



20
20

MEMÒRIA ANUAL

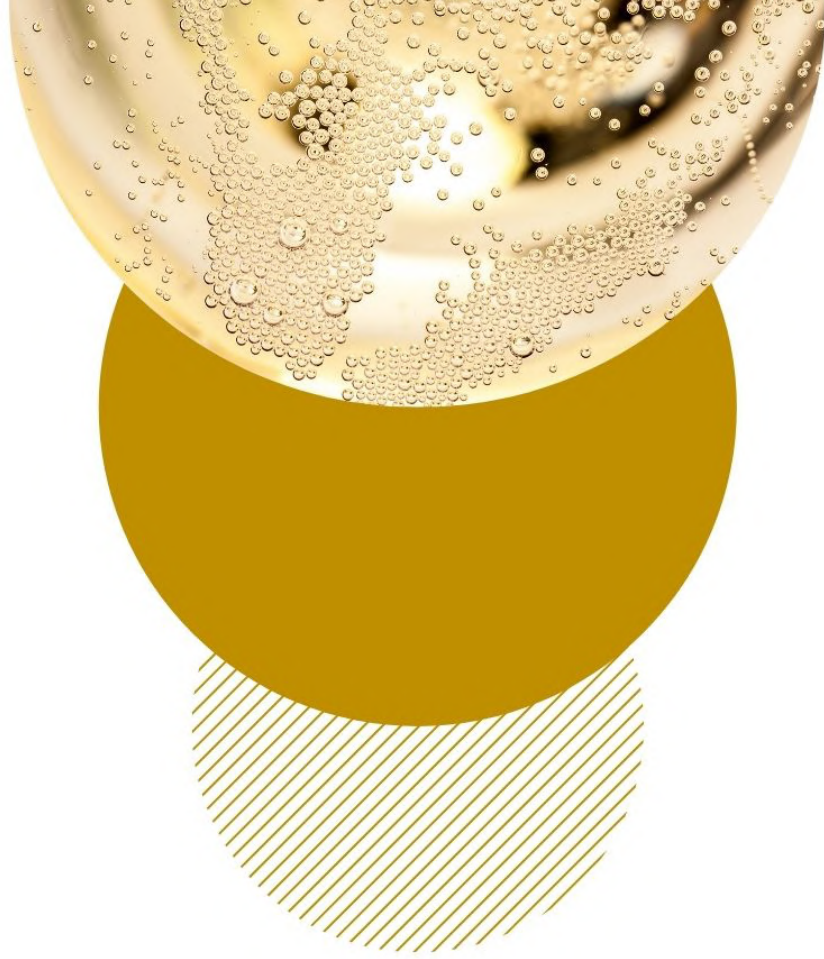
AECAVA
Associació d'Elaboradors de Cava

WWW.AECAVA.COM



ÍNDEX

1. PRESENTACIÓ	3
Presentació del President	4
La nostra entitat	6
2. ÒRGANS DE GOVERN I ORGANITZACIÓ INTERNA	7
2.1. Organigrama	8
2.2. Assemblea General	9
2.3. Junta Directiva	10
2.4. Grup dels petits elaboradors	11
2.5. Comissions	12
2.6. Equip	20
2.7. Assessors	21
3. ÀREES D'ACTUACIÓ	22
3.1. REPRESENTACIÓ I DEFENSA DEL SECTOR	23
3.2. SERVEIS A L'ASSOCIAT	38
3.2.1. Informació	38
3.2.2. Formació	40
3.2.4. Comercialització	49
3.2.5. Enoturisme	49
3.3. COMUNICACIÓ I MARKETING	54
3.3.1. Departament de premsa	54
3.3.2. Comunicació digital	54
3.3.3. Seminaris de Cava	67
3.3.4. Cursos de Formador en Cava	73
4. ACTUALITAT SECTORIAL	74



1 - PRESENTACIÓ

Presentació del President



Benvolgut/des cavistes,

Em plau presentar-vos la Memòria d'Activitats 2020 on trobareu un resum de tota l'activitat duta a terme per la nostra associació.

El 2020 ha estat un any inèdit i molt complicat: una pandèmia sanitària que ningú s'esperava, ha aconseguit trasbalsar la nostra societat i l'economia a nivell mundial.

El confinament i les restriccions al canal HORECA han tingut un impacte sense precedents en un sector com el nostre, on una part important de les empreses -especialment les mitjanes i petites- hi tenen el seu volum de negoci.

Si bé és cert que la caiguda general en vendes nacionals ha marcat una baixada en vendes del 25%, també ho és que un nombre important d'empreses han vist com aquest percentatge ha augmentat. El mateix ha succeït amb l'enoturisme, una activitat que ha estat pràcticament aturada si bé els cellers hi aposten

amb força, invertint esforços i esperances.

En l'àmbit internacional, l'impacte de la crisi s'ha manifestat de forma menys contundent amb una baixada en vendes del 7,7%. Aquesta circumstància demostra, un cop més, el pes de la presència del cava en els mercats internacionals.

Per ajudar a reduir l'impacte de la crisi, les administracions van anar aprovant, al llarg del 2020, diversos paquets d'ajuts. Recordem que el Ministeri d'Agricultura va posar en marxa uns ajuts extraordinaris. En el nostre cas, destaquem els ajuts a l'emmagatzematge privat d'ampolles que gràcies a les peticions de la nostra associació vam aconseguir que aquests ajuts també s'apliquessin a les ampolles en tiratge, fet que es va traduir en un destacat augment dels ajuts per a les empreses.

Per la seva banda, a Catalunya, el Departament d'Agricultura – a petició d'AECAVA – va incloure, dins del seu Pla de xoc 2020, l'ajut a l'ús de most concentrat rectificat (MCR) com a substitut del sucre, amb la voluntat d'ajudar a iniciar el camí per aconseguir el tan necessari equilibri entre l'oferta i la demanda de raïm.

Així mateix, també vam aconseguir que el DARP – a través de l'INCAVI – ampliés la seva dotació

pressupostària en comunicació, incloent-hi per primera vegada el cava en la promoció del vi català.

En l'àmbit de la nostra associació, el 2020 ens va portar la millor de les notícies: la unió de les dues patronals. Amb aquesta unió, no només hem fet un pas més a favor de la unitat entre les empreses, sinó que també ens enriqueix i ens motiva en poder crear espais comuns d'anàlisi, discussió i dinamització de propostes, gràcies al sistema de comissions i grups de treball, i que tot just acabem de consolidar amb la creació de la nostra Comissió executiva.

D'altra banda, amb l'objectiu de seguir avançant en la unitat del sector i alinear-nos com a associació amb els principis i els valors de la nostra societat, presentem en primícia en aquesta Assemblea General Ordinària el primer Codi Ètic de la nostra associació. Els principis i valors definits en aquest Codi volen demostrar el compromís d'AECAVA i dels nostres cellers amb el sector i amb la societat en general, així com la nostra voluntat de treballar amb transparència i complir amb els principis democràtics, contribuint a garantir la sostenibilitat i la unió del sector.

En l'àmbit sectorial, tenim al davant el repte de la implementació del Pla estratègic de la DOP Cava. Com bé sabeu, la nostra associació ha recolzat el Consell Regulador del Cava des de l'inici en l'aprovació del Pla. Tots som conscients que la seva posada en marxa serà complexa i que ens demanarà grans esforços, així però la

nostra voluntat, des d'AECAVA, és seguir presentant propostes que ajudin al sector (empreses, viticultors i cooperatives) en la seva millor implementació.

La clau perquè el Pla estratègic del Cava tingui èxit i arribi de forma efectiva als prescriptors, als nostres compradors i als consumidors és la Comunicació.

La Comunicació requerirà, en primer lloc, una dotació important al pressupost del Consell Regulador del Cava. Perquè això sigui així serà necessària la complicitat de totes les empreses. També serà important que aquesta complicitat s'estengui dins les nostres pròpies empreses, posant especial èmfasi en els nostres equips comercials i de màrqueting. Entre tots hem d'aconseguir que els valors i elements definits al Pla estratègic de la DOP Cava, com ara la nova zona de "Comtats de Barcelona", arribin als nostres mercats.

Finalment, no puc acabar aquestes línies sense agrair a tots vosaltres el vostre suport i implicació en l'associació: tant a aquesta assemblea general, com a la junta directiva, com a les comissions, grups de treball i a tot l'equip d'AECAVA.

Estic convençut que el 2020 ha estat un any d'inflexió per a la nostra associació. Som un sector de referència. Ara hem de seguir treballant junts per aconseguir ser un sector de referència més unit, més fort i més sostenible.

DAMIÀ DEÀS GUAL - President

La nostra entitat

QUI SOM

AECAVA som una associació de cellers elaboradors de Cava fundada al 1953 a Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona). En termes econòmics representem el 80% del sector elaborador.

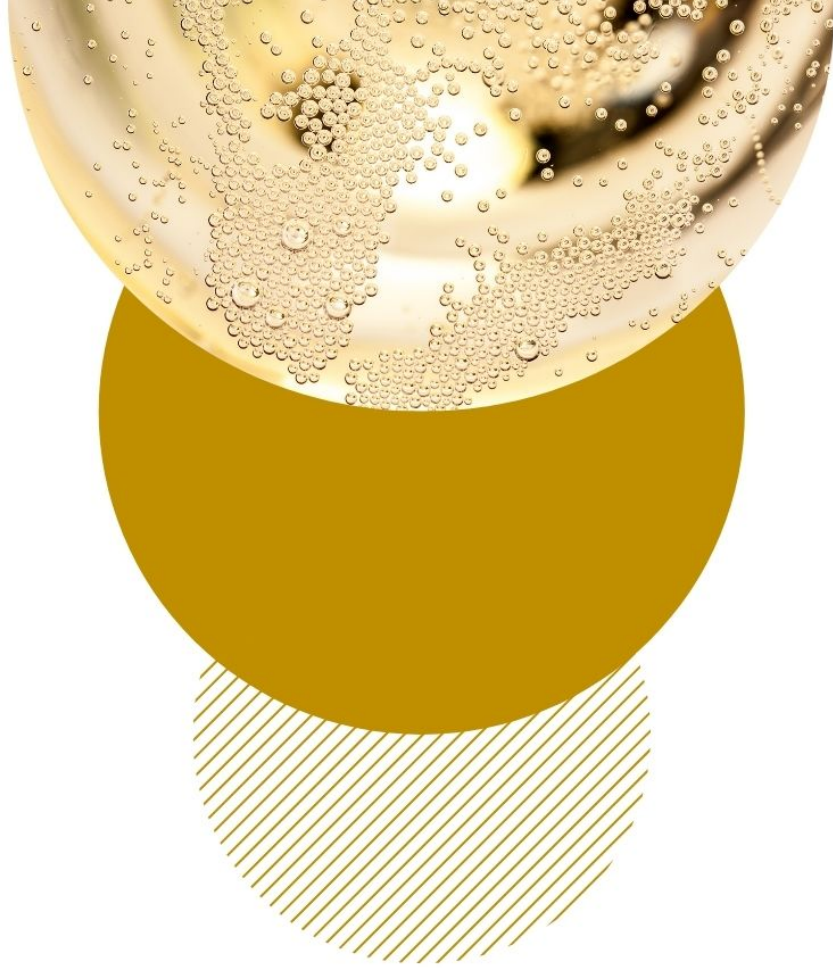
MISSIÓ

Representar i defensar els interessos de les empreses elaboradores de Cava i contribuir, amb les nostres activitats, al desenvolupament de la indústria del Cava, la seva imatge, tradició i prestigi.

ÀREES D'ACTUACIÓ

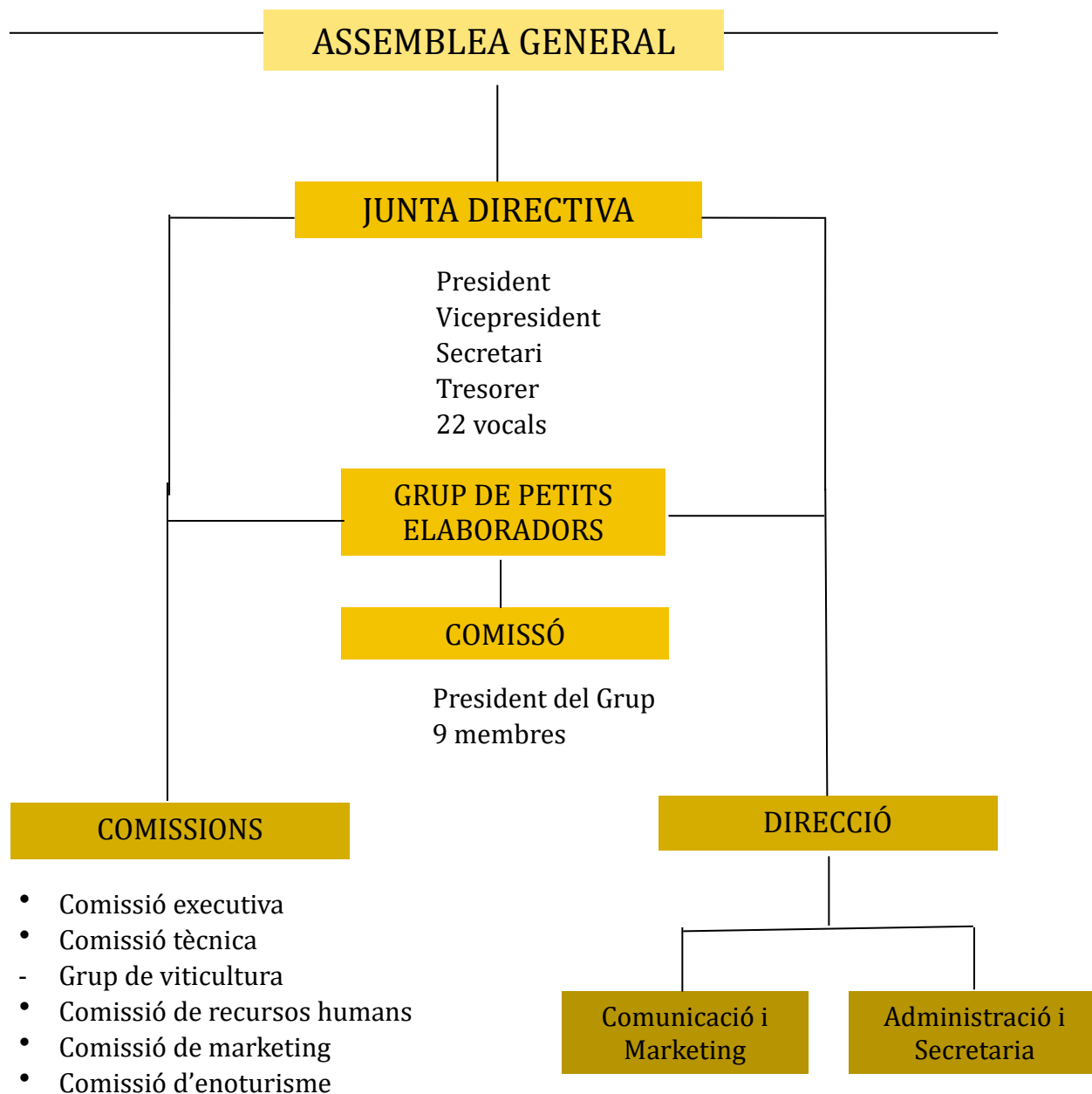
Oferim una àmplia gamma de serveis que inclou:

- Informació sectorial
- Consultoria especialitzada
- Formació
- Suport a la comercialització
- Suport a l'enoturisme
- Negociació del Conveni del Cava i dels Vins Escumosos de Catalunya
- Departament de premsa i comunicació



