



**JONATHAN STORDY**  
CEO del Grupo Agora  
(Cervezas Ambar y Moritz)

**“La cerveza española es un referente en todo el mundo” P43**



# “El resto del mundo se inspira en el sector cervecero español”

**JONATHAN STORDY** CEO del Grupo Agora, propietario de las marcas Ambar y Moritz.

**Emelia Viaña**, Madrid

La relación entre Ambar y Moritz viene de lejos. Se remonta a principios del siglo XX cuando los fundadores de La Zaragozana, fabricante de la primera de estas marcas de cerveza, pidieron ayuda a los hijos del alsaciano Louis Moritz, que vendía desde 1856 la que estaba considerada como la mejor cerveza de Barcelona. Convertidas en socias desde entonces, las dos familias tejieron una relación basada en la confianza. Ambar, líder en ventas en Zaragoza, y Moritz, la cerveza preferida de Barcelona, se convertían así en familia, al menos empresarialmente hablando. “La palabra familia sigue siendo muy importante para nosotros. Es algo que llevamos en el ADN y que nos permite tomar decisiones rápida y libremente”, asegura Jonathan Stordy, CEO del Grupo Agora, que sin pertenecer a ninguna de las familias fundadoras, se siente un miembro más de ambas. Conocido como Agora, el grupo resultante de esa relación suma hoy más negocios como Bebinter, empresa de distribución (de Coca-Cola o de las marcas de Pernod Ricard en Aragón); un manantial de donde se obtiene el agua embotellada Lunares; la marca de café Pantera, que se vende en Zaragoza y Teruel, y hasta dos restaurantes en la Ciudad Condal.

Es la diversidad una de las claves del éxito de este grupo que facturó el año pasado 204 millones de euros (+4%) y que emplea a mil personas, pero Stordy destaca otra. “Creo que tener una competencia fuerte es una ventaja para nosotros y es lo que nos hace grandes. La entrada de más de quinientas cervezas artesanas en el mercado español en los últimos diez años podría haberse visto como una amenaza, pero se ha convertido en una fortaleza. Se ha creado un movimiento en torno a la cerveza en España que antes no existía y que favorece a las marcas que hacemos las cosas bien desde hace muchos años. Por eso creo que estamos en un buen momento”, asegura Stordy, que añade: “El resto del mundo se está inspirando en España y por eso muchos grandes grupos cerveceros están lanzando aquí nuevos productos o están invirtiendo en otras marcas”.

Pero ¿no está el mercado demasiado saturado? “Sí, hay demasiadas marcas y como consumidor entiendo la dificultad que esto supone cuando llega la hora de elegir. Por eso tenemos que ser humildes, didácticos y sencillos. No hay que apabullar a los clientes, hay que hablar con ellos y hacerles entender el compro-



Jonathan Stordy, consejero delegado del Grupo Agora, es un británico que vive en España desde hace veinte años. “La primera vez que vine fue para estudiar literatura española. Me emocionan Lorca o Cervantes, pero sobre todo defiende que España es el mejor país del mundo para vivir. Lástima que no siempre sepamos transmitirlo”.

miso que hemos adquirido con la calidad. Los eslóganes ya no valen para nada si no demuestras que realmente dices la verdad”, señala Stordy, que se incorporó al grupo en el año 2017, tras acumular experiencia en diferentes empresas como Unilever, Diageo, Beam Global, Russian Standard Vodka y Mahou San Miguel.

Stordy tiene muy en cuenta las tendencias del sector, que dividiría en dos grandes áreas. Por una parte, el mercado de especialidades, donde incluye cervezas pensadas para degustar, y por otro el de los productos que tienen en cuenta el bienestar de los consumidores, como son las sin alcohol. “La cerveza tiene un gran potencial de competir con el vino en complejidad y en salud con los re-

**“Tenemos que seguir poniendo el foco en hacer el producto y no sólo en venderlo más rápido”**

**“La cerveza tiene un gran potencial de competir con el vino en complejidad y en salud con los refrescos”**

frescos. Es algo que los fabricantes debemos explotar”, afirma este británico, que vive en España desde hace veinte años. “Es el mejor país del mundo para vivir”, asegura Stordy, hijo de un trabajador de la embajada británica en nuestro país durante la posguerra. Stordy también destaca el compromiso con el medio ambiente y con la digitalización, “pero sin perder la cabeza. Tenemos que seguir poniendo el foco en hacer el mejor producto y no sólo en venderlo más rápido o de forma distinta”, concluye Stordy, que corre cada mañana por la plaza de Nuestra Señora del Pilar de Zaragoza y que defiende algunas costumbres muy españolas como tomar un café o una cerveza a media mañana.