



Pernod Ricard

# PERNOD RICARD

AGRICULTURE -  
AGROALIMENTAIRE

**Convivialité, responsabilité, réussite : trois mots qui caractérisent Pernod Ricard, numéro deux mondial des vins et spiritueux. Le portefeuille du Groupe est l'un des plus complets du marché, avec 240 marques premium distribuées dans plus de 160 pays. Nous sommes Créateurs de convivialité : nous cultivons la magie des relations humaines pour développer notre activité, transformer notre secteur et avoir un impact positif sur la planète. Notre mission : créer les conditions pour qu'une convivialité durable et responsable puisse s'épanouir. Notre ambition : veiller au développement à long terme de nos marques dans le respect des communautés qui les font vivre et dans celui de l'environnement.**

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

## CHIFFRE D'AFFAIRES

12 000 000

## PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

20 000

**COLLABORATEURS  
&  
COLLABORATRICES**

  
DES ASSOCIATION NATIONALE  
**COMMUNICANTS**

### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Le rapport annuel de Pernod Ricard est LA référence de nos communications corporate. Il rassemble tous les éléments importants du groupe : faits marquants, chiffres clés, stratégie, résultats financiers... Comme tous les ans, nous nous sommes lancé le défi de réaliser un rapport annuel dans les règles de l'art, tout en étant convivial. Pour ce faire nous avons proposé une expérience de lecture conviviale - tant sur le fond (éditorial) que sur la forme (design) - qui soutient nos objectifs de communication :

- construire une marque d'entreprise forte auprès de toutes les parties prenantes internes et externes
- promouvoir et expliquer la transformation et la stratégie commerciale du groupe.
- valoriser nos engagements RSE, « du terroir au comptoir »
- célébrer notre culture d'entreprise unique



### POUR QUI ?

Nos objectifs pour ce rapport annuel :

1. Communiquer les informations clés du groupe – nos résultats, notre stratégie, nos engagements RSE...
2. Raconter les histoires de nos collaboratrices et collaborateurs et les succès de nos marques.
3. Donner envie d'ouvrir et de lire ce document Pour attirer nos audiences cibles :
  - les actionnaires,
  - les investisseurs potentiels
  - les collaboratrices/collaborateurs actuels et potentiels
  - les partenaires
  - les clients
  - toute personne curieuse quant à Pernod Ricard

### COMMENT ?

Afin de produire un rapport annuel qui se différencie d'un rapport financier type nous avons :

- rencontré des collaboratrices et des collaborateurs à travers nos filiales, nos marques et nos marchés pour recueillir des témoignages afin de retranscrire l'âme du groupe
- collaboré avec une agence de communication/design externe pour offrir une expérience de lecture conviviale, instructive et surtout plaisante.
- lancé un partenariat avec l'École des Arts Décoratifs. Trois jeunes artistes ont passé 2 mois sur site pour illustrer le rapport annuel de dessins pris sur le vif.
- proposé une invitation au voyage avec un thème unique « Un monde d'expériences ». Cette accroche a orienté la ligne éditoriale, stimulé ainsi l'inspiration pour les artistes et conduit la réflexion sur le design.



# PERNOD RICARD

Rapport annuel Pernod Ricard 2022/2023

37<sup>es</sup>  
**GRANDS**  
**PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

## LES RÉSULTATS

Bien plus qu'un document financier et stratégique, notre rapport annuel :

- offre une expérience de lecture succincte et surtout conviviale, tant sur le fond (éditorial) que sur la forme (design)
- propose un document complémentaire à notre « Document de Référence Universel »
- se parcourt comme un guide de voyage, avec une pagination simplifiée grâce aux couleurs des sections et au design qui lie les pages
- capture le quotidien de collaboratrices et collaborateurs, au travail comme dans des moments de convivialité grâce aux illustrations
- concrétise un projet de collaboration entre une école, des artistes, une agence et une entreprise

## PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Pernod Ricard s'est engagé à gérer de façon responsable ses achats de papier. Le papier utilisé dans le Rapport Annuel Intégré est certifié FSC et issu de forêts gérées de façon responsable et d'autres sources contrôlées. Cette certification atteste du respect d'une série de principes et de critères de gestion forestière mondialement reconnue.



DES ASSOCIATION NATIONALE  
**DES COMMUNICANTS**