



# Damm incorpora ya a Carlsberg a sus flujos logísticos y de distribución

La empresa de fabricación y distribución de bebidas Damm ha alcanzado un acuerdo con Carlsberg para fabricar, comercializar y distribuir en exclusiva dicha marca de cerveza en España. De esta forma, la cervecera española se encargará de distribuir este producto en el canal Horeca y de alimentación en la España peninsular y las Islas Baleares a partir de este miércoles, 1 de julio. Asimismo, Damm comenzará a producir esta cerveza en sus instalaciones de El Prat de Llobregat (Barcelona) a partir de enero de 2021. El acuerdo tendrá una vigencia de siete años, con posibilidad de que se extienda cinco años más.

En referencia a los cambios que comportará esta nueva colaboración en Damm, desde la empresa han valorado que “acabamos de cerrar el acuerdo y es pronto para evaluar si será necesario aplicar algún cambio a nivel logístico o de estructura”. En este sentido, Damm distribuirá Carlsberg con su flota de

vehículos y logística habitual: a Horeca a través de distribuidores y a alimentación de forma directa. “Carlsberg es una de las cervezas internacionales más demandadas en nuestro país y, gracias a nuestra extensa red de distribución y nuestro conocimiento del mercado, confiamos en que reforzaremos aún más su visibilidad y conocimiento de la marca”, ha valorado el director general de Damm, Jorge Villavecchia.

“España es un mercado importante que combina a la perfección con la completa gama de sabores del portfolio de cervezas Carlsberg y su sólida herencia basada en la persecución de la perfección”, ha añadido, por su parte, el director de Exportación y Licencias de Grupo Carlsberg, Joris Huijsmans. “Esperamos un éxito continuo y un mayor crecimiento de la marca a través de esta importante alianza”. Concretamente, Damm distribuirá la marca danesa en sus formatos de barril de 30 litros retornable, lata de 33 centilitros, botella de 33 centilitros no retornable y pack de seis botellas de 25 centilitros sin retorno. Además, la cervecera activará un plan para aumentar la notoriedad de la marca en España, que incluirá acciones de marketing, publicidad y promoción directa en el punto de venta.