



NOTA DE PRENSA

## **El Cava, el espumoso con mejores indicadores de familiaridad y consideración en Europa**

- **Expertos convocados por la D.O. Cava analizan las tendencias y el consumo del 2019 y presentan una nueva propuesta de valor en sesiones de formación telemáticas de primer nivel.**
- **El Cava demuestra tener un sabor más fácil de beber que el Champán, y más rico en matices que el Prosecco.**
- **Los expertos proponen diversificar mercados, canales y productos.**



*De izquierda a derecha y de arriba a abajo:  
Juan Park, Elena Comas, Carla Tortosa, José Roldán.*



**Vilafranca del Penedés, 18 de junio de 2020.-** El Consejo Regulador de la D.O. Cava ha realizado durante este mes de junio una serie de sesiones formativas de primer orden con destacados expertos sobre tendencias de mercado, consumo y estrategia de marca para sus bodegas asociadas.

El objetivo de estas conferencias, vía webinar, que han concluido hoy jueves 18, ha sido crear un retrato humilde del 2019 y del impacto de la COVID-19 en el sector, con el fin último de ayudar a las bodegas a redireccionar sus estrategias para, de forma unida, trabajar una propuesta de valor y reposicionar la marca D.O. Cava a nivel nacional e internacional.

Entre las conclusiones de las diferentes ponencias, se destaca que el Cava es el vino espumoso con los mejores niveles de conocimiento y consumo en España (especialmente en Cataluña) y en Bélgica (esencialmente en Flandes). También es el tipo de vino espumoso con mejores indicadores de familiaridad y de consideración en Europa, por encima del Champán y Prosecco. El Cava demuestra tener un sabor más fácil de beber que el Champán, y más rico en matices que el Prosecco.

Así mismo, se reconoce que el Cava es el tipo de vino espumoso con mayor asociación a celebraciones familiares y con una mejor relación calidad-precio. Además, la mitad de los consumidores conoce que el Cava se elabora a través del método tradicional.

En definitiva, los expertos han llegado a la conclusión que **el Cava tiene la oportunidad de posicionarse de nuevo como un producto de calidad para ocasiones más informales de consumo, para ‘everyday luxuries’**, un reto que llevará su tiempo.

Además, en el canal Alimentación hay una evolución positiva en cuanto a precio, de aproximadamente un + 2%, mientras que en volumen se mantiene estable. Los expertos entienden que el reto para las bodegas de Cava se centra en la diversificación de los mercados, canales y productos para estar mejor preparados para venideros momentos de crisis.

Las sesiones han puesto de relieve la necesidad de apostar por la información y *“tener claro qué oportunidades trabajar en un momento de cambio de consumo en un mercado cada vez más competitivo”* destaca Patricia Correia, directora de comunicación de la D.O. Cava. Y añade que, *“desde la D.O. Cava no se tienen dudas de que esta crisis es al final también una oportunidad para repensar líneas de trabajo y testear nuevas vías de comunicación para poder así llegar al consumidor final con un producto de gran valor”*.

Las sesiones matinales se iniciaron el 4 de junio de la mano de **Juan Park**, director de Wine Intelligence España, que estudia los comportamientos de más de 100.000 consumidores al año en más de 35 países y analiza más de 700 nuevos productos o servicios para entender tendencias de consumo. Park analizó las tendencias del consumidor de vino espumoso a nivel global y el impacto de la crisis de la COVID-19.



El 9 de junio fue el turno de **Elena Comas**, profesional independiente especialista en el área de Investigación de Mercados. Presentó los resultados del estudio cualitativo y cuantitativo realizado en España, Bélgica, Reino Unido, Alemania como base para la definición del Reposicionamiento de la D.O. Cava. Su intervención puso el acento en el diagnóstico del Cava en el contexto de los vinos espumosos desde el punto de vista del consumidor europeo.

**Carla Tortosa**, directora de la agencia McCann Barcelona, protagonizó la sesión del 11 de junio, en la cual presentó el proyecto estratégico de branding para la D.O. Cava, presentando una nueva propuesta de valor para el reposicionamiento de la D.O. Cava.

Y hoy jueves ha concluido las conferencias virtuales el experto **José Roldán**, responsable de nuevos negocios y desarrollo de clientes en el entorno Nielsen, con un análisis del impacto de la COVID-19 en el mercado del vino espumoso y cava en el mercado nacional.

## **D.O. Cava**

Con más de un 60% de ventas internacionales, Cava es la D.O. española que más exporta. Reúne más de 38.000 hectáreas de viña y a más de 6.800 viticultores. Sus 370 bodegas asociadas están presentes en más de 100 países. El Cava, armonía universal para la gastronomía, se elabora por el método tradicional con un estricto compromiso con el origen, la tierra y la sostenibilidad.

**Instagram | @Cava.do**

**Twitter | @DO\_Cava**

**Facebook | facebook.com/crCava**

**[www.docava.es](http://www.docava.es)**