

Pernod Ricard USA poursuit la lutte contre l'exploitation trompeuse du nom « Havana Club » aux USA

Par Reynaldo Henquen

La Havane, 9 août (RHC)- La firme Pernod Ricard a souligné qu'elle poursuivra la lutte contre l'usurpation de la marque Havana Club par la firme Bacardí aux États-Unis.

Ci-dessous le texte intégral du communiqué de presse émis par cette entreprise mondialement connue :

Communiqués de presse

Pernod Ricard USA poursuit la lutte contre l'exploitation trompeuse du nom « Havana Club » aux États-Unis

Pernod Ricard USA étudie ses options suite à la décision de la Cour d'appel

Purchase, N.Y., le 4 août 2011

Suite à la décision controversée rendue ce jour par la Cour d'appel du troisième circuit des États-Unis, Pernod Ricard USA s'engage à continuer de lutter contre l'exploitation induite du nom « Havana Club » par un concurrent aux États-Unis, pour désigner un rhum non cubain. En dépit d'un sondage établissant que le rhum « Havana Club » de Bacardi est trompeur vis-à-vis des consommateurs, la Cour a pourtant refusé d'interdire l'usage de ce nom aux États-Unis pour commercialiser un rhum non cubain.

La Cour d'appel insiste sur le fait que cette décision ne donne aucun droit à Bacardi sur la marque « Havana Club ». Les juges rappellent que l'Office des Brevets et des Marques aux États-Unis a rejeté les demandes d'enregistrement de Bacardi de marques composées du terme « Havana », telles que Havana Select, Old Havana et Havana Primo, en raison de leur caractère trompeur.

En 2006, Bacardi a commencé à distribuer à petite échelle aux États-Unis un spiritueux désigné « Havana Club ». Ce produit contient du rhum fabriqué à Porto Rico et non à Cuba, comme son nom le laisse entendre.

Depuis plus de 15 ans, des millions de caisses d'authentique rhum cubain ont été commercialisées en dehors des États-Unis sous le nom « Havana Club » par une joint venture créée entre Pernod Ricard S.A. et Corporacion Cuba Ron. Le rhum « Havana Club » de cette joint venture ne peut être vendu aux États-Unis en raison de l'embargo américain sur les produits cubains.

Ian FitzSimons, Directeur Juridique de Pernod Ricard, a déclaré : « Nous ne partageons pas l'opinion de la Cour, injuste envers les consommateurs américains qui sont induits en erreur par un produit étiqueté « Havana » n'ayant pourtant aucun lien avec Cuba. Il est important de noter que cette décision ne donne aucun droit sur la marque « Havana Club » à Bacardi. Nous sommes résolus à continuer de nous battre pour une concurrence équitable sur le marché

américain, où l'enregistrement de la marque « Havana Club » remonte à 1976 ».

Pernod Ricard S.A., Groupe français de vins et spiritueux et société mère de Pernod Ricard USA, est associé dans la joint venture Havana Club, et a toujours défendu avec succès la propriété de la marque « Havana Club » dans plus de 120 pays, dans lesquels la marque de rhum cubain est enregistrée et commercialisée. Le franc succès remporté par la vente du rhum cubain « Havana Club » dans le reste du monde n'est pas affecté par la décision de ce jour.

A propos de Pernod Ricard

Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 081 millions d'euros en 2009/2010. 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 Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek, Brancott Estate (ex-Montana), Campo Viejo et Graffigna. Le Groupe compte près de 18 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Sociétés de marques » et 70 « Sociétés de distribution » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits. La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs-clé qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et sens éthique. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40. Pour plus d'informations, connectez-vous sur www.pernod-ricard.com

Contacts Pernod Ricard

Olivier CAVIL / Directeur de la Communication

T : +33 (0)1 41 00 41 00

olivier.cavil@pernod-ricard.com