

## Damm y la alianza con la gastronomía para conquistar el continente

**CUENTA CON UNA CERVEZA DISEÑADA PARA LA COCINA LATINA: 'MALQUERIDA'. POR ESO, EN CONSABORMEDITERRANEO.COM, MARCA DE LA JAMONERÍA DE LA QUINTA, CON TIENDA ONLINE EN IBERICODIRECTO.COM, TE CONTAMOS ACERCA DE DAMM Y LA ALIANZA CON LA GASTRONOMÍA PARA CONQUISTAR EL**

por [Consabormediterraneo.Com](http://Consabormediterraneo.Com) - miércoles, 30 de mayo, 2018 a las 18:27



Cuenta con una cerveza diseñada para la cocina latina: 'Malquerida'. Por eso, en [Consabormediterraneo.com](http://Consabormediterraneo.com), marca de La Jamonería de la Quinta, con tienda online en [ibericodirecto.com](http://ibericodirecto.com), te contamos acerca de Damm y la alianza con la gastronomía para conquistar el continente.

Tres cuartos de todo el alcohol que se consume en el mundo, por volumen, corresponde a la cerveza. Según datos de la japonesa Kirin Holdings, en 2016 se bebieron alrededor de 186.000 litros de este apreciado líquido a escala global. El continente americano representó el 31,1% del total. En Estados Unidos, sigue siendo la bebida de preferencia para el 43% de la población que toma alcohol, por delante del vino (32%) y los licores (20%).

Damm comenzó vender sus productos en el continente en 2008, y ahora tienen presencia en 19 mercados: Canadá, EEUU, Chile, Costa Rica, Brasil, Paraguay, Uruguay, República Dominicana, Honduras, Argentina, Perú, Panamá, Colombia, Puerto Rico, Guatemala, Cuba, México, Nicaragua y El Salvador. Internacionalmente, la marca Estrella Damm se percibe como un producto *premium* muy vinculado al Mediterráneo y la gastronomía, que se ha convertido en un vehículo idóneo para su promoción.

No en vano, Estrella Damm representa el 85% de las ventas de la compañía en el exterior. En 2017, estas ventas aumentaron un 16% respecto al año anterior, hasta alcanzar los 574.000 hectolitros. La compañía espera mejorar en 2018 un 30%; para

ello, ha centrado su estrategia en nueve países con alto potencial: Canadá, EEUU, Reino Unido, Noruega, Suecia, Dubái, China, Australia y Nueva Zelanda.

### **Un nuevo estilo de cerveza**

La compañía se caracteriza -singularmente en América- por la promoción constante de las mejores propuestas gastronómicas nacionales e internacionales, con el objeto de activar la hostelería primando la calidad, a menudo con chefs de prestigio mundial como protagonistas.

En ocasiones, dichos cocineros trabajan mano a mano con la compañía para desarrollar productos como *Malquerida*, la primera cerveza roja fresca, creada para acompañar platos de la cocina latina. Ferran Adrià, Albert Adrià y su equipo han persuadido a Damm para elaborar, con ingredientes como la flor de Jamaica, el maridaje perfecto con los sabores picantes, ácidos, intensos y afrutados de la cocina continental.

Por otro lado, Estrella Damm comenzó en 2018 con el patrocinio del evento gastronómico Winterlicious en Toronto (Canadá). Entre el 26 de enero y el 8 febrero, este espacio concitó a los 200 mejores restaurantes de la ciudad, que elaboraron un menú especial de tres platos para la ocasión. Estrella Damm fue la cerveza oficial, y repetirá evento de idéntico formato, también en Toronto, en julio, bajo la nombre Summerlicious. Por lo demás, su colaboración con el grupo Oliver & Bonacini ha supuesto un alza del 51% en las ventas de barril en Toronto con respecto al año precedente. La imagen de la firma se verá reforzada los meses de julio y agosto por la decoración de uno de los tranvías que recorre el centro de la ciudad.

No obstante, el plato fuerte de la cervecera en esta área son los Estrella Damm Gastronomy Congress, que ha celebrado ediciones en ciudades como Londres, Miami, Lisboa o Melbourne. Entre los chefs que han participado figura el peruano Virgilio Martínez, del restaurante Central de Lima, que fue elegido mejor establecimiento de Latinoamérica en 2016 y el cuarto del mundo por The World's 50 Best Restaurants.

En 2018, Damm organizó tres congresos de este tipo en América. En abril, Miami albergó el primero de una serie con el cocinero Joan Roca, de El Cellar de Can Roca, todo un templo de la gastronomía dos veces reconocido como el mejor restaurante del mundo. En mayo, Toronto acogió un nuevo congreso, de nuevo con Joan Roca como maestro de ceremonias, y en noviembre reunirá a los mejores chefs del planeta en Chile. A ello hay que añadir iniciativas como tres rutas de tapas en Canadá -y que existen también en Barcelona, Madrid, Miami, Lisboa o Londres-; o los patrocinios de eventos como Out to Brunch, Taste of the Nation, Chef's Choice -de corte similar al Winterlicious de Toronto- y la competición culinaria Iron Fork, todos ellos celebrados en Miami.

Damm será, asimismo, la cerveza oficial en la cena de inauguración de los nuevos murales del espacio artístico Wynwood Walls, de nuevo en Miami, y del Smithsonian Festival: un crisol del folclore internacional, sito en Washington, que en 2018 tendrá como invitada a Cataluña. Además, participará con Daura, su cerveza sin gluten, en un festival específico en Brooklyn.

A esta panoplia se suman patrocinios tan variados como el Oktoberfest de Costa Rica; la primera Feria Internacional de Alimentación o el festival Havana World Music ambos en La Habana (Cuba).

Por añadidura, Damm participó como patrocinador del Latin America's 50 Best Restaurants 2017. Se trata de la quinta edición de esta prestigiosa gala, que se celebró el 24 de octubre en Bogotá (Colombia). Durante varios días, la ciudad fue anfitriona de los principales chefs, restauradores, sumilleres y personalidades del mundo de la gastronomía de toda América.

### **El deporte como emblema**

Damm siempre ha ido de la mano del deporte, con la intención de compartir y disfrutar con la sociedad de diferentes disciplinas. Destaca aquí el patrocinio del World Padel Tour. El circuito profesional de pádel de referencia mundial reúne a los mejores jugadores y jugadoras del *ranking* y tiene su centro neurálgico en España, donde se disputan la mayor parte de los torneos. Este año, Buenos Aires acoge en noviembre una competición masculina, y Ciudad de México hará lo propio con un torneo de exhibición.

Asimismo, Damm anunció el pasado día 15 de mayo la renovación de su acuerdo de patrocinio con el FC Barcelona. La cervecera se convierte además en *global partner* del club para las próximas cuatro temporadas, dando continuidad a una relación que los une desde hace más de 25 años. Al margen de preservar su estatus de cerveza oficial del equipo y su presencia de marca en el campo y las instalaciones del Barça, Damm seguirá vinculada a su propuesta gastronómica, en La Cerveceria y el Camp Nou Lounge.

El acuerdo tiene una importancia estratégica para Damm para impulsar la internacionalización de la compañía en mercados como EEUU, Reino Unido o China. Sin duda, el FC Barcelona es un embajador idóneo para potenciar la marca fuera de nuestras fronteras.