2 - ÒRGANS DE GOVERN I ORGANITZACIÓ INTERNA

2.1. Organigrama



2.2. Assemblea General

Agrupació Viticultors Artesanals, S.L.
Agustí Torelló, S.A.
Alta Alella, S.L.
Antonio Mascaró, S.L.
Avinyó Vinyaters, S.L.
Berral i Miró, S.L.
Blancher Capdevila Pujol, S.A.
Bodegas Ca n'Estella, S.L.
Bodegas Capità Vidal, S.L.
Bodegas Escudero, S.L.
Bodegas Muga, S.L.
Bodegas Pinord, S.A.
Bodegas Trobat, S.A.
Bodegues Sumarroca, S.L.
Can Quetu, S.L.
Canals i Munné, S.L.
Castell d'Age, S.A.
Castell d'Or, S.L.
Castellblanch, S.A.
Castelo de Pedregosa, S.L.
Cavas del Castillo de Peralada, S.A.
Cavas J. Hill, S.L.
Cavas Parés Baltà, S.A.
Celler Carles Andreu, S.L.
Celler Coop. d'Artés, SCCL (Artium)
Celler Reverté, SCP
Celler Vell, S.A.
Cellers Alsina, S.L.
Cellers Carol Vallès, S.L.
Cellers Most Doré, S.L.
Codorníu, S.A.
Freixenet, S.A.
Gatell Estate Wines, S.L.
Gibert Arissa, Jaume
Giró del Gorner, S.L.
Giró Ribot S.L.
Gonzalez Byass, S.A. (Vilarnau)
Heretat Guilera, S.L.
Colomer Elaboradors Artesans, S.L.
Covides, SCCL
Ferrer Mata, S.L.
Finca Castell de Subirats, S.A.
Heretat Mas Tinell, S.L.
Heretat Mestres, S.L.
Jaume Giró i Giró, S.L.
Josep Masachs, S.L.
Jovani Vins, S.A.
Juvé i Camps, S.A.
Marqués de la Concordia Family of Wines, S.L.
Masia Puigmoltó, S.L.
Masia Vallformosa, S.L.
Masolivé, S.A.
Massana Noya, S.L.
Molí Parellada, S.L.
Mont Marçal Vinícola, S.A.
Pagès Entrena, S.L.
Parató Vinícola, S.L.
Pere Canals, S.L.
Pere Ventura i família, S.L.
Perez Roura, Juan A.
Pons i Fons Elaboradors, S.L.
Pujol Vilallonga, Joan
Ramon Canals Canals, S.A.
Raventós Rosell, S.L.
Rexach Baqués, S.A.
Ricard M. de Simón, S.A. (Rimarts)
Rigol Ordi, Maria
Roger Goulart, S.A.
Rovellats, S.A.
SAT, Mas LLuet
Segura Pujadas, Joan
Segura Viudas, S.A.
U més U fan tres, S.L.
V.C. Monastell, S.L.
Vinícola de Sarral
Vins El Cep, S.L.
Viña Torreblanca, S.L.

2.3. Junta Directiva



PRESIDENT
Sr. Damià Deàs
(VILARNAU)



VICEPRESIDENT PRIMER
Sr. Pere Ferrer
(FREIXENET)



VICEPRESIDENT SEGON
Sr. Carles Andreu
(CARLES ANDREU)



TRESORERA
Sra. M. Rosa Giró
(GIRO RIBOT)



SECRETÀRIA
Sra. M. del Mar Torres
(AECAVA)



VOCAL
Sr. Josep Maria Pujol Busquets
(ALTA ALELLA)



VOCAL
Sr. Alex Torelló
(AGUSTI TORELLÓ)



VOCAL
Sr. Ricard Gil
(COVIDES)



VOCAL
Sra. Marta Giró
(GIRO DEL GORNER)



VOCAL
Sr. Ramon Giró
(JAUME GIRO I GIRO)



VOCAL
Sr. Joan Juvé
(JUVE & CAMPS)



VOCAL
Sr. Antoni Olivé
(MARQUÉS DE LA CONCORDIA)



VOCAL
Sr. Joan J. Tetas
(PINORD)



VOCAL
Sra. Montserrat Mascaro
(MASCARO)



VOCAL
Sr. Joan Aura
(MESTRES)



VOCAL
Sr. Pere Nin
(MOST DORE)



VOCAL
Sr. Joan Pàges
(PAGES ENTRENA)



VOCAL
Sr. Josep Elias
(PARATO)



VOCAL
Sr. Pere Ventura
(PERE VENTURA)



VOCAL
Sr. Eugeni Llois
(PERELADA)



VOCAL
Sr. Pedro Muñoz
(ROGER GOULART)



VOCAL
Sr. Josep Palau
(SEGURA VIUDAS)



VOCAL
Sr. Joaquim Tosas
(SUMARROCA)



VOCAL
Sr. Vicenç Vidal
(VALLFORMOSA)



VOCAL
Sra. Maite Esteve
(VINS EL CEP)

2.4. Grup dels petits elaboradors

Al 2020, fruit de l'acord d'unió amb Pimecava, es va crear el Grup dels petits elaboradors. El Grup està format per empreses del Subcens D4 del Consell Regulador del Cava o empreses amb una producció anual de menys de 500.000 ampolles.

El funcionament del Grup està regulat per un reglament de règim intern. D'acord amb aquest reglament, el Grup està representat per una comissió formada per un màxim de 10 membres, essent el seu representant alhora el vicepresident segon de la nostra entitat. Al 2020, la comissió va escollir com a representant al Sr. Carles Andreu (Celler Carles Andreu), actual vicepresident segon d'AECAVA.

Membres del Grup dels petits elaboradors de Cava:

Alta Alella, S.L.	Heretat Mas Tinell, S.L.
Antonio Mascaro, S.L.	Heretat Mestres, S.L.
Avinyó Vinyaters, S.L. - Cava Avinyó	Jaume Giró i Giró, S.L.
Berral I Miro, S.L.	Juan Antonio Perez Roura
Blancher Capdevila Pujol S.A.	Maria Rigol Ordi
Bodegas Capità Vidal, S.L.	Mas Lluet Sat (Cava Bolet)
Bodegas Trobat S.A	Masolive S.A.
Canals & Munné, S.L.	Massana Noya, S.L.
Castell D'age S.A	Pagès Entrena S.L
Celler Carles Andreu, S.L.	Parató Vinicola S.L.
Celler Coop. D'artès, Sccl	Pons i Font Elaboradors, S.L.
Celler Reverté, Scp	Ramon Canals Canals S.A
Celler Vell, S.A.	Raventós Rosell, S.L.
Cellers Carol Vallès, S.L.	Rexach Baqués, S.A.
El Mas Ferrer (Ferrer Mata, S.L.)	Ricard M. De Simon, S.A.(Rimarts)
Finca Castell De Subirats, S.A.	Rovellats S.A.
Gatell State Wines, S.L. (Cava Gatell)	Vc Monastell S.L.
Gibert Arissa, Jaume	Vins El Cep, S.L.
Giró Del Gorner S.L.	Viña Torreblanca, S.L.
Heretat Guilera, S.L.	

2.5. Comissions

AECAVA té establert un sistema de comissions que té com a objectiu afavorir la participació dels cellers i crear sinèrgies per a l'impuls d'iniciatives d'interès per al nostre sector.

Comissió Executiva:

Bruno Colomer (Codorníu)
Carles Andreu (Celler Carles Andreu)
Damià Deàs (Vilarnau)
Joan Juvé (Juvé & Camps)
Joaquim Tosas (Bodegues Sumarroca)
Josep M. Pujol-Busquets (Alta Alella)
Josep Palau (Segura Viudas)
Pere Ventura (Pere Ventura)

Es tracta d'una Comissió de nova creació (maig del 2021).

Les seves finalitats seran:

- 1) Ser un òrgan dinamitzador i motor de propostes per traslladar a la Junta directiva
- 2) Recolzar al president en les seves tasques de representació i defensa dels interessos de l'associació.

Comissió Grup dels Petits Elaboradors de Cava:

President: Carles Andreu (Celler Carles Andreu)
Joan Aura (Heretat Mestres)
Joan Pagès (Pagès Entrena)
Josep Cardona (Rovellats)
Maite Esteve (Vins El Cep)
Marta Giró (Giró del Gorner)
Montserrat Mascaró (Antonio Mascaró)
Oriol Trullàs (Raventós Rosell)
Ramon Giró (jaume Giró i Giró)
Ricard Martínez (Rimarts)

Temes tractats a la primera reunió de la Comissió del Grup de Petits Elaboradors celebrada el 3 de novembre de 2020:

- Definició d'elaborador integral (EI): anàlisi de la definició contemplada en el nou plec de condicions de la DOP Cava.
- Nova web de la DOP Cava: trasllat de comentaris i propostes al CRC.
- Explotacions Agràries prioritàries: es va acordar sol·licitar una reunió amb el Director General d'Alimentació, el Sr. Carmel Mòdol, per cercar una solució per poder encabir als viticultors – elaboradors de Cava dins dels ajuts relacionats amb la vinya que aprovi el DARP (p.ex. cas del míldiu).
- Quotes de la DOP Cava: Es considera que el pressupost del CRC pel 2021 hauria de revertir la situació que es va produir al 2018 en relació a les quotes aprovades.

Comissió Tècnica:

President: Manel Quintana (Freixenet)
 Àlex Torelló (Agustí Torelló)
 Antoni Olivé (Marqués de la Concordia Family of Wines)
 Bruno Colomer (Codorníu)
 Elisabet Figueras (C. Castillo de Perelada)
 Ernest Martínez (Rimarts)
 Eva Plazas (Vilarnau)
 Gerardo Alcober (Most Doré)
 Glòria Vilomara (Juvé & Camps)
 Jaume Gustems (Masia Vallformosa)
 Joan Rovira (Giró Ribot)
 Maite Esteve (Vins el Cep)
 Maria Galup (Covides)
 Miquel Salarich (Segura Viudas)
 Mireia Pujol-Busquets (Alta Alella)
 Mireia Tetas (Marrugat)
 Montserrat Mascaró (Antonio Mascaró)
 Pedro Muñoz (Roger Goulart)
 Sebastià Galimany (Pere Ventura)

Al 2020, la Comissió tècnica va celebrar 2 reunions: el 3 de març i el 18 de novembre.

Principals temàtiques tractades:

- **Primers apropaments als aspectes tècnics del nou pla estratègic de la DOP Cava**
 El Pla Estratègic està fonamentat principalment en dos pilars: Segmentació i Zonificació. La Comissió tècnica serà l'encarregada d'estudiar i analitzar la

informació tècnica relacionada amb la implementació del pla, sol·licitant aclariments al CRC i/o presentant propostes a la Junta directiva d'AECAVA.

- **Primeres reflexions sobre la sostenibilitat en el packaging i les seves possibles implicacions en el plec de condicions de la DOP Cava**

L'ecopackaging, és a dir, el packaging realitzat amb material ecològic, ja forma part del nostre present. A més de la necessària transposició de la Directiva (UE) 2018/852 a l'ordenament jurídic espanyol, s'aprofitarà per emprendre a Espanya una actualització de tota la normativa d'envasos i residus d'envasos a través d'un nou Reial Decret, que desenvoluparà a més la RAP (Responsabilitat ampliada del Productor) a tots els envasos i residus d'envasos d'acord amb les noves normes comunitàries. Caldrà començar a estudiar en el seu moment, aquesta temàtica i com pot afectar al Cava, quines podrien ser les seves aplicacions i com, fins i tot, podria arribar a comportar futures modificacions de les normes tècniques (plec de condicions de la DOP Cava).

- **Declaració nutricional i d'ingredients: Guia sobre declaració nutricional en el vi i Guia sobre etiquetatge electrònic en el vi**

A la Guia sobre declaració nutricional en el vi i a la Guia sobre etiquetatge electrònic en el vi, s'explica quina informació s'ha d'incloure, com es fan els càlculs del valor nutricional, etc. Aquestes dues guies emeses pel CEEV (Comité d'Entreprises Vins) són encara oficioses ja que no estan aprovades per la CE però la FEV, com a membre de la CEEV, anima a les empreses a posar-les en pràctica.

En el cas del Cava, l'ingredient només és el raïm però a priori no caldrà incloure els adjuvants a no ser que siguin al·lèrgens. Com que una bona part de les calories provenen de l'alcohol, es va plantejar perquè no es podria aprofitar modificar la norma de fer constar els graus a l'etiqueta en fraccions de 0,5%. Així mateix, també es va traslladar a la FEV la proposta de substituir el licor d'expedició pel sucre.

- **Sostenibilitat i medi ambient:**

Pacte Verd (*Green Deal*)

La Comissió Europea ha llançat l'anomenat *Green Deal* que pretén convertir Europa en el primer continent climàticament neutre en 2050 i traça el camí per a una transició justa i socialment equitativa. El *Green Deal* inclou també un ambiciós paquet de mesures que van des d'una reducció important de les emissions a la inversió en recerca i innovació d'avantguarda.

Esquema de continguts:

- Llei del Clima Europeu: enduriment dels límits 2030 i 2050
- Estratègia de la granja a la taula: Impacte en la PAC

- Zero contaminació: reducció en agroquímics
- Economia circular: prevenció i reducció de residus

Avantprojecte de Llei de canvi climàtic i transició energètica i Pla Nacional Integrat d'Energia i Clima

El Pla Nacional Integrat d'Energia i Clima (PNIEC) 2021-2030 defineix els objectius de reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle, de penetració d'energies renovables i d'eficiència energètica. Aquest Pla es va obrir a consulta pública fins al 2020.03.25. Entre els aspectes més destacats estan:

- Uns objectius per a 2030 de: 23% de reducció d'emissions de gasos d'efecte hivernacle (GEH) respecte al 1990, el 42% d'energies renovables sobre el consum total d'energia final, 39,5% de millora de l'eficiència energètica, i el 74% d'energies renovables en la generació elèctrica.
- Objectiu 2050: neutralitat climàtica amb la reducció de al menys un 90% de les nostres emissions brutes totals de GEH, en total coherència amb els objectius d'Unió Europea. A més, aconseguir un sistema elèctric 100% renovable el 2050.

- **Fertilització dels sòls i dejeccions ramaderes**

El DECRET 153/2019, de 3 de juliol, de gestió de la fertilització del sòl i de les dejeccions ramaderes i d'aprovació del programa d'actuació a les zones vulnerables en relació amb la contaminació per nitrats que procedeixen de fonts agràries, que redueix en general els límits en Nitrògens de referència (N-ref).

- **Bones pràctiques: reducció del plom en vins**

Al 2019, el Comitè del Codex sobre Contaminants en els Aliments (CCCF) va acordar llançar un nou treball per revisar el Codi de Pràctiques per a la prevenció i reducció de la contaminació per Plom en els Aliments, amb el objectiu d'incorporar mesures per reduir el contingut de plom en els vins. Es destaca que en general, els estudis que s'han fet revelen valors baixos de plom en vins.

- **Qüestionari de valoració de la verema**

Al 2020, la Comissió va presentar la iniciativa d'un primer qüestionari de valoració de la verema. L'enquesta estava inicialment dirigida als cellers associats que entren verema i/o most. Els resultats de l'enquesta van ser remesos als associats.

[Consultar respostes del Qüestionari de valoración verema 2020.](#)

- **Observacions al Projecte de Decret sobre la producció agroalimentària ecològica a Catalunya**

El nou Decret entrarà en vigor l'1 de gener del 2022. La qüestió que més preocupa és el sistema d'autorització d'etiquetes que és poc àgil i que no s'adequa a les necessitats que marquen els mercats internacionals. En aquest sentit, la nova normativa preveu un termini de 3 mesos, termini que es segueix considerant excessiu. Es va acordar que AECAVA presentaria un escrit d'al·legacions en aquest sentit.

