

Freixenet contará por primera vez con un stand propio para dar a conocer sus productos en FENAVIN 2017

Enviado por multimedia en Sáb, 11/03/2017 - 11:26

Sábado, 11 Marzo, 2017

Subtitular: El reto de esta empresa emblemática es abrir nuevos mercados y generalizar el consumo de vino espumoso más allá de las fiestas

Contenido:

Decir Freixenet en España es decir Navidad, pocas bodegas han conseguido afianzarse tanto en la cultura popular. Y ese es el estigma que intenta sacudirse desde hace años esta empresa centenaria catalana. Líder indiscutible en el mercado del cava, abre mercados con otras variedades, pero también lucha por hacer del consumo de cava algo habitual y que no solo se relacione con las celebraciones. Económicamente es un gigante que factura unos 530 millones de euros anuales y dedica aproximadamente el 80% a la importación. En FENAVIN 2017 contará por primera vez con un stand propio en el que dará a conocer algunos de sus nuevos productos. Jordi Vidal, brand manager del departamento de Exportaciones de la empresa, explica que han logrado que el último trimestre del año solo concentre a día de hoy el 35% de sus ventas, frente al 80% de décadas anteriores.

Pregunta-. ¿Qué tipo de productos va a promocionar el grupo Freixenet en FENAVIN 2017?

Respuesta- Vamos a presentar vinos de las bodegas que el Grupo Freixenet ha ido adquiriendo en estos últimos años y que se encuentran en algunas de las principales Denominaciones de Origen españolas como La Rioja, Ribera del Duero o Priorat, entre otras.

P-. Según su experiencia, ¿cuál es la percepción en el extranjero de los vinos españoles?, ¿y, concretamente de los cavas?

R-. La calidad de los vinos españoles es incuestionable y está reconocida por prescriptores de todo el mundo. No obstante queda mucho por mejorar en marketing para hacer justicia a esa calidad. Hay que aumentar precios y mejorar la penetración en la distribución tradicional (tienda especializada y hostelería) que es dónde se consolida la imagen de las marcas.

P-. Respecto a los mercados emergentes, ¿cuál es la aceptación de sus vinos espumosos?

R-. Los vinos espumosos en general están atravesando un periodo de crecimiento. Están de moda. Los países emergentes no son excepción, los BRIC (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) llevan años con crecimientos importantes, aunque, por otro lado, hay que relativizarlos pues en relación al consumo potencial que tienen podrían ser mucho mayores. Hay que tener en cuenta que en la mayoría de esos países emergentes el consumo del vino en general representa un cambio de hábito que requiere tiempo, en consecuencia es posible que a la vuelta de una generación se aumente considerablemente el consumo.

P-. ¿En España se sigue asociando el vino espumoso a las celebraciones o se ha ido abriendo paso para otros usos? ¿Qué expectativas de futuro hay para este mercado?

R-. El consumo de espumosos sigue aun estacionalizado, pero mucho menos que años atrás. Hoy día el consumo del último trimestre apenas representa un 35% del anual, cuando había llegado a sobrepasar el 80%. La diversificación del Cava en muchos tipos de cava diferentes y su consideración como vino gastronómico ha hecho que su penetración en la vida cotidiana haya propiciado momentos de consumo a lo largo del año, desestacionalizando.

P-. ¿Qué objetivos comerciales tienen de cara a FENAVIN 2017?

R-. Nuestro objetivo es poder contactar con profesionales del sector, no solamente a nivel nacional, sino también a nivel internacional. Poder mostrar la variedad de vinos que integran el Grupo

Freixenet, de extraordinario nivel cualitativo a precio razonable. Presumimos de poder ofrecer en cada nivel de precio un vino de la máxima calidad.

P-. ¿Qué opinión le merece la feria?

R-. El prestigio que ha conseguido FENAVIN desde su inicio la hace de gran atractivo y cabe destacar el interés que ha despertado entre el público extranjero.

URL de origen: <https://gabinetemultimedia.com/content/freixenet-contara-por-primera-vez-con-un-stand-propio-para-dar-conocer-sus-productos-en>