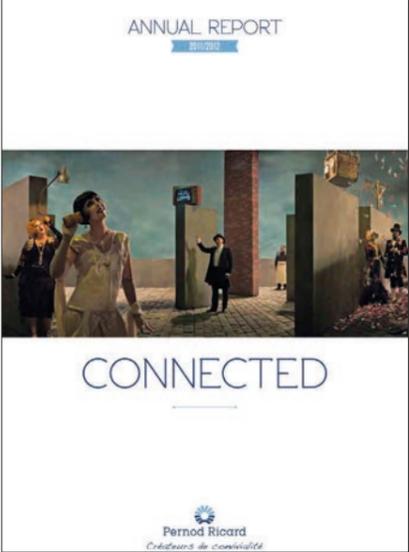
MARCOS LOPEZ

2011



DENIS ROUVRE

2012



EUGENIO RECUENCO

2013



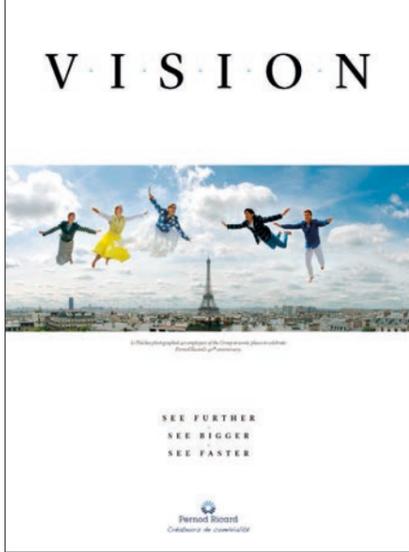
OLAF BREUNING

2014



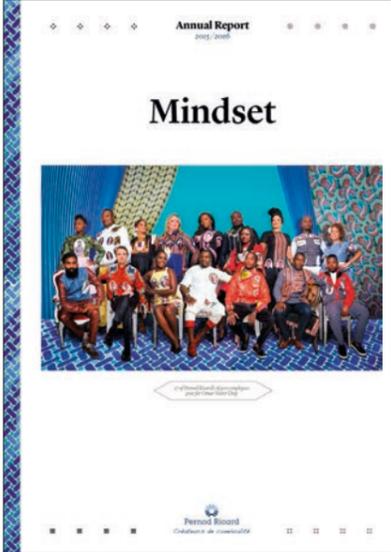
VEE SPEERS

2015



LI WEI

2016



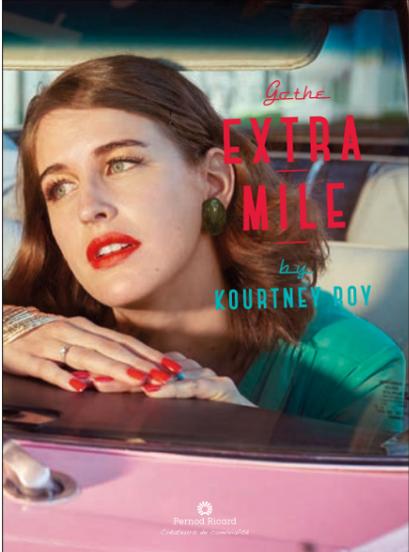
OMAR VICTOR DIOP

2017



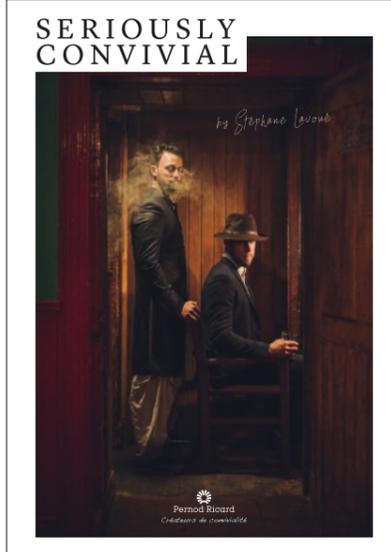
MARTIN SCHOELLER

2018



KOURTNEY ROY

2019



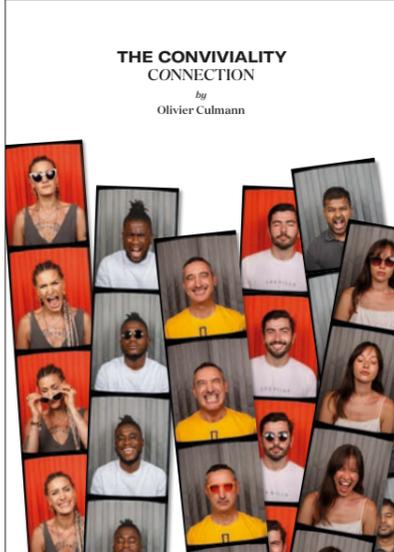
STÉPHANE LAVOUÉ

2020



SANJA MARUŠIĆ

2021



OLIVIER CULMANN

NOTES

CONTACTS

PERNOD RICARD

ANTONIA SCINTILLA

Group Philanthropy Manager
antonia.scintilla@pernod-ricard.com
T +33 1 70 93 16 32

LINDSAY QUEUGNET

Group Event Manager
lindsay.queugnet@pernod-ricard.com
T +33 1 70 93 16 29

EMMANUEL VOUIN

Press Relations Manager
emmanuel.vouin@pernod-ricard.com
T +33 1 70 93 16 34

2e BUREAU

T +33 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




Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

 @Pernod_Ricard

 @pernodricard

 @PernodRicardCorporate

 @PernodRicard

www.pernod-ricard.com