



EL GRUPO BACARDI PONE EN MARCHA BARRIOS ABIERTOS, UNA INICIATIVA PARA DEVOLVER LA ALEGRÍA A NUESTRAS CIUDADES LLEVANDO DE NUEVO A LA GENTE A LOS BARES

Los clientes podrán adquirir una selección de combinados de marcas del grupo a mitad de precio, y la compañía compensará a los locales que se han sumado a la iniciativa, unos 750 repartidos entre Madrid y Barcelona, con la otra mitad del coste de las consumiciones.

Barríos Abiertos forma parte de la iniciativa #RaiseYourSpirits, que la compañía familiar de espirituosos puso en marcha desde el momento que estalló la pandemia y que, entre otras acciones, ya destinó millones de euros para ayudar a la hostelería europea.

El Grupo Bacardi se moviliza así para paliar los efectos de la crisis desatada por el Covid-19 en uno de sus socios más importantes, los bares. Uno de cada tres de los que había en España ha tenido que cerrar como consecuencia de la crisis.

**BARRIOS
ABIERTOS**

**QUE SE VACÍEN
LAS COPAS,
NO LOS
BARRIOS.**

ESCANEA

PAGA 6€ POR TU COPA*
Y NOSOTROS DONAMOS
OTROS 6€ AL BAR

MARTINI Dewar's BOMBAY SAPPHIRE Grey Goose VODKA TRESAJA PATRÓN. BACARDÍ santa teresa 1796

Descarga las imágenes en alta [aquí](#)



Barcelona, 30 de junio de 2021. El Grupo Bacardi pone estos días en marcha una iniciativa, **Barrios Abiertos, que tiene como objetivo ayudar a los bares a salir de la crisis originada por la pandemia**, y de este modo devolver la vida y la alegría a nuestras ciudades después de un año largo de cierres y limitaciones. La acción, que se desplegará en 750 locales repartidos entre Barcelona y Madrid, se activará en Barcelona de julio a octubre y en Madrid de septiembre y octubre. **BACARDÍ®, BOMBAY SAPPHIRE®, GREY GOOSE®, DEWAR'S®, MARTINI®, TEQUILA PATRÓN® y SANTA TERESA®** son las marcas del grupo implicadas en este proyecto.

La iniciativa **se enmarca dentro del conjunto de acciones de apoyo a la hostelería #RaiseYourSpirits** que la empresa familiar Bacardi emprendió en cuanto estalló la pandemia. Su lema es **“vamos a medias”** porque los consumidores podrán comprar combinados de las marcas involucradas a mitad de precio, y será la compañía quien aportará el resto del coste de la consumición a los bares involucrados para que obtengan el mismo beneficio por cada copa. El objetivo es que estos negocios, un elemento fundamental de la vida en nuestros barrios y en los que tantos momentos felices hemos vivido, aumenten su tráfico de clientes y puedan así recuperarse e incluso mejorar sus cifras anteriores a la pandemia.

La mecánica es muy sencilla. En la web <http://www.barriosabiertos.es/campaigns/BA/> se podrá seleccionar la consumición entre un abanico de cócteles muy populares, elegir el bar donde tomarla y descargar un cupón digital que luego se mostrará en el local y que permitirá adquirir la copa elegida a mitad de precio, pagándola in situ con los métodos tradicionales. Diferentes publicaciones en redes sociales y en medios impresos y digitales mostrarán mensajes alusivos a la acción. Además, en medios impresos aparecerá un código QR que, al activarlo, conducirá a la misma web. En paralelo, una campaña de publicidad exterior con las caras y los mensajes de los propietarios de algunos de los bares implicados servirá para promocionar la iniciativa.

El coste de **las consumiciones para los clientes será de 3 o de 6 euros, dependiendo de la marca elegida.** Después, Grupo Bacardi completará el coste para que el local acabe ingresando 6 o 12 euros, respectivamente. Todos los ofertados son cócteles muy populares. Los que costarán al cliente 3 euros serán MARTINI Fiero & Tonic, MARTINI Riserva On the Rocks, Coconut Highball de DEWAR'S, Mojito de BACARDÍ y BACARDÍ Carta Negra con Ginger Ale. Pagando 6 euros, se podrá elegir entre SANTA TERESA 1796 Old Fashioned, GREY GOOSE Mule o Tonic, BOMBAY BRAMBLE & Tonic, BOMBAY SAPPHIRE & Tonic y Margarita de PATRÓN.

