

# Menys exportacions i més consum intern de cava

ACN VILAFRANCA DEL PENEDÈS 13|01|2016

Millorar les vendes a l'exterior, fomentar l'enoturisme i impulsar el consum dels productes de gamma alta són els reptes que es marquen les empreses



El sector del cava nota la recuperació . GYI

## LES CLAUS

Canvia la tendència en la venda de cava

Hi ha 10 empreses que concentren el 88% de la quota de mercat

És fals que "el mercat nacional va caient i el mercat exterior sempre creix"

Les vendes de cava han registrat un canvi de tendència en els darrers anys, en què les exportacions han retrocedit mentre que el consum en el mercat interior ha anat a l'alça. Així ho recull el darrer informe econòmic del sector, elaborat per Escura Consulting, en base a les dades del període 2011-2014.

El document constata que, fins l'any 2012, les vendes externes havien anat a més, mentre que l'any 2014 hi va haver un descens en

exportacions del 3,3% respecte l'any anterior. Pel que fa al mercat intern, durant el 2014 les vendes van créixer un 7,5%. El sector augura que les xifres milloraran quan es conegui la situació de l'any 2015. Mentrestant, les empreses es marquen tres reptes a mitjà i llarg termini: millorar les

**exportacions, fomentar l'enoturisme i impulsar els productes de gamma alta.**

Ferran Escura, autor de l'informe, ha remarcat que **"no és veritat"** la convicció que existeix una tendència permanent en què **"el mercat nacional va caient i el mercat exterior sempre creix"**, i ha destacat que **"és una brutalitat"** la millora que han experimentat les vendes a nivell de l'estat espanyol. Pel que fa a la davallada de les exportacions, Escura ha especificat que es deu a un retrocés de vendes en els països europeus.

Tot i la caiguda de les exportacions, les dues patronals del sector –Institut del Cava i Pimecava-, junt amb el Consell Regulador de la DO Cava, han **aplaudit** aquest dimecres la **situació econòmica general que travessen els viticultors** i elaboradors, ja que **"és un dels sectors que ha resistit més bé la crisi"**, segons ha afirmat Pere Bonet, president de la DO Cava.

Bonet ha atribuït bona part d'aquesta situació al fet que predominen les estructures empresarials **"familiars"**. **"Si fóssim multinacionals, probablement els números serien millors però el sector aniria pitjor"**, ha afirmat, apuntant que els objectius de les companyies familiars són, majoritàriament, **"mantenir la unitat de l'empresa i de la família, i donar un relleu en bones condicions"**.

Des de Pimecava, el president, **Pere Guilera**, ha assegurat que **"l'esforç que ha fet el sector és brutal"**, en referència a què **"s'han fet les inversions que tocaven"** de forma **"curosa"** i això ha permès mantenir l'estabilitat. En aquest sentit, Guilera ha destacat que abans de la crisi hi havia, aproximadament, **250 companyies dedicades al cava**, i actualment es manté, a grans trets, aquesta mateixa xifra.

Segons l'estudi presentat aquest dimecres, del total d'empreses cavistes, **n'hi ha 10 que concentren el 88% del mercat**, les quals han acumulat un **-3,3%** de vendes entre els anys 2011-2014. Pel que fa a les empreses mitjanes, l'informe d'Escura Consulting constata que és el model de companyia que **"s'ha defensat millor"**. Mentrestant, els cellers petits no han aconseguit generar beneficis de forma neta, ja que els guanys assolits reverteixen directament en els sous de la família que gestiona els diferents àmbits de l'empresa.

De cara al futur, l'estudi senyala tres recomanacions a seguir per millorar l'estat del sector. Per una banda, remarca la necessitat de millorar les vendes exteriors, mentre que a nivell de mercat interior senyala la importància de **"diversificar els ingressos"**, en especial referència a les

possibilitats que ofereix l'enoturisme. Finalment, l'estudi també aposta per **impulsar la venda de caves Premium –Reserva i Gran Reserva-**. "Som competitius quan podem optar a la qualitat", ha senyala Pere Guilera des de Pimecava, remarcant la necessitat de no abaixar preus per intentar competir amb les produccions de les grans marques predominants al sector.