

RICARD A 90 ANS

une *success story* à l'anis

En 1920, en Provence, chacun fabrique plus ou moins son pastis clandestin. Paul Ricard n'a que 23 ans lorsqu'il crée un pastis capable de restituer la pureté de l'anis au contact d'eau fraîche et de glaçons. Il se met alors à la recherche de la recette idéale dans un laboratoire à Marseille et c'est en 1932 que Ricard, le premier long drink à la française, voit le jour. À peine inventé, le pastis Ricard convainc très vite tous les bistrotts et cafés de Provence, puis de France. Le « petit jaune » se boit partout... et se voit partout !

Cette année, Ricard a fêté sa 90^e année : avec des événements honorant Marseille et l'univers emblématique de Ricard et avec la réédition, entre autres, d'une collection d'objets publicitaires et le lancement d'une bouteille en édition limitée. L'occasion de rendre hommage aux origines de Paul Ricard, un entrepreneur légendaire et visionnaire, et de faire redécouvrir le leader emblématique de l'apéritif, une manie culturelle typiquement française.



Paul Ricard, inventeur de la communication globale

Ancien élève des Beaux-Arts, **Paul Ricard** dessine lui-même le logo de sa marque, l'étiquette de sa bouteille et ses premières publicités aux couleurs éclatantes très visibles, qu'il fait placer bien en vue dans les bistrotts et les cafés. En 1938, les ventes de Ricard atteignent plus de 2,4 millions de litres.



Porté par ce succès, Paul Ricard décide d'investir dans sa toute première campagne publicitaire. Véritable visionnaire, il sera le précurseur de la communication globale en mêlant mécénat, relations avec les consommateurs et animations commerciales. Ricard doit son succès à une recette unique élaborée au cœur de Marseille, qu'il a su réinventer au fil des années pour laisser place à une gamme variée : on pense notamment aux nouveautés à l'amande et au citron qui dynamisent l'anis. C'est au soleil de Méditerranée, qui illumine la Camargue chère à Paul Ricard, que l'on doit la couleur du verre dans lequel on boit notre « mauresque » en terrasse... Et en Camargue, il fait l'acquisition du fameux domaine de Méjanes.



Mécénat engagé et éthique d'avant-garde

La guerre de 1939-1945 marque une pause forcée pour l'entreprise. Paul Ricard décide de reconverter son personnel sur le domaine de Méjanes, afin de leur éviter le travail obligatoire en Allemagne. Un repli stratégique visant à protéger ses collaborateurs, qui donne lieu à de nouvelles activités comme la production de lait et de fruits. À la fin de la guerre, Paul Ricard se lance également dans la culture du riz camarguais, La Camargue devient son nouveau combat, avec un objectif : « L'important sera de nous nourrir tous », expliquait cet homme lucide et responsable. Un engagement humaniste qui ne s'arrête pas là, puisqu'en 1966, ce défenseur avant-gardiste de l'environnement fonde l'Observatoire de la Mer, devenu ensuite l'Institut océanographique Paul Ricard. Cet organisme a depuis toujours vocation de lutter contre les pollutions en Méditerranée. En avance sur son temps, l'institut s'est donné pour objectif de « connaître, faire

connaître et protéger la mer » et grâce aux recherches abouties, il mène des actions de sensibilisation auprès du grand public et des professionnels. Ses recherches permettent de comprendre les mécanismes de la vie marine, saisir l'impact des pollutions sur elle et sur le changement climatique. Elles permettent de proposer des solutions fondées ou inspirées de la nature. L'institut se situe sur l'île des Embiez dans le Var, l'une des îles appartenant à Paul Ricard. Il est aujourd'hui présidé par **Patricia Ricard**, petite-fille du fondateur,

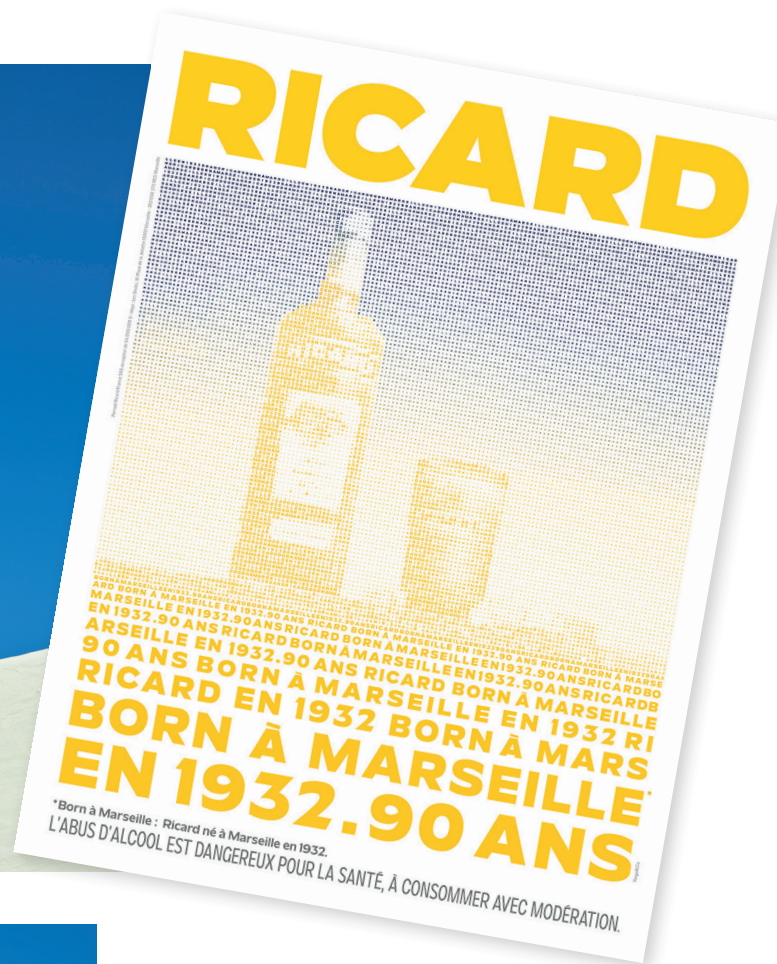
Aujourd'hui, la préservation de la biodiversité et le soutien des terroirs locaux demeurent une priorité pour la société Pernod Ricard*. La marque encourage une agriculture durable et accompagne ses partenaires dans leur transition. Ricard est ainsi la première grande marque de spiritueux à proposer une offre certifiée bio, avec un objectif fort pour l'année 2030 : atteindre 100 % de terroirs stratégiques certifiés agriculture durable ou régénératrice.

