**BACARDI brinda con ocasión del 75 aniversario del fallo de la Suprema Corte de Nueva York**

***"Subterfugio y fraude: si no lleva ron BACARDI, ninguna mezcla de bartender puede denominarse coctel BACARDI", señaló la Corte***

HAMILTON, Bermuda, 25 de abril de 2012 /PRNewswire/ -- Viajemos al año 1937, época de la crisis económica de la Gran Depresión en Estados Unidos. Hacía poco que la ley seca había sido derogada y BACARDI se volvió muy popular. En ese desafiante entorno económico algunos bares y restaurantes sin escrúpulos en la ciudad de Nueva York trataron de aprovecharse de los consumidores que pedían cocteles BACARDI al prepararlos con rones de menor calidad y no con BACARDI.

Si desea ver el material multimedia que acompaña este boletín de prensa pulse aquí: <http://www.multivu.com/mnr/53406-bacardi-150-anniversary-celebrates-75th-anniv-cocktail-case-consumer-right>

(Foto: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20120425/MM91156> )

En defensa del derecho del consumidor de obtener lo que ordena y a fin de proteger la calidad de los cocteles, la empresa familiar BACARDI demandó a algunos bares y restaurantes de Nueva York.

Tal como se lee en las transcripciones originales del tribunal que se encuentran a buen resguardo en los Archivos Bacardi, la Corte Suprema de Nueva York emitió su fallo en abril de 1937, hace 75 años. Los abogados de Bacardi llamaron a testificar al propio bartender del juez y le preguntaron qué ron usaba al preparar el coctel BACARDI favorito del magistrado. Su única respuesta fue: "ron BACARDI". Otros bartenders testificaron que usaban la botella de cualquier ron que se encontrara más a la mano para preparar cocteles BACARDI. Con esa información el juez John L. Walsh pronunció el siguiente fallo: "Fuera de toda duda razonable, se comete subterfugio y fraude contra el consumidor cuando el ron BACARDI no se incluye en una bebida presentada en la carta como coctel BACARDI".

El caso fue gran noticia y este parteaguas de los tribunales figuró en los periódicos de Nueva York. El fallo fue tan significativo para los consumidores (la seguridad de que recibían la alta calidad y el insuperable sabor de cada coctel BACARDI que piden) que Bacardi lo incluyó en una popular serie de comerciales impresos y campañas de marketing desde fines de la década de 1930 hasta la década de 1950 con el lema "Nothing Takes the Place of BACARDI" (Nada sustituye a BACARDI). Algunos comerciales mostraban citas textuales de los registros certificados de los tribunales y los instrumentos de la justicia. Una de las series de marketing llevó el encabezado "It's Your Right" (Es su derecho) y yuxtaponía dos escenarios: de un lado, la caricatura de un hombre cantando en la ducha o echando bronca a un árbitro o haciendo caso omiso de su peluquero (cada uno ejerciendo su derecho) y de otro lado un hombre disfrutando su coctel BACARDI con las palabras: "¡Es su derecho beberse un coctel BACARDI bien hecho! Si no lleva BACARDI, no es un coctel BACARDI. ¡Así lo reconoce la Corte de Nueva York!"

"Desde hace 150 años hasta el día de hoy, los consumidores mencionan el nombre BACARDI al ordenar una bebida en un bar o restaurante a fin de asegurarse de disfrutar el excepcional sabor y la calidad creada por mi tatarabuelo, Don Facundo Bacardi Masso, a la fecha estrictamente elaborado conforme a los estándares que él estipuló", comentó Facundo L. Bacardi, presidente de Bacardi Limited.

BACARDI es una de las marcas más solicitadas en los bares del mundo, pues los consumidores con buen gusto siguen pidiendo BACARDI por su nombre para asegurarse de disfrutar la bebida alcohólica de gran calidad que inspiró por vez primera los clásicos cocteles a base de ron.

El ron favorito y más premiado del mundo, merecedor de casi 500 reconocimientos, BACARDI revolucionó la industria de las bebidas alcohólicas desde su creación hace 150 años. El sabor ligero y el equilibrio único de ron BACARDI inspiró a los pioneros de la coctelería para inventar un nuevo estilo de recetas de cocteles ligeros, diáfanos, chispeantes y refrescantes, entre ellos el auténtico mojito BACARDI, el original daiquirí BACARDI y la original cuba libre BACARDI, el coctel más popular del planeta.

"Los cocteles clásicos tienen una cualidad mágica: son la mezcla perfecta de los ingredientes perfectos", apuntó David Cordoba, embajador mundial de marca para ron BACARDI. "Hoy todos en el ámbito de los cocteles sueñan con lograr esta alquimia, por eso los bartenders respetan tanto los ingredientes originales, como BACARDI, empleados por los pioneros de la coctelería en la creación de un clásico".

"Cuando el apellido Bacardi es además el nombre de la empresa y una de las marcas más reconocidas del mundo, protegerlo no solo es cuestión de honor y orgullo; más importante aún, es una gran responsabilidad hacia nuestros consumidores, pues ellos siempre son nuestra prioridad", afirmó Ed Shirley, presidente y director general de Bacardi Limited. "Saben que pueden confiar en BACARDI y se aseguran de pedir ron BACARDI por su nombre. Hoy, cuando ordenas un mojito BACARDI o una cuba libre BACARDI, debes saber que la ley ha sentenciado algo que los consumidores saben desde siempre: solo BACARDI hace un coctel BACARDI".

Si desea leer más sobre Bacardi y su pionero legado, visite la sección dedicada al aniversario 150 en [www.BacardiLimited.com/150](http://www.bacardilimited.com/150). Los medios pueden registrarse para recibir información sobre las actividades conmemorativas del 150 aniversario de Bacardi, además de acceder al material multimedia en [www.BacardiMediaCentre.com](http://www.bacardimediacentre.com/).

**Acerca de Bacardi Limited**

Bacardi Limited, la principal empresa privada de bebidas alcohólicas en el mundo, produce y comercializa bebidas alcohólicas y vinos de reconocimiento internacional. Su cartera de marcas incluye más de 200 marcas y etiquetas, entre ellas el ron BACARDI®, el ron más vendido y premiado del globo; el vodka GREY GOOSE®, el vodka de gran calidad líder en el mundo; el whisky mezclado DEWAR'S®, el whisky escocés mezclado más vendido en Estados Unidos; la ginebra BOMBAY SAPPHIRE®, la ginebra de calidad mejor valuada y de mayor crecimiento en el planeta; el vermut y los vinos espumosos MARTINI®, el vermut más famoso del mundo; el tequila 100% de agave azul CAZADORES®, el tequila de calidad número uno en México y el más vendido en Estados Unidos; el vodka ERISTOFF®, una de las marcas de vodka con mayor crecimiento en el mundo, y otras marcas consolidadas y nuevas.

Fundada en Santiago de Cuba el 4 de febrero de 1862 y en propiedad familiar durante las últimas siete generaciones, hoy Bacardi da empleo a casi 6.000 personas, fabrica sus marcas en 27 plantas en 16 mercados de cuatro continentes, y tiene ventas en más de 150 países. Bacardi Limited se refiere al grupo empresarial Bacardi, incluida Bacardi International Limited. [www.BacardiLimited.com](http://www.bacardilimited.com/)

FUENTE Bacardi Limited

CONTACTO: Amy Federman, +1-441-294-1110, afederman@bacardi.com; o Patricia M. Neal, +1-441-294-1110