

Curius se lanza al mercado para agitar la industria de las bebidas

Innovación con un mantra que une diseño, calidad y la curiosidad con propósito

Curius es un nuevo productor de bebidas que se ha lanzado para transformar la forma en que se crean, gestionan, comercializan y distribuyen las marcas de bebidas en el mercado internacional, centrándose en tres pilares fundamentales: marca, valor y rapidez. Con tres lanzamientos innovadores ya previstos para finales del 2022, Curius se basará en su lema "curiosidad con un propósito" y pondrá en práctica las enseñanzas de la experiencia de sus tres fundadores en la moda, la cosmética, el diseño y la tecnología para crear y lanzar una nueva generación de marcas con un propósito único.

Fundada por los expertos del sector Alexander Curiger, Mats Olsson y Juan Carlos Maroto Jara, Curius ofrecerá una propuesta de valor que lleva mucho tiempo pendiente, mezclando con maestría distintas disciplinas como enfoques de otros sectores para elaborar una construcción de marca más eficaz y con un "Route to Market" contemporáneo usando al canal de e-Commerce como Gran Alimentación de forma primaria.

Comprometidos a presentar únicamente marcas con un propósito, esperan convertirse en el nuevo jugador que traiga aire fresco al ecosistema actual del negocio de las bebidas. Después de haber debatido e intercambiado ideas durante años, la pandemia creó la oportunidad de hacer realidad Curius. El trío se dio cuenta de que tenían un objetivo común -impulsar el cambio en una industria de bebidas que a menudo se encuentra estancada y con una visión retrógrada- y que era el momento de hacerlo ahora o nunca.

Alexander, que también es el fundador de DRINKS -la principal empresa de distribución de bebidas en su país natal, Suiza, y recientemente lanzada en Alemania- dirige la innovación con respecto al e-Commerce y la logística.

Mats utilizará sus 15 años de experiencia comercial trabajando con marcas premium de belleza y espirituosos, que incluyen a iconos de la industria como Yves Saint Laurent y Pernod Ricard liderando el crecimiento de Absolut Vodka. En particular, usará el enfoque de la industria de la belleza para lanzar las marcas de Curius desde una óptica disruptiva.

JC es uno de los referentes globales en marketing del sector, cuyos créditos en la creación de marcas incluyen Gin Mare y más recientemente de Ron Matusalem. Su enfoque personalizado del branding combinado con estrategia supone que Curius tenga un enfoque perfectamente adaptado a la segmentación del mercado y con una visión vanguardista que cree esa ventaja competitiva. Alexander Curiger, cofundador, nos cuenta: "La distribución de espirituosos y bebidas está cambiando. Hace cinco años, había muchos menos distribuidores y marcas. Ahora existe una mayor dinamización y exceso en la oferta, los distribuidores no se centran en un solo producto y los propietarios de las marcas les exigen más que nunca. Queremos crear marcas que puedan prosperar en un entorno tan

competitivo”.

Mats Olsson, cofundador, añade: “Cuando dejé el mundo de la belleza por las bebidas, me di cuenta de lo diferentes que son los dos mundos en cuanto a productos y consumidores. En belleza se basan en construir asociación de la marca en la mente del consumidor, mientras que en bebidas se basan en los aspectos racionales del producto y sus detalles de producción. No hay razón para seguir haciendo las cosas de la misma manera, simplemente porque siempre se ha hecho así. No tenemos miedo de inspirarnos en industrias significativamente más dinámicas para ser más audaces y valientes.” Juan Carlos Maroto Jara, cofundador, concuerda: “Nuestra misión es aportar un nuevo formato para construir una marca en el sector. Trabajamos desde una perspectiva más parecida a la de la moda y distinguimos entre un enfoque más "pret a porter" para el día a día, y la "alta costura" para productos más disruptivos.

Se ha producido un estancamiento en la industria, que necesita reinventarse. El Covid-19 ha introducido procesos de digitalización, pero basta con buscar más allá de la superficie para descubrir que no hay un cambio real en la cultura empresarial”.

Datos de contacto:

Comunicación de Curius

683 652 323

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>