La création d'une capsule témoin à ouvrir dans 50 ans marque le point d'orgue du 150e anniversaire de Bacardi

-- Un anniversaire historique célébré et souligné par des millions de personnes à l'échelle internationale; ouvre la voie à une croissance continue

HAMILTON, Bermudes, 13 décembre 2012 /PRNewswire/ -- Bacardi Limited couronnera les célébrations d'une durée d'un an de son 150e anniversaire avec la création d'une capsule témoin commémorative pour souligner l'unité, la passion et l'esprit avant-gardiste de Bacardi : l'entreprise, la famille et la marque emblématique de rhum. La capsule témoin est un arrêt sur image de l'entreprise en 2012. Elle contient également des messages rédigés par les employés actuels à l'intention des employés de Bacardi en 2062, dans 50 ans. Il s'agit de rendre hommage au patrimoine impérissable de Bacardi lors de l'ouverture de cette capsule durant le 200e anniversaire.

La capsule personnalisée de 6 pi x 1 pi (1,82 m x 0,30 m) en acier inoxydable, enveloppée d'une chape de granit sur un piédestal en ciment et enregistrée avec le sceau du International Time Capsule Society, a été installé au siège social mondial de Bacardi situé aux Bermudes lors d'un événement présidé par Facundo L. Bacardi, le président du conseil d'administration, et Ed Shirley, le président et PDG de l'entreprise familiale Bacardi Limited. Des dirigeants et des employés de Bacardi, ainsi que des représentants du gouvernement des Bermudes et d'autres invités d'honneur ont assisté à l'événement historique. Ce piédestal orné d'une plaque de bronze situé en face du siège social accueille les visiteurs dans cet édifice emblématique inspiré de Mies van der Rohe, une attraction touristique populaire sur l'île.

« Chez Bacardi, nous sommes tous honorés, sans oublier nos quelque 6 000 employés, de partager une partie de notre histoire et de notre patrimoine avec des consommateurs et des clients des quatre coins du monde. Nous sommes également enchantés par le fait qu'il y ait autant de personnes qui souscrivent à la vision unique de la marque, la famille et l'entreprise. Les consommateurs s'intéressent à notre patrimoine, car ils apprécient notre authenticité et comprennent ce que Bacardi a commencé il y a 150 ans », a indiqué Facundo L. Bacardi, arrière arrière-petit-fils du fondateur de Bacardi. « Cette petite entreprise qui a commencé avec une seule marque en 1862 à Santiago de Cuba est maintenant la plus grande société privée de spiritueux au monde avec un portefeuille de certains des noms les plus réputés dans l'industrie. Le rhum BACARDI, la vodka GREY GOOSE, le whisky écossais d'assemblage DEWAR's, le gin BOMBAY SAPPHIRE, le vermouth et les vins mousseux pétillants MARTINI et la tequila CAZADORES sont quelques-unes des marques les plus reconnues et célèbres à l'échelle internationale. »

En cette année historique, des employés de Bacardi provenant de différentes régions du monde ont soigneusement sélectionné des souvenirs précieux à leurs yeux afin de les inclure dans la capsule témoin. Voici une liste des nombreux objets représentant l'année 2012 :

- Une photographie d'un rassemblement mémorable de près de 500 membres de huit générations de la famille Bacardi et qui entourent le logo de la chauve-souris emblématique de Bacardi. Un moment historique lors des festivités du 150e anniversaire à Porto Rico.
- Une médaille commémorative en l'honneur du rhum BACARDI soulignant sa réputation comme le « spiritueux le plus primé au monde ». Un honneur décerné avec près de 600 prix pour son goût remarquable, la qualité et l'innovation.
- Un collage de communiqués de presse soulignant des prix obtenus, des emballages, des designs et des éléments promotionnels afin de commémorer les 150 ans de la marque et de l'entreprise.
- Une lettre rédigée par des employés en Chine dans un style ancien avec des caractères chinois, une tradition pour rendre hommage à un patrimoine hors du commun. Les messages de chacun des participants sont accompagnés de leurs photographies.
- Des notes manuscrites de témoignages touchants rédigées par des employés allemands.

- La toute première publicité télévisée pour le rhum BACARDI Big Apple au Brésil, l'un des marchés ayant le taux de croissance le plus élevé en Amérique latine.
- Une publicité du rhum BACARDI soulignant la diffusion sur un tableau électronique de 23 étages de haut au fameux Times Square de New York.
- Une gourde inspirée de l'art africain, un symbole culturel et social important qui se partage entre amis au Kenya, un des nouveaux marchés de Bacardi dans son expansion mondiale.
- Une géode de quartz d'origine volcanique provenant de l'Uruguay afin de favoriser la diffusion et la concentration de l'énergie positive, un élément important pour concevoir de nouvelles idées créatives.
- Une bouteille dans un format prêt-à-boire de BACARDI+, un cocktail mélangé à l'avance avec un mélangeur lancé cette année en Asie.
- Afin de mettre les choses en perspective pour les gens en 2062, l'entreprise américaine a créé un almanach avec divers événements marquants sur le plan social, politique et économique en 2012, notamment le prix d'un gallon d'essence, une liste des fichiers musicaux les plus téléchargés, certains titres des actualités nationales.

L'installation de cette capsule témoin conclut les célébrations extraordinaires des 150 ans de Bacardi, un jalon important que peu d'entreprises se targuent de franchir. Fidèle à ses racines qui remontent à Santiago de Cuba en 1862, Don Facundo Bacardi Masso a inventé de nombreux procédés, des normes et différentes innovations pour créer la qualité et la miscibilité exceptionnelles du rhum BACARDI. La plupart de ces inventions sont encore utilisées aujourd'hui. En fait, il y a déjà plus de 100 ans, le rhum le plus apprécié au monde a inspiré des barmans à créer certains des cocktails les plus populaires comme le Mojito, le Daiquiri et le Cuba Libre. Le rhum BACARDI a permis de créer une culture de cocktail qui subsiste toujours.

