



16 december 2016

PERSBERICHT

G.H.MUMM presenteert *Mumm Daring Delivery*, het nieuwste VR-platform.

‘DARE, WIN, CELEBRATE’. Maison Mumm lanceert *Mumm Daring Delivery** en nodigt het grote publiek en sensatieliefhebbers uit om te durven, te winnen en te vieren. Voor deze lancering werkt GH Mumm samen met internationaal freestyle skiër Kevin Rolland. Deze 9-voudige medaillewinnaar won 5 keer op rij de *X Games* en was in 2014 Olympisch bronzen medaillewinnaar. Voor Maison Mumm is Kevin Rolland de verpersoonlijking van het motto **‘Dare, win, celebrate’** en het ultieme symbool voor het verleggen van grenzen. Het platform combineert mobiele activeringen en virtual reality, een unicum in de champagnewereld.

GH MUMM, icoon van de overwinning

Wintersport is een ideale manier om grenzen te verleggen en van après-skifeestjes te profiteren. Bij de lancering van het platform horen dan ook een reeks winterse evenementen gericht op de opwinding van het skiën en de voorstelling van de nieuwe actie-kortfilm *Fast Forward 2: The Eclipse*. In deze film nemen Kevin en zijn kompaan Julien Regnier het publiek mee voor een helse afdaling. Samen scheren ze van de witte bergtoppen op weg naar een exclusief GH MUMM-feestje terwijl ze met hun meest halsbrekende stunts pronken. De toon van deze kortfilm straalt pure GH Mumm-identiteit uit, helemaal in lijn met de sportstunts die het merk eerder al uitvoerde binnen andere sporten zoals zeilen, paardrijden en Formule E. Vice-wereldkampioen rally en GH Mumm-ambassadeur, Thierry Neuville was de eerste om deze VR-challenge aan te gaan. Hij deed dit in gezelschap van Gilles Van Bouwel. Bekijk [hier](#) hun ervaring of op www.mummdaringdelivery.be

#DareWinCelebrate

Dat Maison Mumm een uitstekende partner is, spreekt voor zich. Het merk staat gelijk aan **‘durf en uitdagingen’** en tilt het skigebeuren naar een hoger niveau door middel van in-store activiteiten en evenementen op maat. Om de start van de winter op een nieuwe en innovatieve manier te vieren, ontwikkelde het agentschap Big Bad Wolf een nieuwe Virtual Reality video gaming exclusief voor GH Mumm. Door het spel kunnen spelers het tegen elkaar opnemen in een VR-game en strijden ze in een helse afdaling om als eerste het exclusieve GH Mumm-feest te bereiken. GH Mumm is het eerste champagnemerik dat deze exclusieve interactieve VR-ervaring lanceert.

GH Mumm nodigt het publiek uit haar grenzen te verleggen door deel te nemen aan dit unieke VR-avontuur. Tussen 3 en 30 december kan het spel gespeeld worden in elke Cora en Carrefour-winkel in België. Bekijk [hier](#) in welke filialen je deze unieke winkelervaring kan ontdekken. De persoon die de beste tijd kan neerzetten, krijgt een GH Mumm fles om zijn zege te vieren. Het spel is beschikbaar voor iOS en Android en de spelers met de hoogste nationale score maken kans op een reis voor 4 personen naar Val Thorens. De applicatie voor smartphones is vanaf 23 december downloadbaar op www.mummdaringdelivery.be. Vanaf januari kan het spel ook in enkele Belgische bars en een select aantal clubs gespeeld worden. In deze wedstrijd wint de snelste een Mumm skibril of Mumm Cordon Rouge Magnum-fles.

Ambassadeurs Kevin Rolland en Thierry Neuville passen perfect bij het nieuwe motto 'Dare, win, celebrate' en tonen ook meteen waar dit motto voor staat met het halsbrekende 3D-spel *Mumm Daring Delivery*. Begin volgend jaar zal *Mumm Daring Delivery* zal begin volgend jaar te zien zijn op het typerende rode lint op de GH Mumm-flessen.

*Mumm Daring Delivery is een seizoensgebonden communicatie en marketingactivering door Maison Mumm.

[Klik hier](#) om de overwinningvideo van de Mumm Daring Delivery te bekijken.

Zin om zelf de uitdaging aan te gaan? [Download hier](#) de Mumm Daring Delivery video game app.

Over GH Mumm

GH Mumm maakt deel uit van Martell Mumm Perrier-Jouët. De prestigieuze cognac en champagne business van Pernod Ricard. Wereldwijd staat Pernod Ricard op nummer twee wat betreft wijnen en sterke dranken. Al sinds 1827 bewandelt Maison Mumm door zijn differentiatie een onbewandeld pad. Mumm staat aan de top wat betreft internationale champagnehuizen in Frankrijk en staat op de derde plaats wereldwijd. Mumm Grand Cordon hult zijn fles steeds in de typerende rode band. Samen met tal van andere innovaties zit deze band nu ook verwerkt in het glas. Deze revolutionaire fles omarmt de geest van Maison Mumm perfect en vertegenwoordigt het merk dat staat voor gewaagde uitdagingen en grensverleggende inspanningen.

Over Pernod Ricard

Pernod Ricard, wereldwijd coleader in wijnen en gedistilleerde dranken, heeft een geconsolideerde omzet van € 8,558 miljoen in 2014/15. De groep is in 1975 ontstaan uit een fusie tussen Ricard en Pernod en is constant gegroeid, door zowel interne groei als overnames: Seagram (2001), Allied Domecq (2005) en Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard bezit een van de meest prestigieuze merkenportefeuilles in de sector: Absolut wodka, Ricard pastis, Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute en The Glenlivet Scotch whisky's, Jameson Ierse whiskey, Martell cognac, Havana Club rum, Beefeater gin, Kahlúa en Malibu likeuren, G.H.Mumm en Perrier-Jouët champagnes, evenals Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo, Graffigna en Kenwood wijnen. Pernod Ricard heeft een personeelsbestand van zowat 18.800 medewerkers en werkt door middel van een gedecentraliseerde organisatie, met 6 "Brand Companies" en 80 "Market Companies" die in elke belangrijke markt gevestigd zijn. Pernod Ricard hecht veel waarde aan een beleid voor duurzame ontwikkeling en stimuleert verantwoord consumptie. De strategie en ambitie van de groep is gebaseerd op 3 kernwaarden: ondernemerschap, wederzijds vertrouwen en een sterk gevoel voor ethiek. Pernod Ricard is genoteerd op Euronext (Ticker: RI; ISIN code: FR0000120693) en maakt deel uit van de CAC 40 index.

Contact:

Liedewij Verbiest

FAMOUS Relations

Liedewij.verbiest@famousrelations.be

0471/ 72.41.57