

Els magatzems de la fàbrica de cervesa més antiga de Catalunya estan oberts al públic en forma d'exposició. Sota el títol "La publicitat d'una cervesa, història d'un país", el Grup Damm celebra el seu 130è aniversari.

Cent-trenta anys de cervesa

Des del carrer Rosselló de Barcelona es poden veure els bidons metàl·lics on antigament es van coure litres i litres de cervesa del Grup Damm. L'edifici ja no funciona com a fàbrica i els bidons ja no es cou cervesa, però podem entrar a aquesta sala tan característica si visitem l'exposició del 130è aniversari de Damm. Entre els bidons lluent i trepitjant el mateix terra que tants i tants treballadors han trepitjat arribem a unes escales que porten als antics magatzems. Un cop a baix ens dona la benvinguda August Kuentzmann Damm, que ens explica que fa una mica més de 130 anys va viatjar d'Alsàcia a Barcelona per fabricar cervesa, fugint de la guerra franco-prussiana i de l'ocupació que Prússia va fer de l'Alsàcia francesa.

A partir d'aquí comença una exposició on podem trobar fotografies, rodals per als gots, ampolles, barrils, cartells publicitaris i anuncis de televisió de diferents èpoques, entre d'altres coses. Justament la publicitat és la protagonista de l'exposició, que porta per títol "La publicitat d'una cervesa, història d'un país". Amb aquesta mostra d'objectes ben variats es pretén fer un recull de l'evolució de Damm ara que mostrar com ha anat canviant la societat catalana al llarg d'aquests 130 anys. L'edifici del número 515 del carrer Rosselló, que actualment és la seu de la companyia, és propietat del Grup Damm des de 1905. Això ha permès, des de la seva inauguració fins avui, l'acumulació de molts documents, objectes, fotogra-

fies i material divers. Una petita part d'aquestes relíquies, i també de records no tan llunyans, la trobarem a l'exposició. Amb tot aquest material, la decisió d'agafar la publicitat com a eix central ha estat ben premeditada. "D'aquesta manera hem aconseguit transmetre la història de la nostra cervesa alhora que els canvis que hi ha hagut en la societat", explica Frederic Segarra, cap de comunicació i relacions externes del Grup Damm.

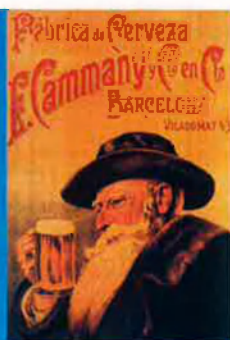
Els inicis. El 1876 es constituïa Cerveses Damm. Pocs anys més tard, al 1882, es posava la primera pedra d'un dels símbols més internacionals de la ciutat de Barcelona. La Sagrada Família es construïa lluny del centre, en una zona encara deshabitada. No va ser fins anys més tard que la seu central de Cerveses Damm es va traslladar molt a prop de l'edifici d'Antoni Gaudí. El 1905 s'inaugurava al carrer del Rosselló la fàbrica La Bohèmia, l'edifici que va ser la fàbrica principal de la companyia durant més de vuitanta anys. Actualment continua sent la seu de Damm. Poc després de la inauguració de La Bohèmia obria les portes el Palau de la Música, un altre dels símbols emblemàtics de la ciutat.

Quan es va estrenar la fàbrica es va dubtar molt sobre la idoneïtat del lloc. Quedava força lluny de Barcelona i això representava un problema. D'una banda perquè quan A. Kuentzmann Damm va arribar a Barcelona la cervesa no tenia l'acceptació que té ara. Majoritàriament en consumien els estrangers que passejaven per les Ram-



bles, i les Rambles quedaven força lluny del que ara és el carrer del Rosselló. D'altra banda, "a final del segle XIX no existien les neveres, ni els cotxes i encara menys els sistemes de refrigeració que tenim avui dia per transportar les cerveses i altres aliments", aclareix Segarra. Però, tot i que Cerveses Damm fabricava cervesa i fabricava gel per suplir aquesta manca, continuava el neguit per la instal·lació tan llunyana de la ciutat. Justament la localització tan determinada i reduïda del mercat cerveser, una de les característiques més específiques del sector, prové d'aquesta manca de sistemes de refrigeració. Per això la tradició cervesera de cada zona està tan focalitzada en marques concretes.

Tot i que la nevera va arribar als anys cinquanta i que els cotxes ja ho havien fet als anys quaranta, Cerveses Damm va continuar localitzant les se-



Al carrer del Rosselló, l'històric edifici de La Bohèmia, de 1905, és ara la seu de l'empresa

canviant-li el nom d'Estrella Roja pel d'Estrella Dorada. A La Bohèmia encara es conserva algun d'aquests rodals on es veu clarament l'afegitó que s'hi va haver de fer.