Al 2020 es va crear el Grup de Viticultura d'AECAVA.

Representant: Lluís Xavier Coll (Masia Vallformosa)
Àlex Torelló (Agustí Torelló)
Carles Andreu (Celler Carles Andreu)
Eudald Massana (Massana Noya)
Imma Pausas (Codorníu)
Josep Jiménez (Juvé i Camps)
Josep M. Galimany (Covides)
Miquel Llordes (Vinícola de Sarral)
Miquel Salarich (Freixenet)
Oriol Santos (Castell d'Or)
Òscar Llombart (Bodegues Sumarroca)
Sergi Martí (Vilarnau)
Vicenç Galbany (Alta Alella)

Al 2020 es va crear el Grup de Viticultura d'AECAVA. Es tracta d'un Grup independent de la comissió tècnica format exclusivament per experts/es en viticultura. El Grup té una comunicació fluïda amb la comissió tècnica pels temes d'interès comú.

La creació del Grup neix principalment de l'interès per **treballar en la millora de la qualitat de la viticultura del Cava**, com ara les conseqüències de l'escalfament global degut al canvi climàtic (desequilibris entre maduracions, acideses i pH, tipus de conducció, etc.). També es considera important estudiar, debatre i presentar propostes en relació a l'aplicació del Pla Estratègic de la DOP Cava.

En la primera reunió del Grup del mes de novembre, es va determinar un llistat d'objectius o possibles línies de Treball:

- **Controls de camp**

Unificar criteris amb l'objectiu d'ajudar al viticultor.

- **Normes de campanya**

Presentació de propostes.

- **Pla estratègic de la DOP Cava**

Estudi de la seva aplicació especialment en el cas dels Caves Reserva, GR i CPQ per la seva obligatorietat de productes 100% ecològics al final de període transitori.

- **Característiques de les vinyes**

Es creu que seria necessari tenir aquesta informació. Es considera que aquestes dades haurien de ser públiques.

- **Normativa sobre producció agroalimentària ecològica**

Proposar possibles modificacions de la normativa amb l'objectiu de que la sostenibilitat de la vinya ecològica s'adeqüi a la realitat.

- **Qualitat de la vinya**

Estudiar les qualitats en funció dels diferents rendiments.

- **Desequilibris pH's - acideses**

Estudiar les millors maneres de gestionar la vinya, quines son les condicions que l'afecten directament perquè a partir del mes de març es pugui treballar de forma més previsible. Influència dels adobats.

- **Aplicabilitat de les diferents pràctiques vitícoles**

Coberta vegetal sí o no, formació en vas o emparrat ... En quines condicions cal prendre una o altra decisió (varietats, zones, etc.)

- **Coure i sofre**

Estudiar les alternatives, la seva aplicació i el seu control.

Comissió de Recursos Humans:

Al 2020 la Comissió laboral va passar a denominar-se "Comissió de Recursos Humans".

Representant: Antoni Olivé (Marqués de la Concordia)
Azahara Cantón (Codorníu)
Cristina Garcia (Freixenet)
Ernest Martínez (Rimarts)
Isabel Pérez (Masia Vallformosa)
Carmiña García (Covides)
Pere Pons (Miquel Pons)
Sandra Ripoll (Juvé i Camps)

L'objectiu és introduir, com a línia de treball dins l'àmbit de treball, propostes de desenvolupament de competències dins l'àmbit laboral, com ara la implantació de normes internacionals, la necessitat de formació de responsables intermedis, etc.

Comissió de Marketing:

Representant: Joaquim Tosas (Sumarroca)
Christophe Marquet (Covides)
Cristina García (Castell d'Or)
Eduard Sanfelú (Giró Ribot)
Elisabet Díaz (Celler Carol Vallès)
Gemma Torelló (Agustí Torelló)
Glòria Collell (Freixenet)
Joel Alegret (Vilarnau)
Josep Tetas (Pinord)
Laura Mur (Codorníu)
Maria Font (Olivé Batllori)
Marta Giró (Giró del Gorner)
Oriol Massana (Massana Noya)
Ricard Martínez (Rimarts)
Ruben Pedregosa (Castelo de Pedregosa)
Silvia Rodriguez (Masia Vallformosa)
Toni Forés (Juvé & Camps)
Valérie Veilleux (Alta Alella)
Xavier Masat (Perelada Chivite)

Iniciatives dutes a terme al 2020:

- Web i Xarxes socials
- Iniciativa digital A casa amb cava #acasaambcava
- Marketplace www.compracava.com
- Iniciativa digital Millor amb Cava #millorambcava
- Cava & Cultura (Col·laboració amb Grup Enciclopèdia)

Nota: aquesta part està àmpliament tractada a l'apartat "Àrees d'actuació / Comunicació i Marketing".

Comissió d'Enoturisme:

Presidenta: Maria Baró (Vilarnau)
Candela Navia (Agustí Torelló)
Elisabet Díaz (Celler Carol Vallès)
Irene Guasch (Giró Ribot)
Joan Pagès (Pagès Entrena)
Júlia Gómez (Codorníu)
Marta Giró (Giró del Gorner)
Mercè Sumarroca (Sumarroca)

Miquel Herrero (Juvé & Camps)
Ricard Martínez (Rimarts)
Sílvia Ros (Segura Viudas)
Tònia Castells (Freixenet)
Valérie Veilleux (Alta Alella)

Iniciatives dutes a terme al 2020:

- Enojornadas 2020
- La Primavera del Cava
- La Verema del Cava
- Jornada de Portes Obertes

Nota: aquesta part està àmpliament tractada a l'apartat "Àrees d'actuació / Enoturisme ".

2.6. Equip



Maria del Mar Torres

Direcció

Llicenciada en Dret per la Universitat de Barcelona, Màster en Comerç internacional de vins i espiritosos de la Burgundy Business School (França) i Curs Superior en Comunicació (ESADE). Nivell Advanced del WSET. Directora de l'associació des del 2004.



Anna Gual

Comunicació i Marketing

Llicenciada en Comunicació Audiovisual per la Universitat Pompeu Fabra, Màster en Gestió de projectes per la Universitat de Barcelona i Màster en Direcció de Marketing i Gestió comercial per ESIC Business & Marketing School. Responsable de Comunicació a AECAVA des del 2015.



Glòria Sanabra

Administració i Secretaria

Tècnic especialista de formació professional de segon grau branca administrativa i comercial. És la responsable del Departament d'Administració i Comptabilitat i de l'Àrea d'Atenció a l'Associat des de l'any 1992.

2.7. Assessors

- **Laboral i Fiscal:**
Francesc Xavier de la Trinxeria, advocat
- **Exportació:**
Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa
- **Legislació Vitivinícola:**
SEAIN. Félix Pérez, advocat
- **Enoturisme:**
Zaida Semprún, tècnica en enoturisme



3 - ÀREES D'ACTUACIÓ

3.1. REPRESENTACIÓ I DEFENSA DEL SECTOR

Associacions i col·laboracions

AECAVA forma part i col·labora directament amb les següents entitats i associacions:

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO



La finalitat fonamental de la Federació és la representació, defensa i promoció, davant dels organismes públics i privats, en l'àmbit estatal i internacional, dels interessos de les empreses dedicades a l'activitat industrial d'elaboració i comerç de tota classe de vins.
www.fev.es

FOMENT DEL TREBALL



www.foment.com

Foment del Treball Nacional és la confederació que representa els empresaris i la indústria catalana. Com a organització té la missió de defensar els interessos dels empresaris catalans, tot promovent un entorn favorable per a l'activitat productiva.

PATRONAT FUNDACIÓ PRO-PENEDÈS



www.propenedes.com

La fundació crea i apropa a la comarca totes aquelles iniciatives que incideixen en el camp de la informació i formació del món de l'empresa.

PATRONAT VINSEUM



Museu de les cultures del Vi de Catalunya.
www.vinseum.cat

CAVATAST



La mostra de caves i gastronomia de Sant Sadurn d'anoia, amb 24 edicions celebrades, agrupa una cinquantena d'elaboradors de cava i d'empreses de restauració.
www.santsadurni.cat/cavatast

CONFRARIA DEL CAVA



La Confraria del Cava, fundada al 1979, és una associació sense afany de lucre, dedicada a la divulgació i la promoció genèrica del Cava.

www.confrariacava.com

PENEDÈS TURISME



El Consorci de Promoció Turística de l'Alt Penedès, a Vilafranca de Penedès, promou la comarca a través del turisme actiu i cultural i de l'enoturisme.

www.penedesturisme.cat

Relacions sectorials

Al 2020 vam mantenir contactes amb els següents organismes i entitats:

- Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia
- Ajuntament de Vilafranca del Penedès
- Associació de Viticultors del Penedès
- Associació Vinícola Catalana
- Confraria del Cava
- Consell Regulador del Cava
- Consorci de Promoció Turística de l'Alt Penedès
- Dpt. d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya
- Dpt. de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya
- ECOVIDRIO
- Federació Empresarial Gran Penedès Garraf
- Fundació Pro Penedès
- Federación Española del Vino
- INCAVI
- INNOVI
- Institut Agrícola Sant Isidre
- Joves Agricultors i Ramaders de Catalunya (JARC)
- PimeCava
- PRODECA
- Unió de Pagesos
- VINSEUM
- Wine Business School

Actuacions en defensa del sector

Al 2020 es va produir la unió de les dues patronals: Institut del Cava i PimeCava.

- Després de catorze anys, 2020 va ser l'any de la unió entre les dues associacions d'elaboradors de Cava.
- Fruit d'aquesta unió, va néixer la nova marca de l'associació: **AECAVA - Associació d'Elaboradors de Cava**.

El 17 de febrer, el president de l'Institut del Cava, Damià Deàs, i el president de Pimecava, Pere Guilera, van firmar l'acord d'unió entre les dues entitats. Reunits a la seu de l'Institut del Cava a Sant Sadurní d'Anoia, els representants d'ambdues entitats van fer fet efectiu l'apropament signant un acord que va esdevenir històric, després que al 2006 un grup de cellers sortissin de la patronal Institut del Cava per crear Pimecava.

L'acord, que va ser posteriorment ratificat per les respectives assemblees generals, contemplava la creació d'un grup de petits elaboradors que té com a finalitat representar els interessos de les empreses elaboradores de Cava petites i potenciar la seva representativitat dins de la patronal. L'acord també preveia que la segona vicepresidència de la Junta Directiva recaigués en una empresa petita. Finalment, l'acord establí la creació d'una nova marca identificativa de l'associació: AECAVA - Associació d'Elaboradors de Cava.

En una nota de premsa emesa per la nostra entitat, el president de l'Institut del Cava, Damià Deàs, va considerar l'acord com a històric ja que "la patronal del Cava s'enforteix i s'enriqueix amb la diversitat d'empreses que hi formaran part". Deàs també va destacar que "amb aquesta unió es fa un pas endavant molt important en la cohesió del sector del Cava". Per la seva part, el president de



Pimecava, Pere Guilera, va declarar que "enfront de la dispersió que debilita el territori, amb aquest pacte unim esforços per convertir el Cava en una referència qualitativa a nivell mundial". Guilera va afirmar també que aquest acord "és un reconeixement a la diversitat del Cava, i pensem que a AECAVA totes les necessitats

de les empreses del Cava, ja siguin micro, petites, mitjanes o grans, es veuran reflectides i respectades.”

- **Nova marca comercial de l'associació**

El 2020 ha vist néixer la nova marca corporativa de la nostra entitat, **AECAVA – Associació d'Elaboradors de Cava**, fruit de l'acord d'unió entre les dues patronals. La creativat del logo va anar a càrrec de BULLDOG Studio (Barcelona).

AECAVA – Associació d'Elaboradors de Cava està registrada a l'Oficina Española de Marcas i Patentes (OEPM) com a marca de la Unió Europea, en les categories de marca denominativa i de marca figurativa en les classes 16,35,41 i 45.

- **Aprovació del Reial Decret de mesures extraordinàries per al sector vitivinícola per raó de la pandèmia**

40 empreses associades van beneficiar-se dels ajuts per un total de 1.620.523€.

Al mes de març, des d'AECAVA vam presentar, davant del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, al·legacions al projecte de Real Decret pel qual s'adoptaven mesures extraordinàries en el sector del vi per fer front a la crisi causada per la pandèmia de la COVID-19.

S'ha de dir que la major part de les al·legacions presentades van ser el resultat del diàleg i el consens del grup de Treball “Sector del Cava”. El grup va ser una iniciativa d'AECAVA i té com a finalitat ser un punt de foment del consens entre els diferents interlocutors del sector i una via àgil generadora de propostes. El grup està format per representants dels sindicats de pagesos, cooperatives, elaboradors de vi base i elaboradors de Cava.

Concretament, en relació als ajuts a l'emmagatzematge privat, consideràvem que la mesura havia de tenir en compte les circumstàncies específiques del Cava i vam sol·licitar que es contemplés el cas dels vins escumosos elaborats seguint el mètode tradicional, així com les ampolles en rima i en criança, i que a més, la durada de l'emmagatzematge per a aquests vins pugés ser de 12 mesos.

Finalment, el MAPA va tenir en compte l'al·legació presentada per AECAVA, incloent també les ampolles de Cava (escumosos de qualitat) com objecte de l'ajut.

- **Presentació d'observacions a l'esborrany de resolució del DARP de concessió dels ajuts**

Així mateix, des d'AECAVA també vam presentar Observacions a la Resolució del DARP de concessió dels ajuts aquesta norma era la norma que regulava a Catalunya la tramitació dels ajuts, sol·licitant que s'establís un termini únic (màxim 22 de juliol) per a notificar les concessions d'ajut de totes les mesures, així com que es recollissin expressament els terminis màxims de pagament - abans del 15 d'octubre - en els casos dels ajuts a la destil·lació de crisi i a l'emmagatzematge privat de vi, tal i com preveia el Reial Decret.

El dubte però residia en saber si l'emmagatzematge de les ampolles en rima de menys de 9 mesos, també podia ser subvencionable. Després de varies gestions i demandes d'aclariment per part d'AECAVA a les dues administracions implicades: catalana i central, vam poder aclarir que aquestes ampolles també serien subvencionables.

- **Plataforma “Defensem la Identitat Vitivinícola del Penedès”**

[Web Plataforma DIV Penedès.](#)

La Plataforma està liderada per les patronals del cava i el vi i està formada per més de 150 empreses i entitats del territori.

Al 2019, veient grans amenaces al plantejament del Pla Territorial Parcial (PTP) del Penedès, un bon nombre d'agents socials del territori liderats per les patronals del cava i el vi, AECAVA i UVIPE (Unió Vinícola del Penedès), i per el CEPVI (Centre d'Estudis del Paisatge Vitivinícola), van crear la Plataforma.

Per les informacions i documents previs coneguts en aquell moment, el PTP del Penedès apuntava a ser l'instrument receptor de les demandes que es fonamenten erròniament en el malentès de que l'espai de la vinya és un espai “buit”, malmetent el model d'èxit cultural, social i econòmic d'aquest territori.

Perquè es considera que el PTP Penedès podria ser una amenaça?

L'absència fins aquell moment de transparència en la gestió del PTP del Penedès, va generar una forta i progressiva inquietud social en general respecte el futur de la identitat vitivinícola del Penedès que es manifestava en preocupacions concretes.

Proposta de quart cinturó

- Per la generació de problemàtiques puntuals, malgrat la seva extensió, com la desencertada proposta del IV Cinturó que comporta el risc de greus problemes tant per a paisatges singulars de la vinya, com per a diversos nuclis urbans: Espiells, Sant Sadurní d'Anoia, Sant Llorenç d'Hortons, La Beguda Alta i Baixa i Sant Joan Samora.
- Per la seva afecció directa i indirecta a grans extensions de vinya.

