



## « El Auténtico Ron de Cuba<sup>(1)</sup> », la nouvelle campagne d'Havana Club : un véritable retour aux origines de la marque.

Novembre 2024 – Le rhum Havana Club lance une nouvelle campagne centrée sur ses origines cubaines.

« El Auténtico Ron de Cuba<sup>(1)</sup> » dévoile les moments clés de la production des rhums Havana Club, supervisés par les Maestros Roneros<sup>(2)</sup>, détenteurs d'un savoir-faire hérité de génération en génération. Chaque étape du processus y est mise en valeur, de la sélection des cannes à sucre du terroir cubain, au vieillissement et à l'assemblage. La campagne est tournée à Cuba dans l'univers unique des rues de la Havane et de ses bodegas sur un fond de musique traditionnelle au rythme de rumba.

Cette nouvelle campagne réaffirme non seulement les racines cubaines de la marque et son expertise mais démontre également la profondeur de sa gamme en mettant en avant la référence phare Havana Club Original Añejo 3 Años aux côtés des rhums ambrés iconiques que sont Havana Club Añejo Especial et Havana Club Añejo 7 Años.

« Nous souhaitons mettre à l'honneur le lien essentiel entre la marque et ses origines mais aussi incarner les marqueurs forts et uniques de son terroir ; la musique, la langue espagnole et la lumière de Cuba. Avec cette nouvelle campagne, nous redonnons ainsi à Havana Club son ancrage local unique. » Martial Reynaud Directeur de marques – Whisky & Rhum Pernod-Ricard France.

La campagne « El Auténtico Ron de Cuba<sup>(1)</sup> » sera 100% digitale. Développée par l'agence BETC elle est lancée en novembre en France sur les réseaux sociaux (Meta, Snapchat, Youtube) en format vidéo et en format statique.



<sup>(1)</sup> Le rhum authentique de Cuba

<sup>(2)</sup> Maîtres rhuimiers

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

### A propos d'Havana Club

La coentreprise Havana Club International S.A. a été créée en novembre 1993 par la société cubaine Cuba Ron S.A., responsable de la production de rhum, et le groupe français Pernod Ricard, dans le but de développer la marque Havana Club à l'international grâce au solide réseau de distribution international de Pernod Ricard. Depuis 1994, Havana Club est une marque prioritaire pour Pernod Ricard, et aujourd'hui, elle fait partie des 13 principales marques de spiritueux du groupe. Depuis 2003, Havana Club International S.A. est également en charge de la distribution domestique de la marque Havana Club à Cuba, ainsi que des principales marques internationales du portefeuille de Pernod Ricard. En 2007, Havana Club International S.A. a inauguré sa nouvelle distillerie de rhum à San José de las Lajas pour répondre à la demande croissante de rhums vieillis. Havana Club est la troisième marque de rhum international dans le monde et le leader mondial des rhums super premium et au-delà. Havana Club a réalisé une croissance de 8 % en valeur au cours de l'exercice 2024. Havana Club est exporté dans plus de 125 pays à travers le monde (à l'exclusion des États-Unis où les produits cubains sont interdits en raison de l'embargo commercial). Les principaux marchés d'exportation de Havana Club se trouvent en Europe (Allemagne, France, Italie, Espagne, Royaume-Uni) et dans les Amériques (Mexique, Canada, Chili, Argentine).

### A propos de Pernod Ricard France :

Filiale historique du Groupe et marché pilote de la management entity Europe du Sud, Pernod Ricard France s'appuie sur l'expertise de ses équipes réparties entre son siège à Marseille, ses cinq sites de production et ses six directions régionales.

Pernod Ricard France, leader sur le marché français des vins et spiritueux, se distingue par un prestigieux portefeuille de 80 marques françaises et internationales. Leader incontesté sur le segment de l'apéritif avec Ricard, Pastis 51, Lillet et Italicus, Pernod Ricard France est également un acteur majeur du marché des whiskies avec Ballantine's, Chivas et Aberlour. Un portefeuille qui inclut également la vodka Absolut, les rhums Havana Club et Bumbu, les gins Beefeater, Malfy et Monkey 47, les champagnes Perrier-Jouët et Mumm et le vin Château Sainte Marguerite en Provence.

La responsabilité sociétale d'entreprise est au cœur de la stratégie et de l'ADN de Pernod Ricard France, être des ambassadeurs d'une culture de la convivialité engagée, inclusive et responsable autour de 4 valeurs fondamentales : les pieds sur terre, la passion du défi, ensemble, au-delà des frontières, authentiques et fiers de l'être.

Contact :

Camille Dor, Responsable Engagement Externe, Pernod Ricard France [camille.dor@pernod-ricard.com](mailto:camille.dor@pernod-ricard.com)