

Damm factura un 8,7% més i supera els 1.264 milions d'euros

L'empresa va ampliar un 14% la plantilla l'any passat



Les instal·lacions d'Estrella Damm del Prat de Llobregat | Estrella Damm

El 2018 la facturació de Damm va superar els 1.264 milions d'euros, un resultat que suposa un creixement del 8,7% respecte a l'any anterior, i va obtenir un benefici net de 112,6 milions d'euros. A tancament de 2018, Damm comptava amb un equip de 4.574 persones, després d'incorporar a 562 persones durant l'exercici, incrementant la seva plantilla en un 14%.

[noindex]

Durant l'any 2018, Damm ha realitzat un esforç inversor superior als 100 milions d'euros per a incrementar la seva capacitat de producció fins als 25 milions d'hectolitres, així com per millorar l'eficiència en les seves plantes. En aquest sentit, tots els negocis del grup -begudes, logística i distribució i restauració- van complir els objectius assenyalats en el pla estratègic 2017-2021, amb increment de vendes i activitat en tots els canals i mercats.

Entre les operacions d'aquest 2018, destaca l'adquisició de la xarxa de restaurants de la marca Hamburguesa Nostra per part de Grup Rodilla. Amb més de 21 establiments, Hamburguesa Nostra ha desenvolupat el concepte premium d'hamburguesa Gourmet, un segment que experimenta un gran creixement en la restauració. Així mateix, Damm ha reforçat la seva aposta estratègica per les Illes Balears amb la recuperació de Rosa Blanca i l'impuls de les marques de

llet Agama, de batuts Laccao i d'aigües Font Major i Font de Sa Senyora.

L'activitat internacional ha estat un altre dels pilars del creixement el 2018. Les diferents marques de Damm consoliden la seva presència en més de cent mercats i la xarxa comercial pròpia compta ja amb 250 persones en països com els Estats Units, Regne Unit, el Canadà, la Xina, Suècia, Xile o Austràlia.

L'empresa continua capitalitzant la gastronomia com a eix de la seva estratègia internacional, amb esdeveniments com l'Estrella Damm Gastronomy Congress, que el 2018 va visitar Xile, Manchester i Miami, o el Tapes Journey del Canadà, així com el rànquing dels 50 millors restaurants del món, The World's 50 Best Restaurants, de la qual Estrella Damm és partner global des de 2015 i en l'edició asiàtica del qual s'ha estrenat el 2018 com a cervesa oficial.

Innovació i transformació digital

Dins de les previsions del pla estratègic, Damm està immersa de ple en un procés de transformació digital, que té com a objectiu impulsar la competitivitat en tota la cadena i adaptar-se a les noves formes de relacionar-se amb els mercats i els consumidors.

Els resultats d'aquest procés són un total de més de 140 projectes, cada vegada més tangibles i entre els quals destaca en l'últim exercici un sistema de control dels tancs de cervesa (*beer-drive*) en els clients d'hostaleria per a monitorar i mesurar el consum de cervesa en temps real, que facilita al client el seguiment *online* i en qualsevol dispositiu del consum de cervesa.

Damm ha estrenat aquest 2018 el seu canal d'*e-commerce* amb la venda d'una edició limitada de la seva cervesa de Nadal madurada amb fusta de roure i castanye (<https://www.naciodigital.cat/noticia/168831/damm/colleccionista>) r. De moment Damm ha invertit 10 milions d'euros en el seu projecte de Transformació Digital. A més, la companyia ha reforçat el seu vincle amb Barcelona Tech City, hub d'innovació i empenedoria digital, convertint-se en main partner de l'associació.

Un any més, Damm ha mantingut el seu compromís innovador i ha llançat al mercat noves varietats i estils de cervesa. Durant el 2018 es van incorporar al portafoli de cerveses la nova IPA mediterrània Complot (<https://www.naciodigital.cat/noticia/162382/quant/llupol/cervesa/es/pot/convertir/alternativa/agricola>) i la primera cervesa madurada en fusta de castanyer i roure de Damm per a la nova edició de la seva cervesa de Nadal. A més, Estrella Damm ha renovat la seva imatge, que posa en valor la seva recepta original de 1876.

La companyia continua reforçant el desenvolupament de les seves marques amb un impuls de les activitats de màrqueting i sponsoring d'esdeveniments d'abast mediàtic, vinculats a l'esport, la cultura i la gastronomia, així com el mecenatge social i cultural desenvolupat pel grup i per la Fundació Damm. L'any 2018 Estrella Damm ha renovat el seu acord de patrocini amb el FC Barcelona per a les pròximes cinc temporades convertint-se en Global Partner del club (<https://www.naciodigital.cat/noticia/155001/estrella/damm/nou/global/partner/fc/barcelona>) .

La sostenibilitat, eix de l'estratègia de Damm

L'esforç innovador s'enfoca també cap a la sostenibilitat de totes les activitats de la companyia. Damm opera sota un sòlid model basat en la minimització de l'impacte ambiental de l'activitat de la companyia a través de l'impuls d'accions destinades a reduir, reutilitzar, reciclar i donar suport a l'adquisició de béns i productes energèticament eficients, que ha portat a la companyia a disposar de la certificació ISO 14001 en totes les seves plantes de cervesa, aigua i refrescos. El 2018, Damm ha invertit 4 milions d'euros en accions destinades a continuar minimitzant l'impacte mediambiental de la seva activitat.

En aquest sentit, l'empresa continua treballant per a assegurar el creixement sostenible. L'aposta per millorar l'eficiència a les seves fàbriques i l'ús d'electricitat amb certificació de garantia d'origen verd ha permès a Damm reduir les seves emissions anuals de CO2 en més de 2.600 tones (<https://www.naciodigital.cat/noticia/168537/damm/aconsegueix/reduir/emissions/2600/tones/co2/anuals>).