- Per la seva afecció directa a Paratges de Cava Qualificats. Territoris, entre d'altres, que generen el cava, avui per avui, de major qualitat, i que mostren el valor també econòmic i l'activitat dels territoris amenaçats.
- Per l'afecció que causa a diferents cellers de la zona i al seu entorn, que és part indissociable de la seva activitat econòmica.

Proposa un canvi de categories dels espais oberts

- La pèrdua del conreu de la vinya com a sòl de protecció, introduint per sobre graus de protecció diversos, amb unes categories noves, però que fan perdre la identitat de la comarca, i de pas la protecció d'aquest conreu per si mateix: l'estructura dels espais oberts de la comarca es manté a partir d'unes proteccions que no són la vinya.
- Obvia els enclavament vitivinícoles, com cellers i masies que contenen explotacions que, com a elements generadors de paisatge comporten la gestió del territori al seu voltant. Aquest reconeixement és clau per entendre avui els espais oberts al Penedès. Avui aquestes masies i cellers ofereixen nous serveis de gran qualitat també associats al turisme, que exporten el nostre paisatge arreu del món.
- Malgrat intenta especialitzar els espais de connexió amb noves categories, genera encara un planejament excloent amb característiques que en realitat es superposen. El nou planejament ha de permetre una lectura de capes, on convisquin diverses realitats i demandes sobre un mateix territori. Aquesta metodologia permetrà una lectura més completa i complexa, permetent sobreposar proteccions naturals i econòmiques; valors socials i culturals; etc. Fet clau en uns espais oberts tant dinàmics com els de la vinya.

Traça nous vials secundaris i implantacions d'activitat amb una gran afecció a paisatges de gran valor

- Atenent a afeccions prèvies, com el corredor de l'AVE, o a demandes de mobilitat sobrevingudes per implantacions logístiques puntuals recents. No és possible que els interessos privats de determinades implantacions justifiquin la pèrdua de la qualitat del paisatge de poblacions senceres, com Sant Llorenç d'Hortons, Gelida, Sant Sadurní, l'Arboç o Banyeres del Penedès. El paisatge és un bé comú, i al Penedès, la vinya n'és el principal generador.

Desconsidera el valor singular del paisatge de la vinya que cal vincular-lo al planejament amb caràcter normatiu, a partir de les directrius del Catàleg de Paisatge així com de l'actualització de la Carta del Paisatge

- El paisatge vitivinícola es una actiu econòmic social i cultural irrenunciable pel desenvolupament del Penedès que cal llegir des d'una dimensió també estètica per evitar intervencions tòxiques.

El 25 de març es va presentar el resum dels treballs desenvolupats pel conjunt de professionals de l'urbanisme i la planificació territorial amb el mandat de la Plafaforma. L'objectiu dels treballs era incidir en la millora del Pla Territorial, a fi d'aportar coneixement i sensibilitat respecte al sector vitivinícola, i la seva transcendència en el territori del Penedès.

Els treballs presentats es van agrupar en cinc grans àrees: l'anàlisi sobre els aspectes relatius a mobilitat i transport, la qualitat paisatgística, l'anàlisi sobre les estratègies d'assentaments i sectors d'activitat, sobre els espais oberts i finalment l'anàlisi econòmica. L'equip de treball està format per professionals que podrien formar part del mateix desenvolupament del Pla, ja que tots ells són col·laboradors de l'administració en planejament urbanístic i territorial en l'actualitat.

Els estudis conclouen en la obsolescència, per innecessària, de l'entrada del 4rt cinturó al Penedès. També demanden la major permeabilitat d'una A7 (actual AP7) prevista sense peatges, i una N340 amb un caràcter més local. La proposta presentada tanca el 4rt cinturó en el corredor d'Abrera, evitant entrades expansives cap al Penedès, amb efectes devastadors sobre aquest espai vitivinícola.

En el mateix sentit, els estudis sobre els sistemes d'assentaments s'allunyen de les dinàmiques expansives i mostren que hi ha reserva de sòl al Penedès per gairebé cent anys en el cas de sòl residencial, i més de 30 anys pel sòl d'activitat. Aquesta contenció ve també reforçada pels estudis econòmics, que emmarquen la vinya en tota la seva cadena de valor. La demanda de la protecció de la vinya, més enllà de l'estricta conreu, també es resol amb una adequada proposta d'ordenació dels espais oberts, sense competència entre els valors a protegir, proposant que superi l'escala municipal, prenent les unitats de paisatge com l'entitat bàsica de la seva ordenació.

Els estudis són el resultat de l'empenta i el lideratge de la societat civil del Penedès i del teixit associatiu, empresarial i sindical, que han fet un esforç majúscul per aportar al Pla Territorial una mirada diferent a la que se'ls hi presentava, posant en valor l'espai vitivinícola.

Aquests estudis presentats tenen un caràcter propositiu, per millorar i enriquir els treballs que el Departament de Territori està desenvolupant, amb l'objectiu d'incorporar el valor del sector vitivinícola en la configuració del futur de la Vegueria i procurant per la millora del conjunt del Penedès.

De cara al futur, a la Plataforma considera que la nostra contribució no s'acaba en el present document, ni en les propostes que conté, i per tant mantindrem el compromís de participació, exercint-la, en l'elaboració del Pla Territorial.

[Consultar el document de síntesi dels treballs de la Plataforma.](#)

AECAVA participa en l'inici de la fase de participació ciutadana del Pla Territorial Parcial de l'Alt Penedès.

El mes de setembre, el Departament de Territori i Sostenibilitat va iniciar una procés de participació ciutadana del Pla Territorial Parcial del Penedès a través de sessions i ponències amb experts.

En aquesta ocasió, Maite Esteve, Vins el Cep, vocal de la Junta directiva, va representar la nostra entitat com a expert, en substitució del president, Damià Deàs.

La ponència va portar com a títol: "El PTP Penedès, una oportunitat per garantir el futur de la principal agroindústria del territori" i el seu contingut es dividia en els següents 4 apartats:

1. Dimensió econòmica del sector del cava i del vi
2. La cadena de valor
3. L'enoturisme
4. Aportacions al PTP Penedès

En concret, el 4rt apartat recollia les principals aportacions de la Plataforma "Defensem la identitat vitivinícola del Penedès" creada a iniciativa d'AECAVA i que recordem, son:

1) Reconeixement de la identitat vitivinícola i de la realitat econòmica del sector elaborador:

- Mantindre el valor de l'espai vitivinícola, en el conjunt dels espais oberts, sent aquest un objectiu remarcant en el Pla Territorial, requereix una adequada proposta d'ordenació dels citats espais oberts.
- En els treballs presentats per la Plataforma es mostra una metodologia per evitar la competència entre els valors del territori, permetent per a cada un d'ells una lectura i comprensió conjunta, i en coherència una protecció més incisiva i eficaç.
- Necessitat de posar en valor la vinya, en el seu conjunt, i per tant també els cellers i el teixit d'accessos, de capil·laritats que penetren en un territori centrat en la qualitat del seu paisatge més proper.
- Adaptabilitat del Pla territorial al canvi climàtic.

2) Contenció en els assentaments i els sòls d'activitat econòmica deslligats del suport:

- Els estudis sobre els sistemes d'assentaments que vam realitzar des de la Plataforma mostren que hi ha reserva de sòl al Penedès, a ritmes de

creixement sostingut, per gairebé cent anys en el cas de sòl residencial, i més de 30 anys pel sòl d'activitat, sense comptar els solars vuits en el sòl urbà consolidat.

- Així, només es poden entendre estratègies de millora d'aquests sòls fent-los adequats per a les demandes actuals, però en cap cas preveure dinàmiques expansives que no es justifiquen ni en els escenaris més desbocats.
- El planejament ha de tendir a estratègies de contenció o reducció, més que a la programació de nou sòl.

3) Contenció de les infraestructures

- Una N340 amb caràcter de servei més local.
- Una AP7 accessible i lliure de peatges.
- Un 4rt cinturó tancat al corredor d'Abrera, evitant entrades expansives cap el Penedès, amb efectes devastadors sobre el l'espai vitivinícola, tan reconegut i escàs, si més no en entorns metropolitans, en el conjunt d'Europa.

[Consultar la presentació.](#)

- **Observacions presentades a l'esborrany d'Ordre que modifica l'Ordre ARP/354/2016, de 21 de desembre, per la qual es regula l'eliminació obligatòria de subproductes de la vinificació i altres formes de transformació del raïm.**

L'esborrany d'Ordre preveia com a Article Únic:

Al final del apartat 5.1 de l'Ordre ARP/354/2016, s'afegirà el següent paràgraf:

“No obstant això, per a la campanya 2020/2021, el volum mínim d'alcohol que han de contenir els subproductes eliminats haurà de ser el 12,5% del volum d'alcohol contingut

en el vi produït obtingut per vinificació directa del raïm de la qual procedeix, independentment del tipus de vi del qual es tracti”.

S'entenia que l'afegit d'un segon paràgraf a l'art. 5.1 de l'Ordre ARP/354/2016 ho era com a conseqüència del següent canvi normatiu que per raó de la crisi sanitària de la COVID-19 el MAPA va aprovar al 2020.

Concretament:

- Real Decreto 557/2020, de 9 de junio, por el que se adoptan medidas extraordinarias en el sector del vino para hacer frente a la crisis causada por la pandemia de COVID-19, y por el que se fija una norma de comercialización en el sector del vino y se modifica la regulación sobre

declaraciones obligatorias en el sector vitivinícola y el programa de apoyo al sector del vino:

A la seva Disposició final cinquena modifica el Real Decreto 1363/2018, de 2 de noviembre, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2019-2023 al sector vitivinícola español afegint un segon paràgraf a l'article 50.1 a):

“No obstante, cuando las disponibilidades de vino para una campaña determinada sean superiores a la media de las últimas cinco campañas, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación podrá incrementar el volumen de alcohol que deben de contener los subproductos hasta una cantidad no superior al 15% del volumen de alcohol contenido en el vino del que procede. A estos efectos, las disponibilidades de vino se establecerán a partir de la información sobre existencias y cosecha estimada disponibles a 15 de agosto.”

2) Com a conseqüència d'aquest nou paràgraf, el MAPA va publicar la Orden APA/1025/2020, de 27 de octubre, por la que se fija, para la campaña 2020/2021, el contenido mínimo de alcohol que deben tener los subproductos de vinificación, en aplicación del artículo 50 del Real Decreto 1363/2018, de 2 de noviembre, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2019/2023 al sector vitivinícola español.

Aquest Ordre, en un article únic estableix :

“Artículo único. Fijación del volumen mínimo de alcohol que deben tener los subproductos de vinificación para la campaña 2020/2021, en aplicación del artículo 50 del Real Decreto 1363/2018 de 2 de noviembre, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2019-2023.

En aplicación de lo previsto en el segundo párrafo del artículo 50.1.a) del Real Decreto 1363/2018, de 2 de noviembre, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2019/2023 al sector vitivinícola español, para la campaña 2020/2021, el volumen mínimo de alcohol que deben contener los subproductos eliminados deberá ser el 12,5% del volumen de alcohol contenido en el vino producido obtenido por vinificación directa de la uva de la que procede.”

Si retornem al redactat complert de l'article 50, en el seu apartat 1, preveu que les CCAA puguin reduir el percentatge del volum d'alcohol al 7% pels vins blancs amb DOP. De fet, a Catalunya, l'Ordre ARP/354/2016, de 21 de desembre, per la qual es regula l'eliminació obligatòria de subproductes de la vinificació i altres formes de transformació del raïm, ja va recollir en el seu article 5.1 b) la possibilitat de que fossin els Consells Reguladors els que poguessin sol·licitar la reducció establint que: en el cas dels vins blancs de qualitat, el consell regulador corresponent podrà sol·licitar que es redueixi al 7% el percentatge del volum d'alcohol contingut als subproductes sempre que es justifiqui pel sistema d'elaboració la impossibilitat

d'arribar al 10% i que el seu rendiment en vi no superi els límits establerts pel consell regulador mateix. Ens consta que en el cas del Cava així s'estava funcionant.

Des d'AECAVA entenem que l'aplicació per a tots els tipus de vins – sense fer cap distinció entre blancs i negres - d'un volum mínim d'alcohol del 12,5% pot suposar un greuge comparatiu per als vins blancs (amb menor graduació alcohòlica) amb els conseqüents perjudicis econòmics per a les nostres empreses.

Es per això que sol·licitar que se seguís aplicant la diferenciació entre tipus de vins, passant en el cas dels vins blancs, del 7 al 9,5% per raó de la situació actual, tenint en compte a més les afectacions que hi va haver a la darrera verema provocada per la plaga del míldiu.

Paral·lelament, des d'AECAVA, vam traslladar via FEV al MAPA la mateixa argumentació i petició.

Desafortunadament, en aquest cas, les nostres peticions no van ser ateses pel MAPA per raó de la crisi de la pandèmia, considerant que amb l'objectiu de reduir estocs, caldria aplicar els mateixos percentatge per igual sense distinció entre tipus de vins. No obstant això, des d'AECAVA seguirem presentant davant del MAPA la mateixa petició per tal de que sigui atesa de cara a la propera campanya.

- **Observacions a l'esborrany d'Ordre d'ajuts de mínims destinats a compensar les pèrdues econòmiques de les explotacions vitícoles durant la campanya 2020-2021 com a conseqüència de l'afectació de la plaga de míldiu.**

Des de l'associació vam sol·licitar que s'inclogués, dins dels ajuts, a les empreses elaboradores de Cava.

L'esborrany d'Ordre determinava que El règim d'aquests ajuts és el que estableix el Reglament (UE) 1408/2013 de la Comissió, de 18 de desembre, sobre l'aplicació dels articles 107 i 108 del Tractat de funcionament de la Unió Europea als ajuts de mínims en el sector agrícola (DOUE L- 352, de 24.12.2013).

L'annex I punt 2 de l'Ordre estableix que poden ser beneficiaris de l'ajut:

- Els joves agricultors/es que compleixin la condició d'Agricultor/a Professional
- Els agricultors/es Professionals
- Les explotacions Agràries Prioritàries

Per tant, exclouïen tàcitament qualsevol altre tipus d'empresa/persona jurídica dedicada a la producció agrícola de raïm com ara: una empresa elaboradora de vi/cava que dediqui una part de la seva activitat a la producció vitícola així com a

qualsevol empresa que hi dediqui totalment la seva activitat a aquest tipus de producció.

D'altra banda, l'exclusió d'aquestes empreses com a possibles beneficiàries de l'ajut tampoc apareixia motivada en el text de l'Ordre.

En relació a l'àmbit d'aplicació es va argumentar que d'acord amb el Reglament (UE) 1408/2013 dels ajuts a la producció primària de productes agrícoles (modificat pel Reglament (UE) 2019/316 de la Comissió de 21 de febrer), no s'estableix cap tipus de distinció entre les empreses que es poden beneficiar dels ajuts. Únicament determina que han de ser empreses dedicades - s'entén en part o totalment - a la producció primària de productes agrícoles.

Es va posar de relleu que moltes empreses elaboradores de vi/cava dediquen part de la seva activitat a la producció de raïm que després utilitzen en les seves elaboracions. D'altres inclús venen directament una part de la seva producció a tercers. També, tal com esmentàvem, hi ha empreses que dediquen el 100% de la seva activitat a la producció de raïm. Les vinyes d'aquestes empreses van resultar igualment afectades per la plaga del míldiu i per la mateixa raó també havien de poder ser beneficiàries de l'ajut.

