

Birra: Heineken, qualità e marchi diversi sono fonte successo

29 Novembre 2019



L' amministratore delegato di Heineken Italia, Soren Hagh - © ANSA



1 / 4



"La nostra opportunità è continuare a sviluppare grandi birre per gli italiani, è questo il pilastro del successo. L'importante è avere nel portafoglio marchi differenti". Lo ha detto oggi a Roma l'amministratore delegato Heineken Italia Soren Hagh nel corso della presentazione, a Palazzo Ferrajoli, del terzo Rapporto "La creazione di valore condiviso del settore della birra in Italia", diffuso dall'Osservatorio Birra di Fondazione Birra Moretti e realizzato da Althesys per conto della Fondazione Birra Moretti, costituita nel 2015 da Heineken Italia e Partesa al fine di contribuire alla crescita della cultura della birra in Italia. Soren Hagh ha aggiunto che "la creazione di valore è possibile attraverso tre pilastri: innovazione, collaborazione ed equilibrio produttivo".

Infine l'amministratore di Heineken Italia, oggi in occasione di "Heineken incontra", ha ricordato il posizionamento di leader di mercato con il 31% di quota. Heineken Italiana, ha sottolineato ancora l'ad. Soren Hagh, produce birra nel Paese da oltre 45 anni e sono presenti sul territorio con 4 birrifici. Ha in ultimo segnalato l'avvio dell'Università della Birra, un polo dedicato alla cultura del mondo birrario che nasce dalla volontà dell'azienda di investire in formazione e conoscenza, con l'obiettivo di portare eccellenza nel business e all'intero settore.

Oggi Heineken, come precisa una nota, conta 2.000 dipendenti, produce e commercializza più di 6 milioni di ettolitri di birra.