



## Marca Havana Club vence en querrela con la Bacardí



La Habana, 15 ene (agencias/rhc).- Una añeja querrela entre la marca Havana Club y la Bacardí terminó al decidirse en Estados Unidos que el primero es propiedad de Cuba, lo cual abrirá las puertas de ese mercado al ron cubano cuando finalice el bloqueo económico de Washington a la isla.

El litigio enfrentó por dos décadas a Bacardí y a Cubaexport —socio cubano del fabricante francés de licores, Pernod Ricard— por la distribución mundial del ron más famoso de Cuba, el Havana Club.

Por las leyes del bloqueo, el ron hecho en Cuba no puede ser vendido en Estados Unidos.

Este miércoles, la oficina de marcas informó a David Bernstein, abogado de Nueva York que representa Cubaexport, que el registro en los Estados Unidos de la marca de la compañía cubana Havana Club había sido renovado. Olivier Cavil, portavoz de Pernod Ricard, dijo que ya ha sido presentada una petición para inscribir la marca por otro período de 10 años.

En cuanto al impacto de la decisión para el negocio, Cavil dijo: "No es demasiado significativa. No hay impacto en el negocio en lo absoluto, porque el embargo sigue vigente".

Pernod Ricard, que también ha sobrevivido a los desafíos de Bacardí sobre el uso internacional de la marca Havana Club, sigue distribuyendo la marca en más de 100 países y vende alrededor de cuatro millones de cajas al año.



---

La gran perdedora tras el fallo es la licorera Bacardí que en 1994 había solicitado a la misma entidad estadounidense una licencia para manejar su propio ron bajo la marca de Havana Club, lo que Cuba y la Pernod Ricar consideraron como una usurpación de la suya, surgida en 1993 y con permiso de comercialización en más de 120 países.

Antes, en 2011, la Bacardí hizo un intento en España para controlar la marca en ese país, pero perdió también la disputa de propiedad intelectual.

Durante casi 20 años, la querrela incluyó demandas cubanas ante el órgano de Solución de Diferencias de la Organización Mundial de Comercio (OMC), en Ginebra, con el apoyo de un grupo de países que acusaban a Estados Unidos por permitir la "usurpación" de marcas en su territorio.

La Corporación Havana Club International S.A., establecida con capitales estatales cubanos y de la Pernod Ricard ya lanzó recientemente un nuevo ron, el Havanista, con la finalidad de registrarlo en el mercado de los Estados Unidos para venderlo allí cuando las leyes de ese país con respecto a Cuba lo permitan.

Un adelanto de lo que pudiera pasar en ese sentido lo reflejó una medida del presidente Barack Obama cuando anunció su nueva política sobre Cuba en diciembre de 2014, al autorizar a los estadounidenses que visiten la isla a comprar e importara sus regresos rones y habanos cubanos, entre otras mercancías, para consumo personal.

"El mercado de Estados Unidos representa el 40% de bebidas espirituosas Premium y de ron y por tanto tener la posibilidad de "entrar" es obvio que es muy atractivo", dijo el año pasado a ANSA Sergio Valdés Dorta, director de Exportaciones de la empresa mixta cubano-francesa Havana Club.

Dorta afirmó entonces que "la entrada a ese mercado tendría un fuerte impacto en nuestra marca".

Actualmente el mayor peso de las ventas de Havana Club está en Europa, con Alemania a la cabeza y tres mercados europeos muy importantes que son Francia, Italia y España.