Finalment, la resposta del DARP a les al·legacions presentades va ser la següent:

“L'objecte dels ajuts és compensar les pèrdues econòmiques de les explotacions vitícoles durant la campanya 2020-2021, com a conseqüència de les condicions meteorològiques, que van causar una proliferació del míldiu de la vinya, causant greus perjudicis a les explotacions de Catalunya. Són les explotacions de joves AP i les explotacions AP, les quals més del 50% dels ingressos totals provenen de l'activitat agrària, i les EAP, amb un mínim del 25% d'ingressos de l'activitat agrària, les explotacions que es consideren més vulnerables davant l'afectació total. Es considera que la resta de sol·licitants, amb menys del 50% d'ingressos en la seva renda provinents de l'explotació en el cas de persones físiques i amb menys del 25% en cas d'EAP, poden compensar les pèrdues amb la resta d'ingressos. Per tant, no s'accepta l'al·legació.”.

- **Aprovació de la Resolució i Bases reguladores dels ajuts a l'ús de most concentrat rectificat (MCR) com a substitut del sucre en el tiratge i el licor d'expedició**

La iniciativa promoguda per AECAVA compta amb el suport del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació i l'assessorament de l'INCAVI i soci col·laborador a l'empresa elaboradora de MCR, NUFRI, amb seu a Lleida, única empresa amb capacitat per elaborar aquest producte a Catalunya.

La proposta té com a objectiu fomentar la sostenibilitat en l'elaboració de vins escumosos de qualitat a partir de raïm de la zona per a l'elaboració de most concentrat com a substitutiu del sucre convencional en el procés d'elaboració dels vins escumosos de qualitat, així com contribuir a afavorir l'equilibri entre l'oferta i la demanda de raïm.

Al mes de setembre, les empreses elaboradores de vins escumosos de qualitat van signar els contractes de compra amb l'empresa NUFRI i al mes de desembre, el Departament d'Agricultura va donar trasllat a les organitzacions i entitats representatives del sector, dels esborranys de la Resolució i de les Bases reguladores de l'ajut a la compra de Most Concentrat Rectificat.

Després d'haver revisat els textos i fet les oportunes consultes amb l'INCAVI i NUFRI (l'empresa elaboradora del MCR), des d'AECAVA vam avançar als associats les qüestions més destacables per tal que les empreses poguessin tramitar la sol·licitud de l'ajut de la forma més entenedora possible. Paral·lelament, des d'AECAVA vam presentar un seguit de propostes de millora a les redaccions de la Resolució i de les Bases Reguladores.

Finalment, el 19/02/21, el DOGC va publicar la convocatòria dels ajuts.

- **2es Trobades del Cava**

Des de l'associació, al 2019, va néixer la necessitat de convocar trobades periòdiques entre els associats per compartir inquietuds. Al mes de novembre del 2019 els cavistes van reunir-se a les primeres Trobades del Cava a la seu de la nostra entitat. Aquella primera sessió, valorada molt positivament per part de tots els participants, va servir per copsar les inquietuds dels cellers.

Després d'aquella primera edició, des de l'associació vam celebrar una segona trobada el 6 de març de 2020 a les Caves Batllori (Subirats) en format d'esmorzar de treball. En aquesta ocasió, vam comptar amb la participació del gerent del Clúster del sector vitivinícola català (INNOVI), Eloi Moncada, que va realitzar una presentació. Posteriorment, tots els participants van poder compartir les seves preocupacions i interessos al voltant del sector.



Segona sessió de les Trobades del Cava.

Àmbit laboral

> Conveni col·lectiu de treball del cava i dels vins escumosos de Catalunya 2018-2020

Sol·licitada la revisió de l'antic Conveni Col·lectiu per part dels Sindicats, al 2018 es va procedir a la seva negociació. Després de tot un any de reunions entre els sindicats i les patronals, al desembre del 2018 es va arribar a un principi d'acord tot i que no es va fer oficial la signatura fins el mes de juliol de 2019 i la seva posterior publicació al Dogc amb data 25/11/2019.

El principals acords del conveni són els següents:

1.- Vigència: 3 anys: 1-1-2018 a 31-12-2020.

2.- Supressió Copeya (article 21 Conveni) **i Plus distància** (article 13 Conveni).

Els treballadors que venien percebent el plus Copeya i/o el plus distància, mantindran la percepció d'aquest plus amb les mateixes condicions, com a complement "*ad personam*"

3.- Revisió categories.

Nou sistema de classificació del personal basat en grups professionals i una definició de funcions.

4.- Règim disciplinari:

S'ha pactat un redactat de *règim disciplinari*

5.- Jubilació Parcial amb contracte relleu:

El primer paràgraf de l'article 31 del Conveni (Jubilació parcial amb contracte de relleu) que estableix: "*tots els treballadors/des afectats/des pel present Conveni, i que reuneixin els requisits establerts en el RD 1131/2002, tindran el dret d'accedir a*

la jubilació parcial" queda anul·lat. No obstant i només durant la vigència del present Conveni, es mantindrà aquesta obligació de les empreses.

6.- Flexibilitat:

Durant la campanya de verema (10 d'agost al 10 d'octubre) i per la campanya de Nadal (1 d'octubre fins al 30 de novembre) possibilitat de fer 50 hores setmanals de treball de dilluns a divendres compensable hora treballada per hora compensada, amb un límit màxim del 10% jornada anual establerta en conveni.

Caldrà donar un preavís mínim de 7 dies i pactar entre empresa i treballador els dies de compensació.

Cal respectar els acords diferents entre empresa i representació legal dels treballadors, o amb els treballadors on no hi hagi representació legal dels treballadors.

7.- Increment salarial: Amb efectes des de l'1 de gener del 2018

- 2% al 2018
- 2% al 2019
- 2,5% al 2020

8.- S'annexa al conveni un Protocol per a la prevenció i l'abordatge de l'assetjament sexual i per raó de sexe.

9.- La resta del Conveni segueix sense modificacions.

Pel que fa als endarreriments salarials de conveni, aquests havien de ser abonats per les empreses en un termini que finalitzava el 31 de desembre de 2019.

El conveni va finalitzar el 31 de desembre de 2020.



Signatura del nou Conveni del Cava i vins escumosos de Catalunya.

3.2. SERVEIS A L'ASSOCIAT

3.2.1. Informació

A través de circulars informatives fem una acurada selecció de les informacions més rellevants per les nostres empreses.

La informació que facilitem als nostres associats a través de les circulars “Informacions d’interès” que enviem és de temàtica molt diversa:

- Normativa en preparació i novetats legislatives
- Propostes de participació en fires internacionals i missions comercials
- Propostes de participació amb producte en actes d’interès estratègic
- Informació i evolució dels mercats (estudis i estadístiques)
- Demandes d’importadors
- Congressos, seminaris, jornades i presentacions
- Cursos específics
- Ofertes i demandes laborals
- Altres

Així mateix, com a entitat associada a la Federación Española del Vino, els nostres cellers poden accedir, a través nostre, a àmplia i important informació sectorial.

[Si no pots veure aquest correu, clica aquí](#)

AECAVA
Associació d'Elaboradors de Cava

INFORMACIONS D'INTERÈS

Brexit

Jornada amb l'AEAT

L'AEAT durà a terme una reunió informativa per videoconferència per tractar les conseqüències i efectes del Brexit l'1 de gener de 2021 en el sector de les begudes alcohòliques a Espanya. La jornada tractarà tant les exportacions al Regne Unit com les importacions des d'aquest país des del punt de vista duaner i de fiscalitat dels impostos especials a les begudes alcohòliques. Després de la intervenció de l'AEAT tindrà lloc una ronda de preguntes.

- Dia: 4 de novembre
- Hora: 12:00-14:00 hores
- Format: Videoconferència amb Zoom

Per inscriure's a la jornada, s'ha d'enviar un correu amb el nom de l'assistent i el celler a internacional@fev.es.

L'aforament per a aquesta jornada és limitat, per tant, en funció del nombre d'inscripcions, es podria limitar la participació a una persona per empresa.

Igualment, us preguem que ens faciliteu els vostres

Informació Mercats

ESPANYA

[Principales magnitudes del sector \(agosto 2020\)](#)

[OeMv. Compras de vino en el canal de alimentación español \(datos a mayo 2020\)](#)

[MAPA - Encuesta precios de la tierra 2019](#)

MÓN

[Condiciones de movilidad de mercancías, profesionales y turistas en países UE](#)

MERCATS INTERNACIONALS

Mostra de les circulars enviades “Informacions d’interès”

Realitzem reculls de premsa amb articles publicats arreu del món sobre els vins escumosos i els vins més rellevants

A la vegada, des d'AECAVA fem enviaments setmanals de les circulars "Cava & Sparkling News". Fem una selecció dels articles publicats als mitjans de comunicació més interessants, especialment relacionats amb els vins escumosos com amb el món del vi. Recollim i compartim també les notícies dels nostres cellers associats.

Índex temàtic:

- Cellers
- Nacional
- Catalunya
- Internacional
- Enoturisme
- Marketing
- Opinió

[Si no pots veure aquest correu, clica aquí](#)

AECAVA
Associació d'Elaboradors de Cava



CAVA & SPARKLING

NEWS

Nacional

El sector del cava pide más ayudas al ministro de Agricultura

lavanguardia.com.- La patronal del sector del cava, Aecava, solicitó ayer al ministro de Agricultura, Luis Planas, más ayudas y apoyo promocional. Los problemas estructurales del sector se han visto agravados este año por la coronacrisis ... [Ver artículo](#)

La Feria Nacional del Vino (Fenavin) se aplaza definitivamente de 2021 a 2022 por la pandemia

ondacero.es.- La pandemia hace inviable una edición de la feria con garantías de seguridad en mayo ... [Ver artículo](#)

La FEV pone en marcha el Hub Nacional Digitalización y Vino

ÍNDEX

- Nacional
- Catalunya
- Internacional
- Cia. & Tecnologia
- Enoturisme
- Cellers

Cellers

CA N'ESTELLA

Ca n'Estella invertirà un milió d'euros en el seu celler

vadevi.cat.- El celler de Sant Esteve de Noya...

Mostra de les circulars enviades "Cava & Sparkling News"

3.2.2. Formació

Des d'AECAVA organitzem cursos de formació especialitzada per als/les treballadors/es de les empreses associades. Al 2020 vam oferir 17 cursos.

Cursos realitzats al llarg del 2020:

- LinkedIn: Una plataforma per vendre (1^a part)
- Notes de Premsa: Tot el que cal saber
- WEBINAR LinkedIn: Una plataforma per vendre (2^a part)
- WEBINAR Instagram per a cellers
- 4 WEBINARS Programa Intensiu de formació sobre comerç electrònic per als cellers elaboradors de Cava - Creació d'una botiga online
- WEBINAR Com potenciar les vendes del celler a través de Facebook Ads
- WEBINAR Com interpretar les dades de Google analytics i de Google Search Console per aconseguir millors resultats
- WEBINAR Com crear una estratègia de mailing
- WEBINAR Cates virtuals
- WEBINAR Marketing de curació
- WEBINAR Disseny de material comunicatiu
- WEBINAR CRM per al teu celler Hubpot
- WEBINAR Customer Centricity
- WEBINAR Solucions Energètiques per als cellers: Compra Intel·ligent, Consum Eficient, Energia Sostenible

➤ LinkedIn: Una plataforma per vendre (1^a part)



31 de gener de 2020

Docent: Cristina Rojas. És economista i es dedica al marketing digital. La seva especialització és LinkedIn i com utilitzar aquesta plataforma per vendre i trobar possibles clients.

Objectius: LinkedIn és una bona font per a descobrir leads (possibles clients). En aquest curs vam estudiar totes les oportunitats que ofereix aquesta xarxa social professional amb la Cristina Rojas, una especialista en el tema. El curs va estar molt enfocat a les empreses elaboradores de Cava.

Programa:

- Aprendre a millorar el teu perfil personal i pàgina d'empresa a LinkedIn
- Analitzarem les opcions a LinkedIn per aconseguir clients, leads i contactes
- Coneixerem LinkedIn Premium i les seves possibilitats
- Aprendre a programar anuncis a LinkedIn:

- Branding, engagement i conversió), pressupostos, formats, etc.
- Analitzarem les Best practices i compararem amb altres països
- Dubtes i networking

➤ Notes de Premsa: Tot el que cal saber



28 de febrer 2020

Docent: Ramon Francàs, Periodista amb llarga experiència (La Vanguardia) i professor a la Facultat d'Enologia de la Universitat Rovira i Virgili i a l'Escola d'Enoturisme de Catalunya i Formador en Cava.

Objectius: Redactar notes de premsa i conèixer com relacionar-se amb els periodistes i els mitjans de comunicació és clau al s.XXI si es vol donar a conèixer que s'hi fa al celler i els seus elements diferencials. En aquest curs es va estudiar tot allò relacionat amb les notes de premsa

Programa:

- La comunicació no verbal
- Introducció a la comunicació
- Pla de màrqueting
- Vi i Internet
- Comunicació i vendes
- La notícia. Com redactar?
- Pràctica (refer una notícia)
- Com relacionar-se amb els periodistes i els mitjans de comunicació?
- Com aconseguir contactes?
- Com redactar convocatòries i notes de premsa?
- Guies de vi
- Vi i Internet
- Xarxes Socials
- Community managers i agències

➤ WEBINAR LinkedIn: Una plataforma per vendre (2^a part)



30 d'abril de 2020

Docent: Cristina Rojas, Digital Marketing Specialist.

Objectius: En el curs de LinkedIn que vam realitzar el mes de gener, vam veure com LinkedIn era una gran font per a donar-se a conèixer a nivell professional i per

vendre. Com que l'eina és complexa i té moltes possibilitats, vam decidir fer una segona part del curs, ampliant el temari i centrant-lo en el perfil d'empresa i en la captació de leads. I és que a LinkedIn no serveix simplement ser-hi, sinó que cal marcar-se uns objectius previs i seguir l'estratègia. En aquest curs, pensat per a a cellers, vam aprendre com arribar als nostres possibles clients.

Programa:

- Creació d'una pàgina d'empresa de LinkedIn i anàlisi de la pàgina
- Pla de continguts per a la teva pàgina de LinkedIn: Exemples i plantilles
- Automatització de LinkedIn
- LinkedIn Premium per a empreses
- Creació d'anuncis

➤ **WEBINAR Instagram per a cellers**

Instagram

14 de maig de 2020

Docent: Cristina Rojas, Digital Marketing Specialist.

Objectius: Instagram s'ha convertit en la "nova casa per a les marques". Si Facebook se centra en connectar les persones amb el contingut d'amics i familiars, a Instagram els nivells d'interacció amb les marques i empreses són molt alts. Els seguidors són lleials i es poden aconseguir objectius comercials reals. Com que molts cellers hi tenen presència però els costa saber quina estratègia seguir-hi, vam crear aquest curs pensat especialment per als cellers.

En aquest curs vam estudiar totes les oportunitats que ofereix aquesta xarxa social: creació i gestió del compte d'empresa, eines, anuncis, creació d'estratègies i estratègia de continguts.

Programa:

- ¿Per què Instagram? Creació d'un compte d'empresa: 7 errors comuns
- Estratègia i Pla de continguts: Com evitar passar desapercebuts a Instagram
- Les millors herramientas per impulsar el teu Instagram
- Creem un anunci a Instagram
- Secrets d'Instagram: Hacks i altres trucs

➤ **4: WEBINARS Programa Intensiu de formació sobre comerç electrònic per als cellers elaboradors de Cava - Creació d'una botiga online**



eCommerce

7, 12, 19 i 21 de maig de 2020

Docent: Adela Pereira, consultora i experta en e-commerce.

Programa intensiu de formació sobre comerç electrònic que hem configurat a mesura per als cellers elaboradors de Cava. Aquesta sèrie de 4 Masterclass en directe, de dues hores cadascuna, busquen ajudar als cellers a potenciar al màxim les oportunitats que ofereix el món digital i rendibilitzar les seves botigues online.

