vinetur

Damm punta a 4 miliardi di euro di ricavi entro il 2030 dopo l’apertura del suo primo stabilimento in Africa

Il birrificio spagnolo ha registrato ricavi per 2,01 miliardi di euro, mentre le attività internazionali sono salite al 30% del business.

lunedì 29 giugno 2026



Damm ha chiuso il 2025 con ricavi pari a 2,01 miliardi di euro e ha dichiarato di essere entrata in una nuova fase di crescita che punta a raddoppiare questa cifra entro il 2030, mentre il gruppo spagnolo della birra e delle bevande amplia la produzione nel Regno Unito e apre il suo primo sito produttivo in Africa.

Nel corso dell'assemblea generale annuale tenutasi questa settimana a Barcellona, la società ha comunicato un EBITDA di 320 milioni di euro e un utile netto di 155 milioni di euro. Damm ha affermato che i suoi marchi sono ora venduti in oltre 130 Paesi, con esportazioni dei propri brand che raggiungono 88 mercati.

Le attività internazionali hanno continuato a crescere nel 2025 e ora rappresentano il 30% del business complessivo di Damm, secondo la società. Tale espansione ha incluso l'avvio di un nuovo impianto per la produzione di bibite analcoliche a Dakar, in Senegal, e l'acquisizione nel Regno Unito del marchio di ale Old Speckled Hen da Greene King.

Demetrio Carceller Arce, presidente esecutivo di Damm, ha affermato che la strategia internazionale della società è incentrata sull'avvicinarsi ai mercati in cui opera, aumentare la produzione locale e rispondere più rapidamente alla domanda di clienti e consumatori. Ha detto che la nuova attività africana e il rafforzamento del business di Damm nel Regno Unito sostengono un modello più locale e più adattabile a ciascun mercato.

A Bedford, negli ultimi anni Damm ha investito oltre 80 milioni di euro, pari a circa 70 milioni di sterline, nella The Damm Eagle Brewery per aumentare la capacità produttiva, aggiungere linee di produzione ed espandere le proprie competenze nelle bevande analcoliche e nelle bibite. In Senegal, lo stabilimento di Dakar rifornirà i clienti del Paese così come i mercati vicini dell'Africa occidentale, sostenendo al contempo un'ulteriore crescita regionale, ha affermato la società.

Lo scorso anno Damm ha inoltre ampliato il proprio portafoglio in Spagna aggiungendo Nestea in base a un accordo con Nestlé. L'intesa concede a Damm il diritto di produrre, commercializzare e distribuire il marchio di tè freddo in Spagna, Andorra, Gibilterra e Portogallo. La società ha affermato che l'accordo ha rafforzato la sua posizione nelle bibite analcoliche non gassate. Ha già ampliato la gamma con prodotti tra cui Nestea Red Fruits & Açaí e Sugar-Free Passion Fruit Green Tea.

Nel celebrare il suo 150° anniversario, Damm ha dichiarato che i suoi piani fino al 2030 includono il rafforzamento dei marchi, l’espansione verso nuove opportunità nel settore alimentare e delle bevande e l’aumento della presenza internazionale.

Luke White, managing director di Damm UK, ha affermato che il gruppo si sta posizionando anche rispetto ai cambiamenti nelle abitudini di consumo. Ha detto che, con i consumatori di tutto il mondo che bevono meno alcol, il portafoglio Damm di birre analcoliche e a bassa gradazione alcolica, così come le bibite analcoliche, lo colloca in una buona posizione per crescere in quel segmento.

White ha detto che Estrella Damm ha una forte presenza nella maggior parte dei Paesi in cui opera Damm, mentre la categoria mondiale delle lager continua ad espandersi a livello globale. Ha aggiunto che Damm Lemon sta diventando più ampiamente disponibile a livello internazionale man mano che la fruit beer guadagna terreno.

Nel Regno Unito, White ha detto che Estrella Damm si è classificata al No.10 tra i marchi world lager per valore delle vendite nell’off-trade finora nel 2026. Ha inoltre affermato che ha registrato una crescita dei volumi su base annua più forte rispetto alla maggior parte dei primi 10 marchi. Nell’on-trade, ha detto che Estrella Damm è stata tra i marchi lager in più rapida crescita, con volumi di vendita in aumento del 30% e valore delle vendite in aumento del 39%.

La spinta della società ad aumentare la capacità produttiva ed ampliare la propria presenza potrebbe avere rilevanza oltre il proprio bilancio. Una maggiore impronta internazionale per Estrella Damm e gli altri marchi potrebbe incidere sulla pianificazione distributiva e sulla concorrenza in Europa, soprattutto nelle categorie world lager e no- and low-alcohol, dove i birrifici stanno cercando di adeguarsi alla domanda in evoluzione.