

Innovation Day 2014 – Pernod Ricard

Pernod Ricard réinvente les codes de son secteur et dévoile un prototype redefinissant l'expérience du cocktail: le Projet Gutenberg



Communiqué de presse - Paris, le 28 janvier 2014

C'est à l'occasion de la seconde édition de son innovation Day que Pernod Ricard a dévoilé en avant-première un prototype, le Projet Gutenberg, qui se donne l'ambition de réinventer l'expérience du cocktail à domicile.

Imaginé et développé par le Breakthrough Innovation Group (le BIG), une start-up intégrée au Groupe, dédiée à l'innovation de rupture, le Projet Gutenberg, révolutionne la notion du « bar à la maison ». Il laisse ainsi place à une bibliothèque design, composée de « livres-contenant », renfermant chacun hermétiquement un spiritueux, le tout connecté à une plateforme de services : de la simple livraison à domicile, déclenchée automatiquement en fonction du niveau du contenant, à toute une gamme de tutoriels autour de la mixologie (recettes de cocktails, offres personnalisées ...), **le Projet Gutenberg redéfinit la culture du cocktail en en faisant une expérience plus accessible et plus experte**. Créer, inventer des cocktails pour ses amis devient plus intuitif et plus ludique.

« Avec le projet Gutenberg, nous nous inscrivons résolument dans la convivialité du futur : une expérience connectée, ludique, sur-mesure et responsable ... Nous ne sommes encore qu'à un stade



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

très précoce du projet mais les possibilités de produits et de services dédiés, d'offres et d'expériences personnalisables sont infinies » a déclaré Alain Dufossé le Directeur Général du BIG.

Le Projet Gutenberg était l'une des 100 innovations présentées ce jour par Pernod Ricard lors de la seconde édition de son innovation Day dont la thématique centrale était « la convivialité du Futur ». C'est d'ailleurs sur ce thème qu'une centaine de développeurs indépendants ont réfléchi au cours d'un hackathon organisé au sein de l'Ecole 42, qui accueillait la journée. L'entrepreneur Xavier Niel, concepteur et président de l'école a ainsi pu participer au lancement de cette nouvelle édition.

Depuis près de 4 ans, Pernod Ricard a fait de l'innovation un axe stratégique central. Ce sont aujourd'hui plus de 350 projets en cours de développement, et près de 25% de la croissance organique du Chiffre d'affaires.

L'innovation chez Pernod Ricard s'applique à tous les domaines: produits, services, expériences, modes de consommation, technologies industrielles, processus ; elle a pour premier objectif la création de valeur, venant ainsi servir la stratégie historique de premiumisation développée par le Groupe.

L'innovation au sein de Pernod Ricard repose également sur un véritable écosystème créatif :

- **Le Breakthrough Innovation Group (BIG):** « start-up » interne, conçue pour imaginer et inventer le futur de notre industrie.
- **Le Kangaroo Fund :** un fonds d'investissement interne ayant pour objectif de donner l'opportunité à des collaborateurs du Groupe de développer leurs propres idées.
- **Pernod Ricard Chatter :** un réseau social d'entreprise tourné vers l'innovation
- **Un centre de Recherche et une communauté de directeurs Innovations**

Enfin l'innovation pour Pernod Ricard supporte une ambition : devenir le leader de son secteur, le leadership étant défini comme celui qui challenge les conventions, anticipe les changements pour redéfinir les codes de son environnement.

« Comprendre, concevoir, imaginer la convivialité de demain, voilà notre objectif » déclarait Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard. « La convivialité du futur est une convivialité connectée : mobile, instantanée et exponentielle, son principal vecteur de diffusion est la révolution digitale. Nous n'avons jamais eu autant d'amis digitaux. Mais in fine cette convivialité doit surtout nous permettre de nous retrouver autour de nouveaux moments de partage et avec de nouveaux amis.»

C'est pour préempter ces nouvelles formes de convivialité que le Groupe a ainsi rendu public le lancement de son projet digital: le Digital Accélération Roadmap. Enrichir l'expérience consommateurs, créer de nouvelles interactions grâce aux médias sociaux, autant d'objectifs assignés à ce projet.

« La révolution digitale est un changement de paradigme pour notre secteur : pour la première fois, il permet aux producteurs que nous nous sommes, d'engager un dialogue direct avec les consommateurs. C'est un enjeu crucial pour l'avenir de notre industrie » a déclaré Alexandre Ricard, Directeur Général Délégué du Groupe.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 8 575 millions d'euros en 2012/13. 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, les liqueurs Kahlúa et



Pernod Ricard

Créateurs de convivialité

Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo et Graffigna. Le Groupe compte près de 19 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 80 « Sociétés de marchés » 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 NYSE Euronext Paris (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

Sylvie MACHENAUD/ Directrice Communication Externe
Carina ALFONSO MARTIN/ Responsable Relations Presse

T : +33 (0)1 41 00 42 74
T : +33 (0)1 41 00 43 42