MASTERCLASS #1: DISSENYA LA TEVA BOTIGA

Si encara no tens botiga

Com començar a muntar la teva botiga online. Analitzarem les diferents opcions tecnològiques al mercat per escollir la més convenient.

Temari: Recorregut per les diferents opcions existents: WordPress amb Woocommerce, Prestashop, a mida, Shopify, Magento, Wix. Anàlisi de pros i contres de cada opció.

Quan: 7 de maig, de 10 a 12h.

MASTERCLASS #2: MILLORA EL RENDIMENT

Si encara no tens botiga + Si ja tens botiga

Com plantejar o millorar el rendiment d'una botiga online.

Temari: Requisits obligatoris i legals. / Com organitzar l'estructura de continguts: home, categories i fiches de producte. / Què comunicar en una fitxa de producte per a què aconsegueixi més vendes. / Tips per augmentar les vendes.

Quan: 12 de maig, de 10 a 12h.

MASTERCLASS #3: ADMINISTRACIÓ + COMERCIAL

Si encara no tens botiga + Si ja tens botiga

Control administratiu i comercial de la botiga.

Temari: Indicadors i quadres de mandos per a avaluar i prendre decisions en un e-commerce de Cava. / Polítiques de fixació de preus i marges. / Les promocions que millor funcionen. / Tips i eines per a augmentar les vendes.

Quan: 19 de maig, de 10 a 12h.

MASTERCLASS #4: CAPTACIÓ DE TRÀFIC

Si encara no tens botiga + Si ja tens botiga

Captació de tràfic orgànic i pagat per a potenciar les vendes.

Temari: Tràfic orgànic: accions en mitjans propis: blog, emailing i xarxes socials. / Tràfic pagat: campanyes de publicitat. Les dues grans plataformes: Google Adwords i Facebook/Instagram. Característiques de cada una i els criteris per a decidir on i quan invertir.

Quan: 21 de maig, de 10 a 12h.

➤ WEBINAR Com potenciar les vendes del celler a través de Facebook Ads



2 de juny de 2020

Docent: Emma Llensa. Especialista en Facebook i Instagram Ads, disseny d'embuts de vendes i captació de clients potencials. A l'actualitat gestiona més de 20 comptes de clients i en dissenya l'estratègia per molts d'altres, a part de fer tasques de consultoria per altres empreses que necessiten acompanyament i suport mensual. Treballa amb diversos nínxols de mercat: immobiliari, coaching, formació, fitness, complements dietètics, agències de viatges, festivals de música.

Objectius: Ensenyar l'alumne el potencial de Facebook Ads per aconseguir més visibilitat i vendes per al celler. Vam veure diferents tipus d'objectius de campanyes i vam aprendre a dissenyar un embut de vendes senzill per aconseguir millors resultats.

Programa:

- Els bàsics de Facebook Ads. Facebook Ads: els bàsics. Com funciona, què és una campanya. Què és un conjunt d'anuncis i què és un anunci. Què és el píxel de Facebook, com funciona i quins avantatges suposa.
- Anuncis del sector del cava. Quin tipus d'anuncis serien els més adequats pel sector del cava.
- Quins objectius de campanyes utilitzar per aconseguir resultats. Tipus d'objectius que ens poden fer servei per aconseguir clients potencials.
- Disseny d'estratègia per aconseguir més vendes i visibilitat. Qui és el nostre client potencial i buscarem les maneres d'arribar a ell. Dissenyarem un embut de vendes.
- Com interpretar dades per aconseguir millors resultats. Com interpretar els resultats de les campanyes per saber si ho estem fent bé o si cal optimitzar-les per aconseguir un millor rendiment. Sempre amb l'objectiu d'aconseguir un retorn de la inversió més òptim.

➤ WEBINAR Com interpretar les dades de Google analytics i de Google Search Console per aconseguir millors resultats



9 de juny de 2020

Docent: Emma Llensa.

Objectius: Que l'alumne pugui navegar per Google Analytics sense perdre's-hi i obtenint informació de valor sobre el seu web, quines són les millors pàgines, quines pàgines s'haurien de millorar, quin comportament té l'usuari dins del web, quin tràfic és de més qualitat... L'objectiu final del curs és que l'alumne pugui extreure dades per després fer millores al web.

Programa:

- Els bàsics de Google Analytics. Google Analytics és una plataforma molt completa. Què és el que hem de mirar per obtenir informació de valor amb una sola ullada? Quins són els paràmetres bàsics que hem d'entendre?
- Conceptes imprescindibles. Percentatge de rebot, pàgines d'entrada, pàgines de sortida, millors pàgines, temps de sessió, informes d'audiència, adquisició d'usuaris...
- Cerca orgànica i millores del SEO. Com interpretar les dades de cerca orgànica? Ho enllaçarem amb Google Search Console i aprendrem a identificar a través de quines paraules clau els usuaris visiten el nostre web. Entendrem, també, com millorar el SEO (posicionament del web a buscadors) a través de les dades que hem analitzat a Google Analytics.
- Exemple de canvis a implementar al web. Vam veure diferents exemples de canvis a implementar a un web en funció de les dades que s'han recollit a Google Analytics.

➤ **WEBINAR Com crear una estratègia de mailing**



16 de juny de 2020

Docent: Cristina Rojas, Digital Marketing Specialist.

Objectius: La clau de l'èxit als negocis és optimitzar els processos al màxim, sobretot quan es tracta de processos llargs i repetitius, com pot ser el cas de l'email marketing. El marketing automatitzat és la manera més eficaç per usar dades que has recopilat dels teus clients i implementar un sistema completament automàtic per promocionar el teu negoci. Segueixes volent saber com automatitzar els enviaments de mailings per fidelitzar els teus clients i vendre més? Amb aquest webinar vam aprendre, de manera fàcil i consisa, pas a pas, què s'ha de fer per montar una estratègia de Marketing Automation per email. Vam conèixer quines plataformes existeixen, quins són els missatges claus que venen, com crear funnels de leads (possibles clients).

Programa:

- La importància de la Base de dades
- Contingut del mail: Capçalera, assumpte, cos, forma i crida a l'acció

- Millors plataformes
- Què és un funnel d'usuaris? En creem un pas a pas amb Active Campaign, la millor eina del mercat
- Trucs perquè obrin el correu: el poder dels textos que enganxen

> WEBINAR Cates virtuals



23 de juny de 2020

Docent: Adela Pereira, consultora i experta en e-commerce.

Objectius: En aquesta formació vam aprendre com fer tastos virtuals des de la nostra bodega i per als nostres potencials clients i / o actuals clients. Vam aprendre els criteris per triar el programari que es necessita, vam obtenir consells per dissenyar la il·luminació i els fons, vam aprendre estratègies per motivar els assistents i que interactuïn, vam aprendre com definir la mida de el grup, la durada i els temes de conversa i finament coneixerem tips sobre "què fer" i "què no fer" durant el tast.

Programa:

- Pas 1 · Dissenyar el tast: audiència, objectius, continguts, calendari i durada
- Pas 2 · Preparatiu, equip tècnic i plataformes
- Pas 3 · QDC: Qui, on i quan
- Pas 4 · Venda i difusió dels teus tastos
- Pas 5. L'esdeveniment del tast: abans, durant i després

> WEBINAR Marketing de curació



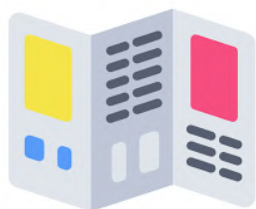
23 de setembre de 2020

Docent: Cristina Rojas, Digital Marketing Specialist.

Contingut: Sense continguts no podem posicionar-nos ni tampoc podem fidelitzar i captar l'usuari final al nostre producte. La curació de contingut és l'acte de descobrir, recol·lectar i presentar continguts digitals que venen de fonts externes d'alta qualitat. No es tracta de "copiar i enganxar". Es tracta de recopilar contingut d'alt interès i incloure'l al nostre propi contingut, de manera organitzada, per nutrir-lo i aconseguir millors resultats. En aquest webinar, vam aprendre com

crear contingut per a la nostra web i les nostres xarxes socials. Vam saber què hem de compartir per xarxes, quines fonts d'informació, hashtags i hores són les bones, com analitzar els resultats amb Analytics, què significar curar continguts, etc.

➤ WEBINAR Disseny de material comunicatiu



7 d'octubre de 2020

Docent: Carles Sala – Bulldog Studio Founder & Creative director.

Contingut: El disseny gràfic és una eina que ens ajuda a comunicar a la nostra audiència els valors del nostre producte. En un món centrat en la imatge, la importància d'un bon disseny és clau. Convertir els clients en fans de la nostra marca és la diferència entre ser un més o destacar. Per tots aquests motius, i tenint en compte la creixent experiència dels usuaris a nivell web, el disseny és primordial. En aquest webinar, vam aprendre què cal tenir per a crear un bon disseny. Vam parlar de les 4 troncs bàsiques: tipografia, color, espai i imatge. També vam aprofundir sobre la diagramació de l'espai i la jerarquia tipogràfica. L'objectiu d'aquest webinar va ser poder crear dissenys internament des del celler i generar, sempre que es tinguin els coneixements tècnics, el material gràfic d'ús habitual: cartells, flyers, notes de cata, imatges per a xarxes socials, catàlegs, tríptics, banners, etc.

➤ WEBINAR CRM per al teu celler Hubpot



21 d'octubre de 2020

Docent: Cristina Rojas, Digital Marketing Specialist.

Contingut: CRM ve de les inicials en anglès Customer Relationship Management el que seria en català: Gestió de relació amb els clients. Una empresa que usa el CRM com a model de gestió busca diferenciar-se dels seus competidors a través de l'ús de la informació que li aporten els seus clients, apropant-se a ells i aprenent de cada una de les seves interaccions amb l'objectiu d'incrementar la seva proposta de valor. En aquest webinar vam aprendre què és un CRM i quins són els seus avantatges. Vam estudiar pas a pas el CRM més conegut del mercat: Hubspot i vam aprendre a configurar-ho. També vam aprendre la integració de Hubspot amb altres softwares.

> WEBINAR Customer Centricity



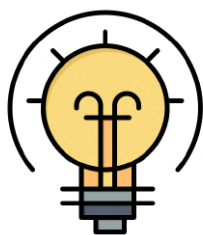
4 de novembre de 2020

Docent: Sonia Etxebarria - Experta en Experiència de client i gestió rendible de clients.

Fundadora de l'empresa Gowi - Customer Centricity Innovación.

Contingut: L'Experiència de Client genera negoci perquè posa el client al centre de les seves decisions. En l'enfoc de mercat habitual, es pensa en el client quan es vol vendre. Però aquesta visió és curtplacista i posa el focus en la captació i no en la retenció. Una empresa amb enfoc customer centric posa en valor aquesta captació generant relacions sòlides amb els seus clients que allarguin el seu cicle de vida. És a dir, tracten de treure el màxim de cada client captat. En aquest webinar vam veure per què és important posar el client al centre, a quins àmbits afecta (marca, implicació de direcció, interacció amb els clients potencials i digitals...), quins aspectes hem de tenir en compte per executar-hi i alguns conceptes clau que poden ajudar als cellers a generar més visites i més vendes d'una forma ordenada i controlada.

> WEBINAR Solucions Energètiques per als cellers: Compra Intel·ligent, Consum Eficient, Energia Sostenible



24 de novembre de 2020

Docent: Exclusivas energéticas

Contingut: La gestió energètica és un aspecte important en la gestió dels cellers, no només pels estalvis econòmics que poden obtenir sinó per la creixent pressió sobre els possibles efectes mediambientals. Als abocaments líquids de la fase d'elaboració es sumen els residus generats, les emissions atmosfèriques, el soroll o el consum de recursos que fan malbé l'entorn natural en què se situen les mateixes. A fi d'analitzar oportunitats de millora de l'eficiència energètica en matèria de monitorització i autoconsum energètics així com millorar les bones pràctiques mediambientals, vam abordar qüestions relatives a l'Eficiència, Monitorització i indicadors Energètics de Producció juntament amb indicadors d'impacte mediambiental.

• 3.2.3. Consultoria

Comptem amb un servei de consultoria personalitzada gratuït per ajudar a les empreses en el dia a dia de la seva activitat.

Assessorem en matèria fiscal, laboral, mercantil, exportació, etc. La nostra voluntat és atendre de forma molt àgil i resolutiva totes les consultes de les empreses, ja sigui directament a través de l'experiència contrastada del nostre equip, ja sigui a través dels nostres assessors externs. Així mateix, com a entitat associada a la Federación Española del Vino, tenim accés als seus serveis de consultoria i i els usem en benefici dels nostres associats.

Durant tot l'any 2020 hem atès consultes de diverses temàtiques, essent les més recurrents aquelles que tenen relació amb assumptes relatius al Conveni Laboral, Impostos Especials, tràmits d'exportació, etiquetatge, etc.

3.2.4. Comercialització

Des d'AECAVA organitzem la presència agrupada de les empreses a fires internacionals de referència.

Anualment, organitzem la presència agrupada d'empreses a les següents fires internacionals:

- PROWEIN (Düsseldorf)
- FENAVIN (Ciudad Real)
- BARCELONA WINE WEEK (Barcelona)

Al 2020, com a conseqüència de la pandèmia, les principals fires internacionals no es van poder celebrar i van quedar aplaçades per al 2021/2022.

3.2.5. Enoturisme

Recolzem i ajudem a promoure el turisme del Cava impulsat pels cellers associats.

La Comissió d'enoturisme d'AECAVA és l'òrgan encarregat de generar propostes i des d'AECAVA gestionem i coordinem els projectes que neixen dins de la Comissió. Fruit d'aquest treball, s'estan portant a terme diferents projectes i iniciatives per fomentar el turisme del cava.

- **ENOJORNADAS**

20 i 21 de febrer de 2020

Al CIC Fassina, Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona)

Dirigides als cellers i a les empreses del sector enoturístic de tota Espanya

www.enojornadas.com



Després de l'èxit de l'anterior edició, el 20 i 21 de febrer de 2020 va tenir lloc la segona edició de les Enojornades, que en aquesta ocasió va posar el seu focus en la internacionalització de l'enoturisme.

Amb un ambiciós programa, experts nacionals i internacionals van aprofundir en quines són les principals eines per arribar al client final i com s'ha d'actuar per adaptar-s'hi i millorar les estratègies en els diferents mercats, com Estats Units, Canadà, Llatinoamèrica i Rússia. També es va parlar de destinacions enoturístiques de referència com Itàlia i Xile i es van presentar iniciatives empresarials d'èxit i inspiradores.

Les Enojornades, que es van celebrar al Centre d'Interpretació del Cava de Sant Sadurní d'Anoia, són un punt de trobada i coneixement entre professionals per tractar temes d'actualitat del sector del vi, especialment de l'enoturisme. Van dirigir-se a professionals de cellers de tota la geografia espanyola, així com a professionals d'empreses del sector del turisme que tinguin un interès directe en el turisme enogastronòmic, ja siguin agències de viatges, cases rurals o serveis de restauració, entre d'altres. En aquesta nova edició, la periodista especialitzada en enoturisme Ruth Troyano tornarà a ser l'encarregada de conduir la trobada.

Aquestes noves Enojornades van comptar amb la participació de prestigiosos ponents com Zaida Semprun (Directora de Hacedores The Experience Collection), Anna Sánchez (Directora de Màrqueting estratègic de la Destinació Barcelona), Gabriel Guilera (Cap de Continguts de Turisme de Lleure i membre de l'equip de Direcció General de Turisme Barcelona), Sean P. O'Rourke (Co-fundador i CEO de

EATour Specialist), Julio Botella (Propietari de Julio Botella Travel), Alicia Ortiz (Gerent d'Enoturismo Chile), Roberta Garibaldi (Especialista en turisme enogastronòmic), Beatriz Vergara (Directora d'enoturisme de González Byass), Enrique López (Co-fundador i CEO de El Cavino del Vino) i Francisco Retamero (Co-propietari de Descalzos Viejos).

