

La DO Cava fa balanç del 2020 amb resiliència i exporta un 71% de la producció

L'impacte de la Covid-19 llasta les expedicions un -13,62% (215 milions d'ampolles) durant 2020, però las vendes online es disparen un +45%.



La D.O. Cava presenta un balanç dels resultats de l'exercici 2020 en el qual es demostra l'enorme capacitat de resiliència del sector davant l'impacte de la pandèmia, situant-se el nombre d'ampolles produïdes i etiquetades amb segell de la D.O. Cava en 215 milions, fet que suposa un decreixement del -13,62% respecte l'any anterior.

En paraules del seu president, **Javier Pagés**, el "2020 ha estat un any molt desafiant, difícil i atípic pel dur impacte de la pandèmia global tant en l'aspecte social com en l'econòmic, però amb molt d'esforç, treball, tenacitat i cooperació el Cava ha aconseguit uns resultats que han superat les expectatives inicials, tenint en compte el context general".

Les **expedicions amb destinació a mercats exteriors demostren la fortalesa** i presència que té la D.O. Cava **a nivell internacional**, sent la caiguda de tan sols un -7,92%, amb un volum assolit de 152 milions d'ampolles. **El mercat exterior va tornar a guanyar pes l'any passat, aglutinant ja el 71% de les vendes totals.** Alemanya segueix sent el principal país de consum,



seguit del **Regne Unit** (amb un creixement de +6,55%), **Bèlgica**, **Estats Units d'Amèrica** i **Japó**. Destaca també el creixement a **Rússia** (+17,47%), **Lituània** (+16,73%), **Suècia** (+12%), **Finlàndia** (+11,83%) i els **Països Baixos** (+9,93%), amb increments de doble dígit.

"La diversificació de mercats que té el Cava és una riquesa, un fons de comerç molt valuós que s'ha mostrat com un atenuant a la caiguda del mercat interior, més afectat per la pandèmia", assenyala **Pagès**.

Així, a nivell nacional, com a conseqüència dels tancaments i restriccions del canal HORECA i de les limitacions de mobilitat geogràfica i social, es retrocedeix un -12,3%, segons dades de la consultora A.C. Nielsen. **El canal que més impacte ha patit és l'HORECA**, amb un descens del -38,8%, mentre que l'alimentació té un comportament molt més favorable, amb una disminució del -4,7%. **El canal online**, per contra, tenint en compte que es partia de bases molt inferiors, **evoluciona molt positivament**, amb un creixement destacat del +44,9%.

El Cava ecològic torna a guanyar pes dins de la pròpia D.O. Cava, ja que el nombre d'ampolles produïdes i etiquetades és pràcticament el mateix que les del 2019 (-0,11%), confirmant la tendència que el Cava ecològic segueix despertant l'interès dels consumidors.

Aquest 2021 s'implementarà la primera fase del Pla Estratègic de segmentació i zonificació del Cava, posant en marxa un pla de reforç dels mitjans de control de la D.O. Cava i una millora de la informació i la traçabilitat del producte. Segons **Javier Pagés**, "és un gran pas per al futur i suposa una fita important per al sector, aconseguint que els nostres Caves siguin encara més atractius i diferencials per als consumidors gràcies a unes normatives qualitatives molt exigents, a la singularitat dels nostres territoris i orígens, al compromís total amb el medi ambient i la sostenibilitat". Tot amb la garantia que només pot oferir una D.O.