



El sector de l'alimentació

# El 'prosecco' bat el cava en exportacions

**CREIXEMENT** L'escumós italià supera en vendes les marques catalanes tradicionals **MERCATS** La demanda als països anglosaxons ha crescut de manera vertiginosa **APOSTA** Des del 2009 la comercialització a l'exterior s'ha doblat

**Alba Sidera**  
 Roma



Els darrers anys, el sector del cava havia viscut amb eufòria una fita històrica: haver aconseguit superar el xampany en volum d'exportacions. El nostrat cava, elaborat amb el mateix mètode tradicional que el xampany, el *champenoise*, pot oferir una bona competència a l'escumós francès sobretot en la relació qualitat-preu. Però, en la lliga dels vins escumosos, no hi juguen només el xampany i el cava. Un escumós considerat tradicionalment de menys categoria que els altres dos ha agafat embranzida i s'ha posicionat al capdavant de les vendes d'exportacions d'escumosos a escala mundial, i ha superat el cava i el pioner xampany: el *prosecco* italià.

El *prosecco*, produït a les regions del Vèneto i del Friül-Venècia Júlia, no s'elabora –tret d'algunes excepcions– a la manera tradicional com el xampany i el cava, que fan la segona fermentació a l'ampolla, sinó a la manera italiana, anomenada *martinotti* o *charmat*, és a dir, en tanc. Aquest mètode de producció és més econòmic i, segons els experts, també menys refinat. Però, tot i tractar-se d'un producte divers, s'ha reve-

## La zona líder d'escumosos a Itàlia

La denominació d'origen Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore, la més famosa de les denominacions d'origen garantides de *prosecco* (DOCG), té 6.500 hectàrees de vinyes on 170 cellers produeixen 72 milions d'ampolles l'any i donen feina a 5.000 persones. Aquestes xifres fan de la zona el primer districte d'escumosos d'Itàlia. Segons ha explicat a El

Punt Avui el Consorci de Tutela del Prosecco de Conegliano Valdobbiadene, l'associació que vetlla pels interessos dels productors de la zona, des del 2003 el volum de negoci ha passat de 250 milions d'euros a 450 milions. Prop del 43% de la producció es destina a l'exportació a 80 països, i els principals mercats són Alemanya, el Regne Unit, Suïssa i els Estats Units.

## Les xifres

**210**  
 milions d'ampolles de 'prosecco' es van exportar en total l'any passat, segons les dades oficials.

**60**  
 percent de les exportacions de 'prosecco' van al Regne Unit, Alemanya i els Estats Units.

lat com el veritable rival del cava en el mercat exterior a gran escala, perquè es disputa el mateix segment de preus.

## L'aposta exterior

El *prosecco* ha fet el mateix camí que poc abans havia fet el cava: apostar per vendre fora del país i acabar guanyant la batalla al xampany –i en aquest cas també al cava– en les exportacions. El Regne Unit és el segon mercat de vendes d'exportació del

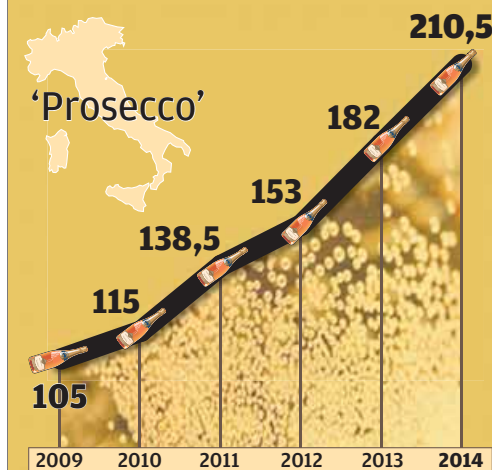
cava. I allà és on precisament s'ha notat més el mal que ha fet el *prosecco*: mentre que les vendes de cava i xampany van caure la primera meitat del 2013 a la Gran Bretanya, en el mateix període les vendes de *prosecco* es van disparar un 55% en un mercat, el britànic, que s'ha convertit en el primer mercat exterior del *prosecco*, i ha desbancat així l'alemany, que ha passat a ser el segon. El 2013 al Regne Unit les vendes de cava van cau-

re un 17%, i es va passar de 36 a 30 milions d'ampolles venudes. Així mateix, a Bèlgica, el tercer mercat del cava, es va passar de 27 a 25 milions d'ampolles.

Es només des de l'any 2009 que el *prosecco* posseeix denominació d'origen, que pot ser controlada (DOC) o garantida (DOCG), de més qualitat. Haver obtingut l'etiqueta DO va ser un gran reeixiu: des del 2009 fins ara el nombre d'exportacions s'ha doblat, i ara ja se superen els 210 milions d'ampolles anuals, respecte als 160 milions del cava.