Les Enojornades estan organitzades per AECAVA que en els últims anys estem aportant per donar suport als cellers en el desenvolupament de l'enoturisme. Comptem amb la col·laboració de l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i del Consell Regulador del Cava.

PROGRAMA

20 DE FEBRER

9:00 Presentació de les Enojornades

CONÈIXER A L'ENOTURISTA

9:15 Perfil de l'enoturista

10:00 El turista de luxe de Barcelona. Perfil i tendències

11:00 Coffee break

COM APLICAR LES MEVES ESTRATÈGIES ALS DIFERENTS MERCATS

11:30 Estats Units i Canadà

12:15 Llatinoamèrica

CAS D'ÈXIT

13:15 El Cavino

21 DE FEBRER

9:00 Benvinguda a les Enojornades

COM VENDRE EL MEU TERRITORI

9:15 Xile

10:00 Itàlia

11:00 Coffee Break

COM APLICAR LES MEVES ESTRATÈGIES ALS DIFERENTS MERCATS

11:30 Xina

CASOS D'ÈXIT

12:30 Tío Pepe

13:15 Descalzos Viejos

14:15 Conclusions de les jornades + Copa de Cava

- **La Verema del Cava**

Del 29 d'agost al 20 de setembre de 2020

A 9 cellers associats: Agustí Torelló Mata, Alta Alella, Codorníu, Giró del Gorner, Juvé & Camps, Pagès Entrena, Segura Viudas, Sumarroca i Vilarnau

www.laveremadelcava.com



AECAVA
ASSOCIACIÓ D'ENOTURISME DE CAVA

- ENOTURISME -

LA VEREMA DEL CAVA

PENEDÈS I ALELLA, 2020

29 AGOST | 12:00 | CODORNÍU
 5 SETEMBRE | 8:30 | ALTA ALELLA
 6 SETEMBRE | 10:00 | VILARNAU
 12 SETEMBRE | 10:00 | JUVÉ & CAMPS
 12 SETEMBRE | 11:00 | SEGURA VIUDAS
 18 SETEMBRE | 18:30 | SUMARROCA
 19 SETEMBRE | 11:00 | PAGÈS ENTRENA
 19 SETEMBRE | 20:30 | AGUSTÍ TORELLÓ MATA
 20 SETEMBRE | 11:00 | GIRÓ DEL GORNER

WINE ASSOCIATION
WINE ASSOCIATION

WWW.LAVEREMADELCAVA.COM

En aquesta ocasió, 9 cellers del Penedès i d'Alella es van unir per oferir un conjunt d'ofertes enoturístiques: la cinquena edició de La Verema del Cava va tornar amb aforaments reduïts i amb totes les mesures preventives sanitàries. Les activitats proposades a La Verema del Cava van tenir lloc a l'aire lliure, en aforaments reduïts i amb reserva prèvia. Així mateix, tots els cellers complien amb la Guia d'especificacions per a cellers en matèria d'enoturisme davant la COVID19 elaborada per l'Institut para la Calidad Turística Española, avalada pel Ministeri de Sanitat i la Secretaria d'Estat de Turisme.

El 29 d'agost al migdia es va celebrar la primera activitat al celler Codorníu, amb una visita a les seves instal·lacions i un dinar als Jardins de Codorníu, inaugurats recentment. El diumenge 30 d'agost va ser el torn d'Alta Alella, que a primera hora del matí va oferir una sessió de ioga i esmorzar a les vinyes del Paratge Qualificat Vallcirera amb vistes al mar.

La setmana següent, el diumenge 6 de setembre, Vilarnau va convidar a trepitjar raïm amb els peus, tal i com ho feien els nostres avantpassats. La seva proposta va acabar amb un brunch entre vinyes.

El 12 de setembre dos cellers van seguir amb les seves propostes. Per una banda, a Juvé & Camps es va fer un tast únic de les diferents varietats de raïm així com un tast dels seus Caves monovarietals, tot acompanyat per un esmorzar entre vinyes. Per l'altra, des de Segura Viudas van proposar una visita molt especial que combinava també verema, natura i gastronomia.



La darrera setmana de La Verema del Cava hi va haver quatre activitats. El divendres 18 de setembre, Sumarroca va oferir una passejada amb tast a les seves parcel·les, acabant amb cava i pica-pica mentre es gaudia de la posta de sol. El dissabte 19 de setembre al matí, el celler Pagès Entrena va organitzar un maridatge vora el riu amb formatges premium. Al vespre, al celler Agustí Torelló

Mata es va celebrar un sopar de verema a les seves Caves amb l'acompanyament del foc de les fil·loxeres de Sant Sadurní. Finalment, el 20 de setembre al matí el celler Giró del Gorner va organitzar un tast de mostos de la collita 2020 i tots els assistents van poder gaudir d'un brunch sota els arbres amb vistes a les vinyes, acompanyat dels seus millors Caves.

- **Jornada de Portes Obertes**
12 d'octubre de 2020



El 12 d'octubre va tenir lloc la tradicional Jornada de Portes Obertes a les caves. Aquesta iniciativa, originada fa gairebé 30 anys per la Confraria del Cava, va tornar en unes condicions ben diferents. El 2020, marcat per la pandèmia, els cellers de Cava van decidir organitzar la tradicional Jornada de Portes Obertes que se celebra anualment el 12 d'octubre. Enguany, tots els cellers

que van obrir les seves portes ho van fer amb reserva prèvia per gestionar els aforaments.

Els cellers associats a AECAVA que van obrir van ser: Blancher, Canals & Munné, Carol Vallès, Caves Bolet, Celler Vell, Codorníu, Giró Ribot, Olivé Batllori i Pagès Entrena, entre d'altres. Alguns d'aquests cellers van oferir visites gratuïtes i, d'altres, visites de pagament, la recaptació de les quals va anar destinada a causes socials. Alguns cellers també van oferir tastos solidaris a l'exterior de les caves.

3.3. COMUNICACIÓ I MARKETING

3.3.1. Departament de premsa

El Departament de Comunicació i Marketing d'AECAVA té com a principals tasques:

- > Redacció i tramesa de notes de premsa i relació amb els mitjans.
- > Gestió d'entrevistes.
- > Assessorament de la institució en temes de comunicació, difusió i imatge.
- > Dinamització dels canals digitals d'AECAVA.
- > Creació de continguts a la web i a les xarxes socials.
- > Creació de campanyes online que afavoreixin els cellers associats.

Al llarg del 2020, s'han atès diversos mitjans, essent La Vanguardia, El País, TVE comarques, El Punt Avui, Diari Ara, Setmanari L'Econòmic, Expansión, TV3, El 3 de Vuit, El Correo, Gastroradio i TVE Informatius, entre d'altres.

3.3.2. Comunicació digital

Donem suport als cellers associats promocionant tota la informació que comuniquen a través de les nostres webs i de les nostres xarxes socials.

WEB CORPORATIVA

WWW.AECAVA.COM

Aquest 2020 hem seguit la línia de renovar la web i la imatge corporativa que vam iniciar l'any passat de la mà de l'estudi de disseny Bulldog Studio.

L'objectiu de la nova web és la de promoure els cellers associats i permetre alhora que l'usuari que hi navega trobi el contingut didàctic relacionat amb el Cava de manera ràpida i eficient.

La web creada és en 3 idiomes (català, castellà i anglès) donat que un nombre elevat de les visites arriben de fora de Catalunya.

L'eslogan de la nova imatge corporativa és #WeAreCava, amb la voluntat de mostrar la unió del sector i l'alta representativitat de l'associació respecte el total de cellers elaboradors de Cava.

Amb la unió de les dues patronals, vam generar un procés de naming per anomenar la nova entitat. En aquest procés s'hi va implicar la Comissió de Marketing juntament amb l'estudi de disseny. El naming que va resultar va ser **AECAVA – Associació d'Elaboradors de Cava**.

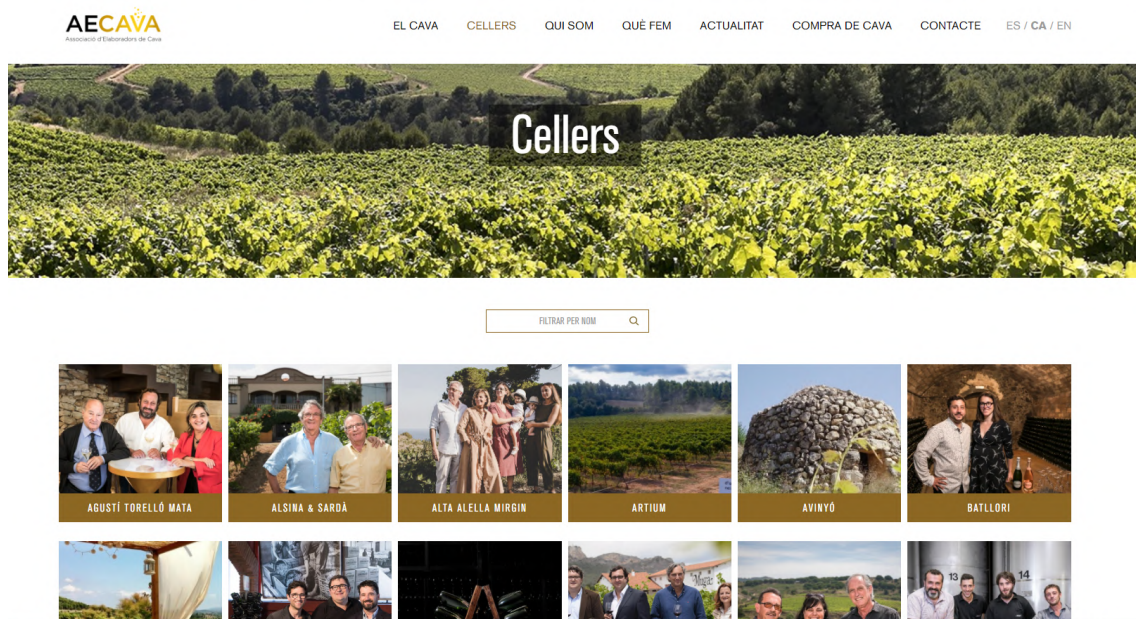
El logotip del qual és:



Amb les seves versions respectives en castellà i anglès:



A la nova web s'ha volgut dotar de protagonisme als cellers associats, amb una indexació exhaustiva de tots ells, incloent un cercador:



Així mateix, s'ha elaborat una fitxa de cada celler, a tres idiomes (Cat / Cast / Eng) on hi figura el logotip, una descripció del celler, el link a les xarxes socials, el telèfon i mail de contacte i la direcció postal. La fitxa també inclou fotografies de cada celler i dels equips de professionals que en formen part.



PAGÈS ENTRENA

PAGÈS ENTRENA
Cava familiar

Un celler familiar, on l'alta qualitat i el bon servei, són els principis a seguir i formen part de la nostra identitat. Aquests principis marquen una forma singular d'entendre la manera de treballar durant més de tres generacions. Un celler amb una producció limitada, orientada a un mercat exigent, tant del sector professional, com al client final. Orgullosos de la nostra manera de treballar i agraïts pel nostre entorn natural, oferim una àmplia oferta d'enoturisme amb la intenció de poder presentar els nostres elaborats als amants dels vins i caves.



Contacte

Ctra. de Piera a St. Sadurní, Km 10,300. 08784 - Sant Jaume Sesoliveres (Piera)

T. (+34) 93 818 38 27

cava@pagesentrena.com

www.pagesentrena.com



< Anterior

TORNAR

Següent >

Des d'AECAVA es treballa constantment per posicionar la web als principals cercadors d'Internet, estructurant el contingut de la web de manera que sigui fàcilment trobable pels motors de cerca (SEO Optimized).

Tota la informació que apareix a la web d'AECAVA és informació de qualitat, amb alta rellevància, fet que ens permet sortir a les primeres posicions quan les cerques giren al voltant de les paraules "Cava" i similars.

Al 2020 la web www.aecava.com va tenir 21.872 usuaris i 60.850 visites a pàgines.

- Per edat:
 - 45-54 anys: 24%
 - +65 anys: 21%
 - 55-64 anys: 21%
 - 35-44 anys: 14%
 - 25-34 anys: 14%
 - 18-24 anys: 6%
- Per sexe:
 - 65% dones
 - 35% homes
- Per ubicació:
 - 81% Espanya
 - 5% Estats Units
 - 1% França
 - 1% Mèxic
 - 12% Altres

- Segons la freqüència:
 - Nous visitants: 86%
 - Visitants recurrents: 14%
- Pàgines vistes
 - Pàgina inicial (Es): 9%
 - El Cava (Cast): 9%
 - El Cava (Cat): 3%
 - El Cava (Eng): 2%
 - Compra Cava (Cat): 12%
 - Compra Cava (Es): 8%
 - Cellers (Cast): 6%
 - Cellers (Cat): 3%
 - Qué hacemos (Cast): 2%
 - Quienes somos (Cast): 2%
 - Altres: 44%
 - Altres inclou totes les visites a les fitxes dels cellers, a les notícies de l'apartat Actualitat.

XARXES SOCIALS

Al 2020 s'ha continuat amb l'estratègia de Xarxes Socials d'AECAVA, mantenint un grau de dinamització alt, amb l'objectiu principal de reforçar la comunicació de les marques associades, tot difonent les activitats dels propis cellers associats, notícies rellevants que protagonitzen i informacions del sector que són d'especial interès.



Al 2020, arran de la pandèmia, moltes de les publicacions de les xarxes socials d'AECAVA han anat enfocades a potenciar el consum de Cava a les llars.

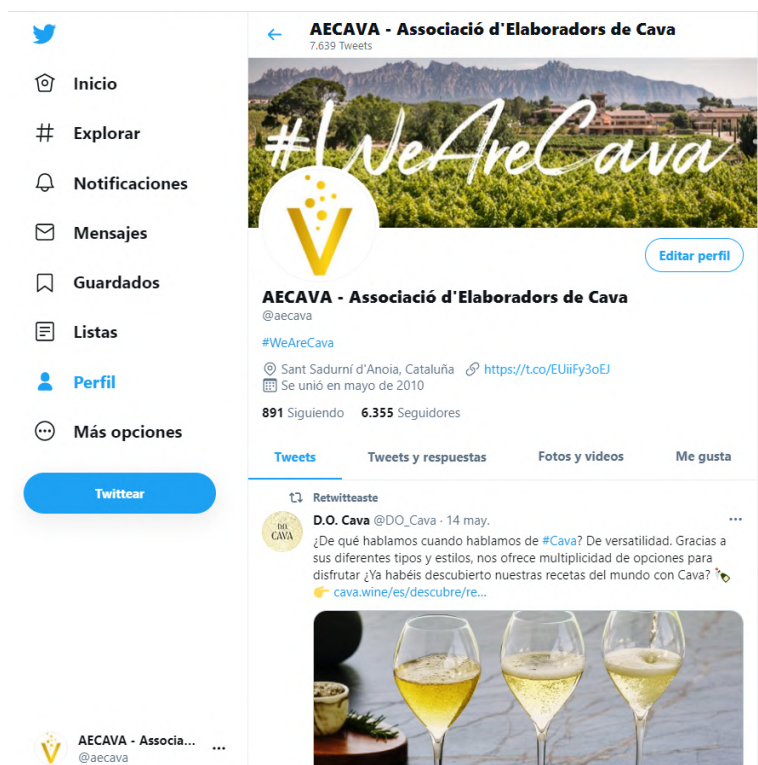
- **Twitter**

6.355

SEGUIDORS

Compte: @AECAVA

Al 2020 s'ha seguit enfortint la comunicació via Twitter. Com a resultat, el compte d'AECAVA compta amb 6.355 seguidors. Els tweets se centren en activitats promogudes per AECAVA que impliquen als cellers associats, així com activitats que organitzen directament els cellers associats, els seus productes, premis obtinguts, consumidors de Cava que comparteixen fotografies, crítics de vins que comparteixen notes de tast de productes, etc.



