



NOTA DE PREMSA

El Cava, l'escumós amb millors indicadors de familiaritat i consideració a Europa

- **Experts convocats per la D.O. Cava analitzen les tendències i el consum del 2019 i presenten una nova proposta de valor en sessions de formació telemàtiques de primer nivell.**
- **El Cava demostra tenir un sabor més fàcil de beure que el Xampany, i més ric en matisos que el Prosecco.**
- **Els experts proposen diversificar mercats, canals i productes.**



*D'esquerra a dreta i de dalt a baix:
Juan Park, Elena Comas, Carla Tortosa, José Roldán*



Vilafranca del Penedès, 18 de juny de 2020.- El Consell Regulador de la D.O. Cava ha realitzat durant aquest mes de juny una sèrie de sessions formatives de primer ordre amb destacats experts sobre tendències de mercat, consum i estratègia de marca per als seus cellers associats.

L'objectiu d'aquestes conferències, via webinar, que han conclòs avui dijous dia 18, ha estat crear un humil retrat del 2019 i de l'impacte de la COVID-19 al sector, amb el fi últim d'ajudar als cellers a redirigir les seves estratègies per, de forma unida, treballar una proposta de valor i reposicionar la marca D.O. Cava en l'àmbit nacional i internacional.

Entre les conclusions de les diferents ponències, es destaca que el Cava és el vi escumós amb millors nivells de coneixement i consum a Espanya (especialment a Catalunya) i a Bèlgica (essencialment a Flandes). També és el tipus de vi escumós amb millors indicadors de familiaritat i de consideració a Europa, per sobre del Xampany i del Prosecco. El Cava demostra tenir un sabor més fàcil de beure que el Xampany, i més ric en matisos que el Prosecco.

Així mateix, es reconeix que el Cava és el tipus de vi escumós amb major associació a celebracions familiars i amb una major relació qualitat-preu. A més, la meitat dels consumidors sap que el Cava s'elabora a través del mètode tradicional.

En definitiva, els experts han arribat a la conclusió que **el Cava té la oportunitat de posicionar-se de nou com un producte de qualitat per a ocasions més informals de consum, per a 'everyday luxuries'**, un repte que portarà el seu temps.

A més, al canal d'Alimentació trobem una evolució positiva quant a preu, d'aproximadament un +2%, mentre que es manté estable en volum. Els experts entenen que el repte per als cellers del Cava es centra en la diversificació de mercats, canals i productes per tal d'estar millor preparats per a futurs moments de crisi.

Les sessions han posat de manifest la necessitat d'apostar per la informació i *"tenir clar quines oportunitats cal treballar en un moment de canvi de consum en un mercat cada cop més competitiu"* destaca Patrícia Correia, directora de comunicació de la D.O. Cava. I afegeix que, *"des de la D.O. Cava no es té cap dubte que aquesta crisi és, al final, també una oportunitat per a repensar línies de treball i testejar noves vies de comunicació per tal de poder arribar al consumidor final amb un producte de gran valor"*.

Les sessions matinals es van iniciar el 4 de juny de la mà de **Juan Park**, director de Wine Intelligence España, que estudia els comportaments de més de 100.000 consumidors a



l'any en més de 35 països i analitza més de 700 nous productes o serveis per tal d'entendre les tendències de consum. Park va analitzar les tendències del consumidor de vi escumós a en l'àmbit global i l'impacte de la crisi de la COVID-19.

El 9 de juny va ser el torn d'**Elena Comas**, professional independent especialista a l'àrea d'Investigació de Mercats. Va presentar els resultats de l'estudi qualitatiu i quantitatiu realitzat a Espanya, Bèlgica, Regne Unit, Alemanya com a base per la definició del Reposicionament de la D.O. Cava. La seva intervenció va posar l'accent en el diagnòstic del Cava en el context dels vins escumosos des del punt de vista del consumidor europeu.

Carla Tortosa, directora de l'agència McCann Barcelona, va protagonitzar la sessió de l'11 de juny, en la qual es va presentar el projecte estratègic de branding per a la D.O. Cava, presentant una nova proposta de valor per al reposicionament de la D.O. Cava.

I avui dijous ha conclòs les conferències virtuals l'expert **José Roldán**, responsable de nous negocis i desenvolupament de client a l'entorn Nielsen, amb una anàlisi de l'impacte de la COVID-19 al mercat del vi escumós i el Cava al mercat nacional.

D.O. Cava

Amb més del 60% de les vendes internacionals, Cava és la Denominació d'Origen espanyola que més vi exporta. Reuneix més de 38.000 hectàrees de vinya i a més de 6.800 viticultors. Els seus 370 cellers associats estan presents a més de 100 països. El Cava, harmonia universal per a la gastronomia, s'elabora pel mètode tradicional amb un estricte compromís amb l'origen, la terra i la sostenibilitat.

Instagram | @Cava.do

Twitter | @DO_Cava

Facebook | [facebook.com/crCava](https://www.facebook.com/crCava)

<http://www.docava.es/ca/>