“Los bares son el tejido esencial en el que se mueve nuestro negocio, pero también en el que se mueven nuestras vidas” -señala Caridad de Gea, Directora del Canal de Hostelería-. “Disfrutar de un cóctel perfectamente elaborado por el bartender de nuestro local favorito con amigos y familiares es una experiencia imposible de recrear en casa y todos lo hemos echado de menos con los bares cerrados. Creemos que podemos, y debemos, echar una mano en un momento difícil como este, ayudar a devolver la alegría a nuestras calles y a los locales que nos hacen felices. Este es el objetivo de nuestra iniciativa Barrios Abiertos, como parte del proyecto de #RaiseYourSpirits”.

“La prioridad número uno de cada miembro de nuestro equipo del canal de la hostelería es generar ganancias para nuestros socios del sector. Y por eso nos hemos volcado, humana y económicamente, en un proyecto como este”.



“Lo mejor de esta iniciativa es que no solamente nos va a ayudar a nosotros, que buena falta nos hace, sino también a nuestros clientes -dice David.G, propietario del bar Marcelino 1968-. Ellos también lo han pasado mal. Aparte de la tragedia humana y los períodos de confinamiento, tenemos clientes que se han quedado sin trabajo, o que han visto muy reducidos sus ingresos. Por no hablar de los que ya se han ido de la ciudad. En cualquier caso, con esta iniciativa seguro que la gente va a volver a los bares con más ganas que nunca”.

Desde que el Gobierno decretó el primer Estado de Alarma el 14 de marzo de 2020 y comenzaron los cierres y limitaciones intermitentes para el mundo de la hostelería, **se calcula que unos 85.000 bares y restaurantes han bajado definitivamente sus persianas.** Eso supone un tercio de los más de 250.000 que había en nuestro país a 1 de enero de 2020. Además, el negocio generado por la restauración se ha reducido en un 43%, se han perdido casi 1 de cada 5 puestos de trabajo y, a 31 de marzo de este año, 355.000 trabajadores de la hostelería seguían en ERTE.

Esta no es la primera vez que el Grupo Bacardi se moviliza contra la crisis desatada por el coronavirus. En abril del año pasado, y a **través de la iniciativa #RaiseYourSpirits, el grupo ya movilizó millones de euros para apoyar a bares y bartenders de toda Europa,** proporcionándoles ayudas directas, poniendo en marcha actividades de formación, apoyándoles con la creación de menús, y acompañándoles en su digitalización para facilitar los pedidos a domicilio desde aplicaciones. En esas fechas también adaptó sus plantas y produjo millones de litros de desinfectante para frenar la propagación del virus. Además, y durante toda la pandemia, la compañía ha tenido disponible una línea telefónica de apoyo psicológico a empleados que ha estado funcionando 24 horas al día los 7 días de la semana.

Todas estas acciones se enmarcan dentro del **compromiso que una empresa familiar como el Grupo Bacardi tiene con la sociedad y con su sector,** y que ya se ha demostrado en ocasiones anteriores. Por ejemplo, con iniciativas como *Shake Your Future*, orientada a paliar el empleo juvenil y formar a una nueva generación de bartenders. El objetivo es siempre devolver a la sociedad una parte de lo que la sociedad ha dado a la compañía – para hacer lo correcto.

Sobre Bacardi

Bacardi Limited es la empresa privada de bebidas alcohólicas más grande del mundo y produce y comercializa una variedad de licores y vinos reconocidos internacionalmente. La cartera de marcas de Bacardi Limited se compone de más de 200 marcas, incluyendo el ron BACARDI®, el vodka GREY GOOSE®, el tequila PATRÓN®, el whisky blended escocés DEWAR'S®, la ginebra BOMBAY SAPPHIRE®, vermouth y vinos espumosos MARTINI®, el 100% tequila azul agave CAZADORES®, y otras marcas destacadas y emergentes, incluyendo el whisky escocés WILLIAM LAWSON'S®, el licor de flor de saúco ST-GERMAIN® y el vodka ERISTOFF®. Fundada hace más de 159 años en Santiago de Cuba y de propiedad familiar, Bacardi Limited ya cuenta con más de 7.000 trabajadores, tiene instalaciones de producción repartidas en 11 países y vende sus marcas en más de 170 países. Bacardi Limited se refiere al grupo de compañías de Bacardi, incluyendo Bacardi International Limited.

Visita www.bacardilimited.com o síguenos a través de [Instagram](#), [LinkedIn](#) y [Twitter](#).

MÁS INFORMACIÓN

Clara Sanchís / clara.sanchis@ogivy.com / 646 12 10 46
Mireia Mercade / mireia.mercade@ogilvy.com / 636 25 04 51
Raquel Amador / raquel.amador@ogilvy.com / 616 563 853