Amb els temps l'Estrella Dorada serà la més coneguda de l'empresa i passarà a anomenar-se Estrella Damm. Actualment és una de les que té més presència en el mercat català. Per al director general del Grup Damm, la proximitat amb els consumidor és molt important: "El secret d'estar tants anys al mercat és evolucionar amb les necessitats del mercat i del consumidor."

La televisió. Quan arriba la influència de Hollywood, als anys cinquanta i seixanta, els cartells publicitaris de Damm comencen a seguir l'estil americà. Una trentena d'esbossos publicitaris originals pintats a mà, exposats a La Bohèmia, donen crèdit del ritme canviant de la societat. Hi ha, per exemple, anuncis de cervesa negra destinats a la dona com a consumidora, al costat d'anuncis destinats a la dona però perquè li compri cervesa al marit. Cartells que mostren noies estrangeres, escenes de sol i platja i cartells que reflecteixen el *destape* dels anys setanta.

La societat evoluciona a passos de gegant i arriba la televisió. Estrella Damm apareix per primer cop a la pe-

En la postguerra la Cerveza Ligera volia fer de complement nutritiu per a una població que passava gana

Fàbrica principal del Grupo Damm, al Prat de Llobregat.

ves vendes a Catalunya i sobretot a Barcelona. "Damm fa anys que exporta, tot i que podríem dir que de manera testimonial, a països com França, Itàlia i Portugal. Ara ens plantejem fer-ho d'una manera més planificada", augura Enric Crous, director general del grup Damm.

La guerra i la postguerra. Cerveces Damm, com la societat catalana, ha passat al llarg de la seva història per moments bons i dolents. A través de l'exposició ens adonem de la col·lectivització de l'empresa durant la Guerra Civil espanyola i de com els obrers la van gestionar durant aquells anys difícils. També presenciem, per exemple, la incorporació de la dona al mercat laboral. Entre els documents que es conserven hi ha la cartilla militar d'un treballador de Damm, que va haver de ser substituït per una dona quan va començar la guerra. Un dels molts car-

tells publicitaris que es conserven és el de la Cerveza Ligera, de 1941. Aquesta cervesa, que es va començar a fabricar durant la postguerra, era de caramel i vitaminada, i tenia per objectiu oferir un complement nutritiu a una població que passava gana.

L'estrella. El 1928 es registra la marca Estrella Roja i s'il·lustra amb el símbol d'una estrella de cinc punxes de color vermell. Al final de la Guerra Civil, i com a conseqüència de la victòria franquista, desapareix la marca i sobretot el símbol. La dictadura de Franco no veia amb bons ulls aquella estrella vermella que s'identificava massa amb l'estrella comunista.

Cerveces Damm, però, tenia molts rodals per als gots i moltes etiquetes fabricades i estampades amb l'estrella de cinc punxes. La manera de solucionar-ho sense perdre-hi capital va ser afegint cinc punxes més a l'estrella i



Treballadors en la fàbrica La Bohèmia, al carrer del Rosselló, una ubicació que aleshores es pensava massa llunyana del centre de la ciutat.

tita pantalla al 1970 en emissions de Televisió Espanyola. Més tard, al 1983, va aparèixer a la primera emissió de TV3. Des de llavors fins avui Damm ha fet molts anuncis que es poden veure a l'exposició "La publicitat d'una cervesa, història d'un país".

Estrella Damm, que ja feia patrocinis des de principi dels cinquanta, com la Volta Ciclista de Catalunya, el Tour de França, la lliga catalana de bàsquet o diverses festes majors, aposta clarament pels esdeveniments de gran influència. El Mundial de futbol del 1982, els Jocs Olímpics de Barcelona del 1992, campanyes del Futbol Club Barcelona, el Fòrum de les Cultures de Barcelona al 2004, en són alguns exemples. També patrocina jornades castelleres arreu del país, tot i que, essent la cervesa catalana amb més anys de tradició, curiosament no ha fet mai una aposta clara per l'etiquetatge en català. "Hi ha

"A partir d'ara el català serà més present en els envasos de Damm", diu l'empresa. De fet, per primer cop, les ampolles que commemoren l'aniversari de Damm s'han etiquetat en català

moltes formes d'apostar per català. Nosaltres som anunciants de la televisió pública catalana des de la seva primera emissió, i les nostres campanyes de publicitat les hem fetes en català", justifica Crous, i afegeix que "a partir d'ara el català serà més present en els envasos de Damm". De fet, per primer cop, les ampolles que commemoren el 130è aniversari de Damm s'han etiquetat en català.

Però aquest no és l'únic objectiu que té Damm de cara al futur. El pla industrial que va aprovar l'empresa

l'any passat, per al període 2005-2010, preveu unes inversions industrials de 241 milions d'euros i la creació d'un Centre Logístic Multimodal que començarà a funcionar, en part, el primer trimestre del 2007. Aquest centre ha de potenciar el transport, tant terrestre, marítim com aeri, de mercaderies, i ha de servir de magatzem pulmó de la companyia. L'activitat del grup al 2005 va arribar a vendes de 627 milions d'euros.

Laia Curcoll