En plus de révolutionner le domaine des spiritueux en créant le rhum que nous connaissons tous aujourd'hui, l'entreprise Bacardi a surmonté plusieurs obstacles, notamment des guerres, des catastrophes naturelles, des faillites, la prohibition américaine, et la saisie illégale de ses propriétés cubaines résultant à l'exil forcé de l'entreprise et ce, tout en demeurant une entreprise familiale. Elle a ensuite mis tout en œuvre afin d'atteindre de nouveaux sommets et devenir la troisième plus grande société privée de spiritueux au monde et la plus importante. Cette histoire et cette résilience incroyable démontrent à nouveau la capacité de l'entreprise à s'adapter, à demeurer concurrentielle et continuer de croître malgré de grands bouleversements.

Les célébrations du 150e anniversaire de Bacardi furent remarquables, parmi les événements marquants soulignons :

- Des centaines de fêtes avec des clients et des célébrités aux quatre coins du monde;
- Des t-shirts et des verres frappés de l'image emblématique de la chauve-souris de Bacardi et des publicités d'époque;
- Des imprimés et des publicités télévisées et numériques pour des campagnes promotionnelles des années 50 durant l'âge d'or du rhum BACARDI;
- La création d'un magnifique décanteur proposé en édition limitée à 2 000 $ chacun afin de célébrer l'expertise et l'artisanat de chaque bouteille de rhum BACARDI par huit maîtres-mélangeurs de la famille Bacardi;
- La série « Ultimate Factories » de National Geographic® a transporté les téléspectateurs de 166 pays dans la demeure de BACARDI à Porto Rico afin d'expliquer comment l'entreprise concilie à la fois tradition familiale et technologie;
- Des emballages spéciaux des fêtes des spiritueux Bacardi sont maintenant disponibles.

« Notre histoire et nos réussites sont uniques à Bacardi », a indiqué Ed Shirley, président et PDG. « Personne d'autre ne peut revendiquer une telle histoire, aucune autre entreprise ne dispose d'un tel patrimoine. Bacardi existe depuis 150 ans, et durant ce temps l'entreprise a révolutionné l'industrie des spiritueux. Le rhum BACARDI est le choix numéro un des consommateurs, ainsi que le spiritueux le plus récompensé dans le monde. Nous sommes fiers du patrimoine plus que centenaire de l'entreprise, mais nous sommes également enthousiastes à l'aube des prochains 150 ans. Bacardi et ses marques emblématiques sont prêts à tenir le haut du pavé de l'industrie des spiritueux pour le 21e siècle et les prochains à venir. Surveillez les prochains événements passionnants de Bacardi durant la prochaine année. »

Pour en apprendre davantage sur Bacardi et de son patrimoine de 150 ans, veuillez consulter le site www.BacardiLimited.com/150.

Vous pouvez également attendre 2062 lorsque des gens procéderont à l'ouverture de la capsule témoin aux Bermudes afin de dévoiler ses secrets.

À propos de Bacardi Limited
Bacardi Limited, la plus grande société privée de spiritueux au monde, produit et commercialise une large gamme de spiritueux et de vins réputés à l'échelle mondiale. Le portefeuille de marques Bacardi comprend plus de 200 marques et étiquettes, y compris le rhum BACARDI®, le rhum le plus vendu et le plus primé au monde, ainsi que le spiritueux le plus récompensé dans le monde; la vodka GREY GOOSE®, le numéro un mondial des vodkas de qualité supérieure; le whisky écossais d'assemblage DEWAR'S®, le whisky écossais le plus récompensé dans le monde et le whisky écossais d'assemblage le plus vendu aux États-Unis; le gin BOMBAY SAPPHIRE®, le gin de qualité supérieure connaissant la plus rapide croissance dans le monde; le vermouth et les vins pétillants MARTINI®, le chef de file mondial du vermouth et des vins pétillants italiens les plus populaires au monde; la tequila 100 % agave bleue CAZADORES®, la tequila numéro un au Mexique et la tequila de choix parmi les mieux vendues aux États-Unis; la vodka ERISTOFF®, l'une des marques de vodka connaissant la croissance la plus rapide dans le monde; ainsi que d'autres grandes marques en émergence.

Fondée il y a 150 ans à Santiago de Cuba le 4 février 1862, Bacardi, une entreprise familiale depuis sept générations, emploie actuellement près de 6 000 employés, fabrique ses produits dans 27 établissements implantés dans 16 marchés sur quatre continents, et commercialise ses produits dans plus de 150 pays. Bacardi Limited désigne le groupe de sociétés Bacardi, notamment Bacardi International Limited. http://www.bacardilimited.com/

Afin de consulter les ressources multimédias, cliquez simplement sur le lien suivant http://www.bacardimediacentre.com/

CONSOMMER AVEC MODÉRATION

©2012 BACARDI
BACARDI, LE LOGO DE LA CHAUVE-SOURIS ET LES AUTRES MARQUES LIÉES AUX PRODUITS MENTIONNÉS DANS LE PRÉSENT COMMUNIQUÉ DE PRESSE SONT DES MARQUES DE COMMERCE APPARTENANT À BACARDI & COMPANY LIMITED OU À D'AUTRES FILIALES DE BACARDI LIMITED

CONTACT : Patricia M. Neal ou Amy Federman, +1-441-294-1110, afederman@bacardi.com; ressources multimédias www.BacardiMediaCentre.com