

PAÍS: España
PÁGINAS: 98
TARIFA: 1127 €
ÁREA: 598 CM² - 46%FRECUENCIA: Bimestral
O.J.D.: 23949
E.G.M.:
SECCIÓN: NOTICIAS

► 1 Diciembre, 2016

Heineken Apunta un crecimiento del 20% de la cerveza en 4 años



Heineken España ha organizado la segunda edición de Next Gate, un concepto itinerante con el que la compañía comparte con sus *stakeholders* las tendencias de la categoría de cerveza y su continua apuesta por la innovación. En un encuentro con medios organizado en Next Gate 2, el director del área de alimentación de Heineken España, Alfonso Saiz, se mostró optimista sobre la situación actual y las perspectivas de futuro.

"Hoy la cerveza representa el 1,4% del PIB nacional y está presente en una de cada diez cestas de la com-

pra, con una penetración del 85% en los hogares españoles", afirmó el director del área de alimentación de Heineken.

Saiz destacó que durante los años de crisis el comportamiento de la categoría ha sido excelente dentro del canal alimentación: entre 2012 y 2016 la cerveza creció un 12% en valor, es decir, un 3% anual. Partiendo de estos datos, Saiz dibuja perspectivas positivas: "Si se hacen las cosas bien, la categoría tiene un potencial de crecimiento del 20% en valor en los próximos cuatro años".

6 plataformas

El directivo de Heineken España acabó enumerando las seis plataformas en las que se engloban las 45 marcas del portafolio de Heineken España: sed de compartir (Cruzcampo y Amstel, cervezas 'mainstream' y 'economy'); sed de disfrutar ('premium', como Heineken y Cruzcampo Cruzial); sed de vitalidad (sin alcohol como Amstel y Cruzcampo 0,0); sed de experiencias (marcas internacionales y artesanales); sed de sabores (con limón, como Radler) y sed de fiesta (liderada por Desperados).

Precisamente la casa itinerante de Next Gate 2 estaba dividida en 6 estancias, una para cada plataforma. Por ejemplo, en el comedor se mostraban las novedades y los anuncios de Heineken y Amstel, en la cocina las referencias especiales de Navidad de Cruzcampo y el garaje convertido en sala para pinchar música era el espacio para Desperado. El recorrido por la casa acababa en el salón, donde se sirvieron platos de Óscar Velasco (dos estrellas Michelin) maridados con las cervezas de Heineken.