vinetur

Damm vise 4 milliards d’euros de chiffre d’affaires d’ici 2030 après l’ouverture de sa première usine en Afrique

Le brasseur espagnol a déclaré un chiffre d’affaires de 2,01 milliards d’euros, tandis que ses activités internationales ont atteint 30 % de son activité.

lundi 29 juin 2026



Damm a clôturé 2025 sur un chiffre d’affaires de 2,01 milliards d’euros et a indiqué entrer dans une nouvelle phase de croissance visant à doubler ce montant d’ici 2030, alors que le brasseur et groupe de boissons espagnol accroît sa production au Royaume-Uni et ouvre son premier site de fabrication en Afrique.

Lors de son assemblée générale annuelle à Barcelone cette semaine, l’entreprise a fait état d’un EBITDA de 320 millions d’euros et d’un bénéfice net de 155 millions d’euros. Damm a indiqué que ses marques sont désormais vendues dans plus de 130 pays, les exportations de ses propres marques atteignant 88 marchés.

Les activités internationales ont continué de croître en 2025 et représentent désormais 30 % de l’activité globale de Damm, selon l’entreprise. Cette expansion a notamment inclus le lancement d’une nouvelle unité de production de boissons sans alcool à Dakar, au Sénégal, ainsi que l’acquisition au Royaume-Uni de la marque de bière blonde Old Speckled Hen auprès de Greene King.

Demetrio Carceller Arce, président exécutif de Damm, a déclaré que la stratégie internationale du groupe vise à se rapprocher des marchés où il opère, à accroître la production locale et à répondre plus rapidement à la demande des clients et des consommateurs. Il a ajouté que la nouvelle activité africaine et le renforcement des activités de Damm au Royaume-Uni soutiennent un modèle plus local et plus adaptable à chaque marché.

À Bedford, Damm a investi ces dernières années plus de 80 millions d’euros, soit environ 70 millions de livres sterling, dans The Damm Eagle Brewery afin d’augmenter sa capacité de production, d’ajouter des lignes de fabrication et d’élargir ses capacités dans les boissons sans alcool et les soft drinks. Au Sénégal, le site de Dakar approvisionnera les clients du pays ainsi que les marchés voisins d’Afrique de l’Ouest, tout en soutenant une croissance régionale supplémentaire, a indiqué l’entreprise.

Damm a également élargi son portefeuille en Espagne l’an dernier en ajoutant Nestea dans le cadre d’un accord avec Nestlé. Cet accord donne à Damm le droit de fabriquer, commercialiser et distribuer la marque de thé glacé en Espagne, en Andorre, à Gibraltar et au Portugal. L’entreprise a indiqué que cet accord avait renforcé sa position dans les soft drinks non gazeux. Elle a déjà élargi la gamme avec des produits tels que

Nestea Red Fruits & Açaí et Sugar-Free Passion Fruit Green Tea.

Alors qu'elle célèbre son 150e anniversaire, Damm a indiqué que ses plans jusqu'en 2030 incluent le renforcement de ses marques, l'expansion vers de nouvelles opportunités dans l'alimentation et les boissons, ainsi que l'accroissement de sa présence internationale.

Luke White, directeur général de Damm UK, a déclaré que le groupe se positionne également face à l'évolution des habitudes de consommation. Il a expliqué qu'avec des consommateurs du monde entier qui boivent moins d'alcool, le portefeuille de bières sans alcool et à faible teneur en alcool ainsi que les soft drinks de Damm lui permettent d'être bien placé pour croître sur ce segment.

White a indiqué qu'Estrella Damm bénéficie d'une forte présence dans la plupart des pays où Damm opère, alors que la catégorie mondiale des lagers continue de se développer à l'échelle internationale. Il a ajouté que Damm Lemon devient plus largement disponible à l'international à mesure que la bière fruitée gagne du terrain.

Au Royaume-Uni, White a indiqué qu'Estrella Damm occupait la 10e place parmi les marques mondiales de lager en valeur des ventes dans le circuit off-trade jusqu'à présent en 2026. Il a également précisé qu'elle affichait une croissance des volumes en glissement annuel plus forte que celle de la plupart des dix premières marques. Dans le circuit on-trade, il a dit qu'Estrella Damm figurait parmi les marques de lager connaissant la croissance la plus rapide, avec des volumes de ventes en hausse de 30 % et une valeur des ventes en progression de 39 %.

La volonté du groupe d'accroître ses capacités et d'élargir sa présence pourrait avoir des répercussions au-delà de son propre bilan. Une empreinte internationale plus large pour Estrella Damm et les autres marques pourrait influencer la planification des distributions et la concurrence en Europe, en particulier dans les catégories world lager et sans alcool ou à faible teneur en alcool, où les brasseurs cherchent à s'adapter à l'évolution de la demande.