L'exportació de *prosecco* no només creix en els països consumidors habituals de vins escumosos, sinó que s'ha obert pas en nous mercats, com ara Rússia i la Xina. A la Xina, en concret, el consum de *prosecco* el 2014 va augmentar un 195% respecte a l'any anterior. Un altre mercat en expansió és el dels Estats Units, on l'augment de vendes ha estat del 30% respecte al 2013. Un dels factors que han contribuït a la difusió vertiginosa del *prosecco*, pràcticament desconegut fins fa pocs anys en l'àmbit internacional, ha estat poder tenir la col·laboració de l'àmplia xarxa de restaurants italians escampats arreu del món, que ha permès que l'escumós italià es trobés els canals de

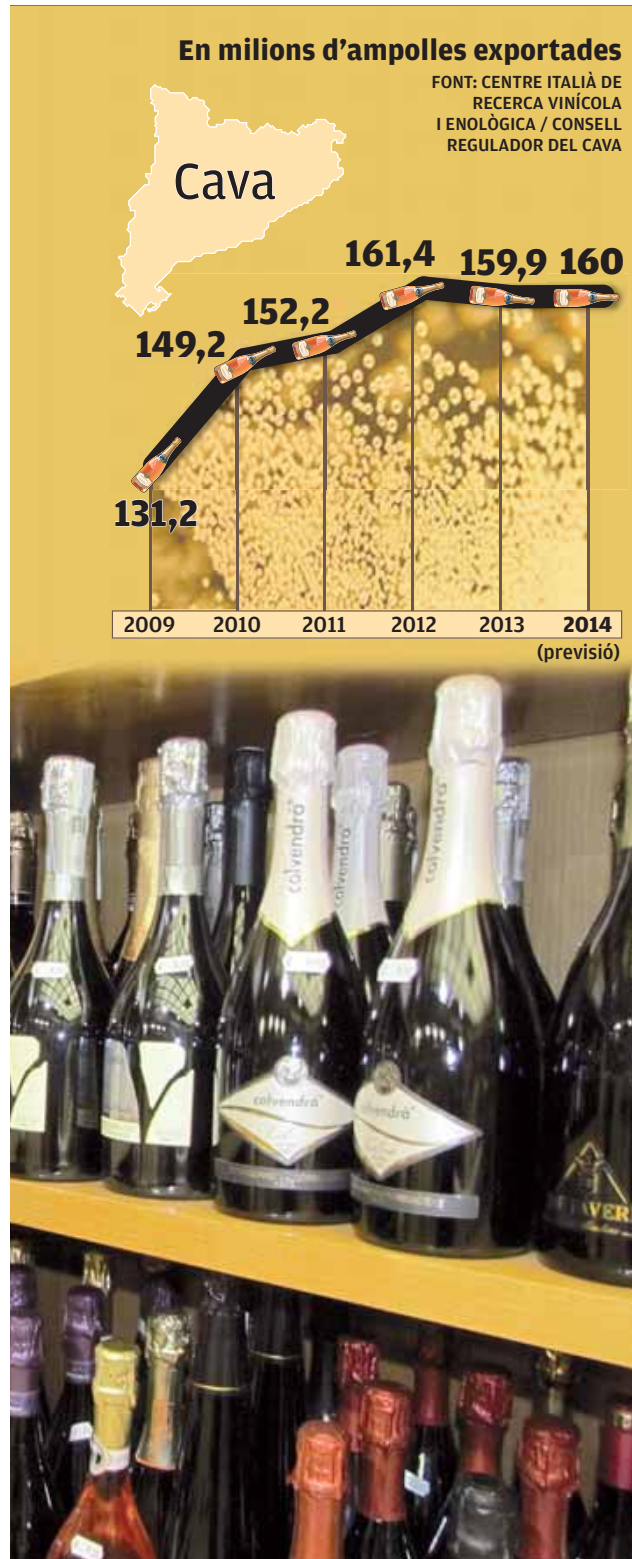
## Exportacions de 'prosecco' i cava



distribució ja establerts. Però el gran encert del *prosecco*, la clau del seu èxit, ha estat saber-se vendre com un producte de consum quotidià, i no pas reservat a la celebració d'ocasions especials.

La campanya de màrqueting del *prosecco* a es-

cala internacional ha des-sacralitzat en certa manera l'acte de destapar una ampolla d'escumós, cosa que ha convertit la copa de *prosecco* en un hàbit de molts aperitius. El fet que els còctels tornin a ser moda també hi ha ajudat, ja que el *prosecco* és el com-



ponent principal dels famosos Spritz i Bellini. Giancarlo Aneri, un dels productors vinícoles més importants d'Itàlia, famós pel seu *prosecco*, troba una altra explicació a l'èxit d'aquest vi: "El motiu principal és que es tracta d'un vi que agrada a les dones,

perquè és perfumat, té baixa graduació, és dolç i no emborratxa", explica.

I hi afegeix: "El *prosecco* és com el *lambrusco* fa trenta anys; ha esdevingut la Coca-Cola dels vins." El cava i el xampany sembla que han estat destronats pel seu cosí més humil. ■