Tout pour la culture

Ricard, c'est aussi un amour inconditionnel pour la musique et un soutien actif pour les nouveaux talents ! Le prix Société Pernod Ricard France Live Music, qui désigne un nouveau lauréat à chaque édition, fête cette année ses 13 ans. Tandis que 1 550 artistes ou groupes français en développement se sont inscrits en 2021, le prix a fait peau neuve en 2022 avec de nouveaux partenaires toujours plus proches de la jeune création. Le principe reste le même, il suffit de s'inscrire sur le site dédié et d'être sélectionné par les membres du jury pour se produire en *live* sur les scènes d'une dizaine de festivals estivaliers. Cet été, les lauréats du concours se sont produits sur scène avec les

*devenue Pernod Ricard depuis la fusion-acquisition de 1975

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ.
À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



stars marseillaises **SCH**, **Soso Maness** ou encore le très populaire DJ **Kungs** lors de l'événement Pernod Ricard France Live Music sur l'esplanade du J4.

À l'occasion de son 90^e anniversaire, Ricard s'empare également d'un programme de mentorat artistique pour favoriser le dialogue intergénérationnel et culturel entre les artistes. En collaboration avec les Rencontres de la photographie d'Arles, ce *mentorship* a fait l'objet d'une exposition pluridisciplinaire lors de la 53^e édition du festival international de la photographie cet été. Pour les prochaines éditions, un comité artistique sélectionnera une figure majeure de la photographie contemporaine, devenant ainsi mentor d'un artiste de son choix, photographe ou non, afin de développer avec lui un projet d'envergure internationale.

Des objets devenus « culte »

La marque rend hommage à son créateur et à sa passion pour le dessin à travers une collaboration inédite avec le designer **Yorgo Tloupas**. Reconnu pour son regard moderne sur le graphisme et son exper-



tise dans l'art optique, il imagine un univers en toutes lettres, à partir du slogan « Ricard. Born à Marseille en 1932 ». Une expérience visuelle et graphique qui met en avant la belle Massalia. À posséder absolument, le verre et la carafe en édition limitée, illustrés d'une vue de la Bonne Mère en premier plan. Les 90 ans signent également le *come-back* de l'iconique broc « 1935 » dessiné par Paul Ricard lui-même ! Une réédition à l'identique rendue possible grâce à l'utilisation du moule original détenu par les ateliers de céramique Revol.

Musée Paul Ricard et Mx Expérience

Tout le monde connaît déjà le Circuit Paul Ricard, inauguré en 1970 au Castellet, haut lieu d'expression des sports mécaniques et de rencontres des pilotes stars. Découvrons aujourd'hui un nouveau lieu plus intime : le musée Paul Ricard, installé dans l'ancienne cave du domaine de Méjanes. Ce lieu retrace la folle épopée de l'entrepreneur français. Les visiteurs y découvrent aussi sa famille, ses passions, son histoire personnelle et ses combats. Le parcours est relevé d'extraits d'interviews, de documentaires et de témoignages exclusifs. Une belle visite à faire en famille.

Dans la déclinaison anisée, c'est le Mx Expérience que l'on place en tête d'affiche ! Pernod Ricard

sait attirer le regard sur son entité. Pour preuve, le Mx installé aux Docks Village depuis 2021, pensé comme un site immersif dédié à l'anis. Découvertes des senteurs et saveurs des plantes utilisées dans la recette de la boisson légendaire, projection de films sur Marseille...



Le lieu permet de plonger dans la culture Ricard en revenant aux sources. Les différents ateliers gastronomes et les *masterclasses* de mixologie séduisent déjà un public amateur, tandis que la boutique de *goodies* ravit les collectionneurs. Une expérience à vivre. Tout un univers identitaire à découvrir.



www.ricard.com