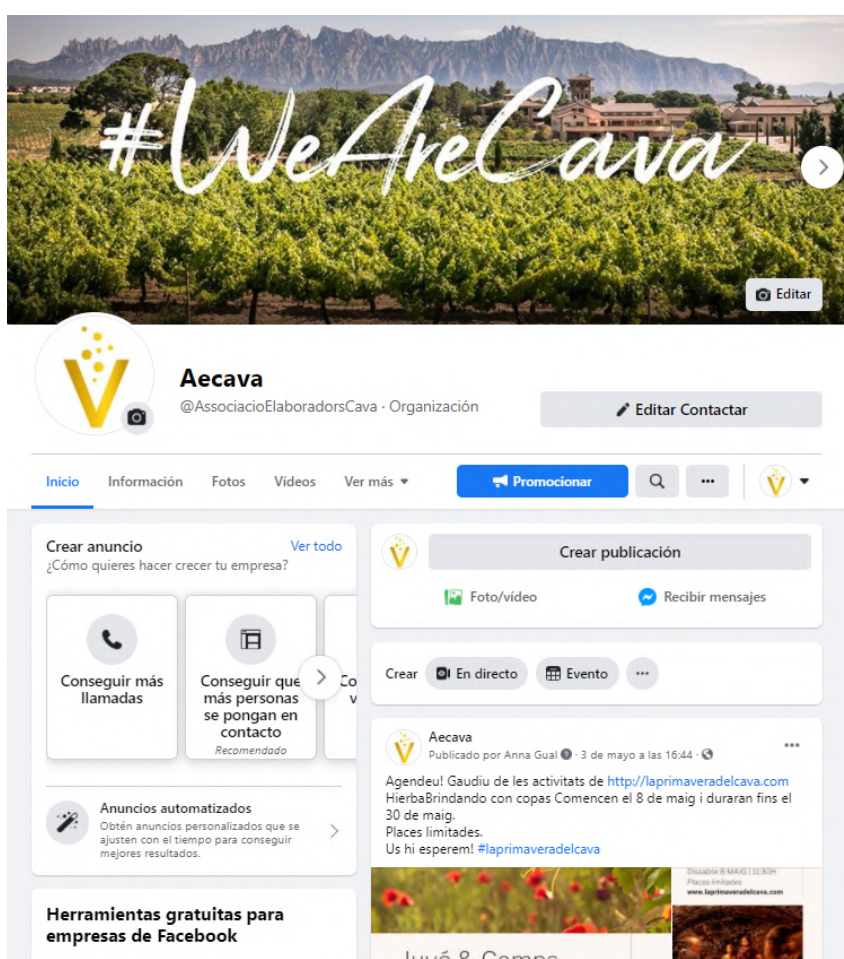
- **Facebook**

5.452

SEGUIDORS

Compte: @AssociacioElaboradorsCava

Al 2020 s'ha seguit potenciant la xarxa social Facebook. El seu perfil és consumidor final, especialistes en vins i amants dels vins i la gastronomia, així com enoturistes i wine lovers. De totes les publicacions, les que tenen més interaccions són aquelles adreçades a consumidor final.

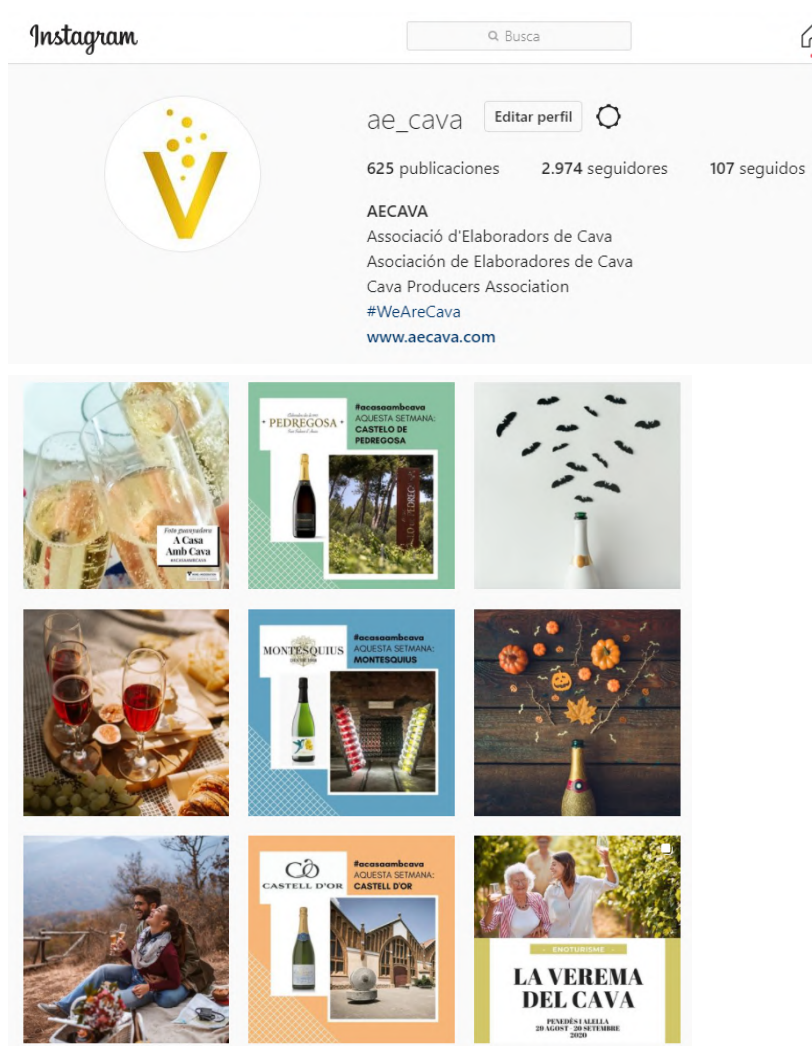


A Facebook també hi gestionem un Grup privat: *Formadores en Cava*. Els seus integrants són els formadors en Cava que s'han format per AECAVA des del 2011 fins a l'actualitat. El grup té com a objectiu reforçar la cultura del Cava tot difonent accions vinculades al Cava, formacions, etc. El grup permet, alhora, que els formadors de Cava de tota Espanya trobin un punt de comunicació i connexió entre ells. Aquest grup es manté molt actiu gràcies a totes les aportacions dels seus integrants.

- Instagram

2.974
SEGUIDORS

Compte: @ae_cava



Públic a qui es dirigeix: consumidor final, especialistes en vins i amants dels vins i la gastronomia. *Perfils:* gent jove, foodies, wine lovers, altres.

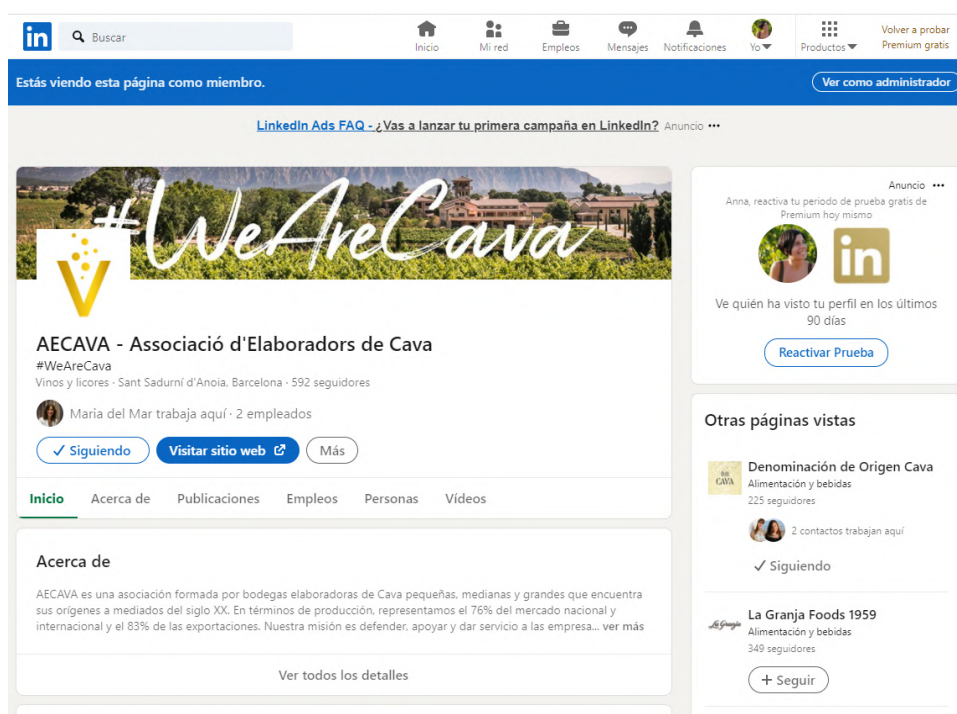
El contingut que s'hi exposa va vinculat al Cava i als cellers associats, amb l'objectiu d'ajudar-los en la promoció i el suport de les seves marques. Alguns exemples de publicacions són: promoció de la participació agrupada a fires, difusió de projectes

propis que inclouen els cellers associats, comunicació del Cava en dies assenyalats (Sant Joan, Sant Jordi, Nadal, etc.), etc.

- **LinkedIn**

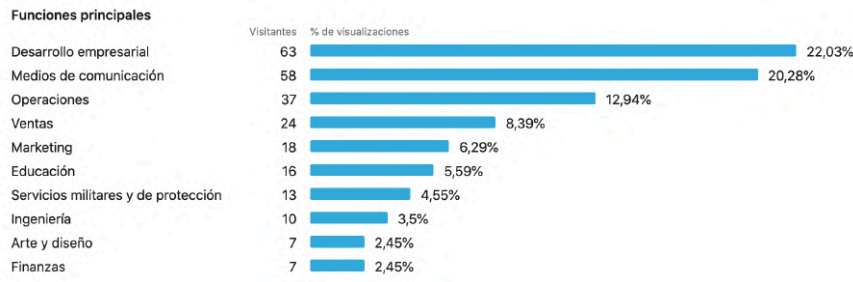


Compte: @aecava



AECAVA té alhora presència a LinkedIn, la xarxa professional més gran del món. Aquesta via de comunicació amb els seguidors està orientada principalment a les empreses, als negocis i al món laboral. El perfil de la patronal és seguit per un nombre destacat de professionals amb experiència. Respecte el sector, el que més predomina és el dels Vins i licors, seguit del de l'Alimentació. Darrerament aquest perfil s'ha reactivat, omplint-lo de contingut d'interès afí als interessos dels seguidors.

Característiques dels visitants:



- **Iniciativa digital A casa amb cava #acasaambcava**

Des d'AECAVA vam llançar, al mes de d'abril de 2020, una iniciativa digital que buscava promoure la visualització del consum de Cava a les cases amb objectiu de fomentar el consum de Cava en el context de la pandèmia.

Cada setmana s'efectuava un sorteig d'una caixa de Cava d'un celler diferent entre tots els participants que penjaven una foto d'un moment de consum de Cava amb el hashtag #acasaambcava o #encasaconcava. S'aprofitava, a més a més, per fer repost a les nostres xarxes socials amb les fotos participants i llençar el missatge que el confinament i el Cava, sempre amb moderació, són molt bons aliats.

En total han estat 30 setmanes promovent la iniciativa a l'[Instagram d'AECAVA](#) amb un resultat exitós (més de 500 fotografies participants).

Exemples de post promocionals de cada celler participant:



Exemples de fotos guanyadores de la iniciativa #acasaambcava:



- **Marketplace www.compracava.com**

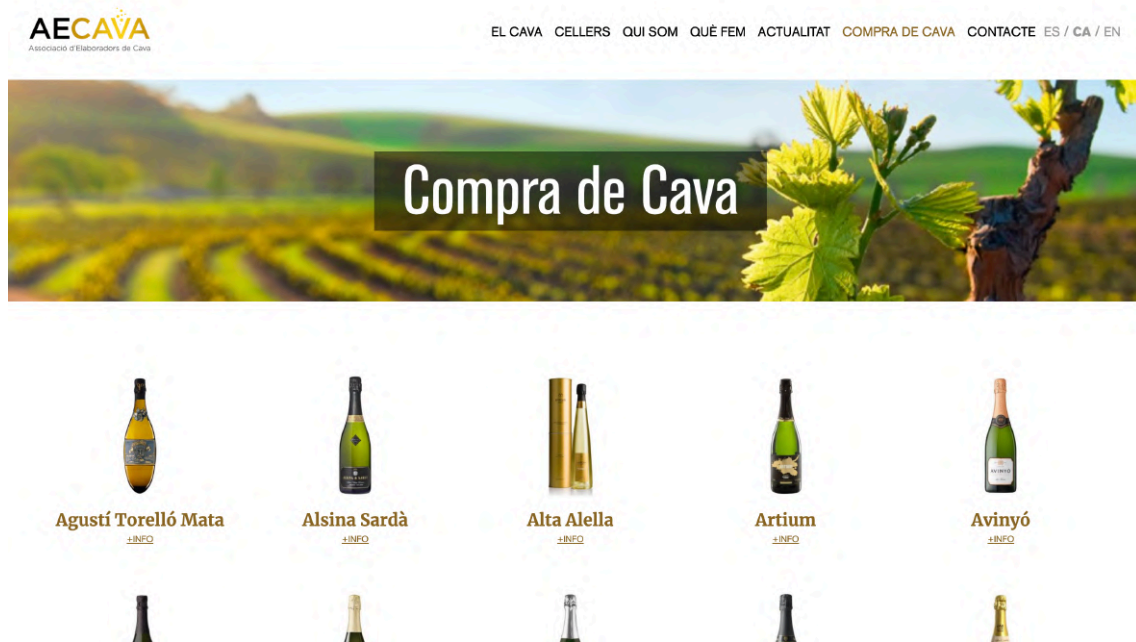
A principis de maig de 2020 vam fer pública una nova iniciativa digital que girava entorn d'un Marketplace creat per a l'ocasió. La iniciativa va néixer amb l'objectiu d'afavorir les vendes digitals de Cava i arribar directament al consumidor final.

A través del web www.compracava.com (també www.compracava.cat i www.compracava.es), el client té la possibilitat d'accedir a un gran ventall de cellers que compten amb botiga online pròpia, venen directament des del celler o bé ho fan a través d'altres portals de vins. Amb aquesta iniciativa, des d'AECAVA vam voler donar suport als cellers aprofitant l'increment de les vendes online de vi a conseqüència de la crisi de la COVID-19.

El portal es presenta com un gran aparador de Caves on el consumidor té la possibilitat d'accedir directament als seus Caves preferits, així com descobrir-ne d'altres. Per potenciar el projecte i incrementar el nombre de visites, hem posat en

marxa una Pla de promoció digital inclou campanyes publicitàries als cercadors i a les xarxes socials.

Aquest projecte es va presentar just després que s'hagués fet pública la iniciativa [#acasaambcava](#) a les xarxes socials, iniciatives que s'enmarquen en un Programa d'AECAVA per potenciar el consum de Cava a casa, tot esperant també la recuperació gradual del consum al canal Horeca.



Per a potenciar el Marketplace, des del seu inici es va contractar una agència de SEM per a portar tràfic cap a la web provinent de xarxes socials. Com a resultat, al 2020 www.compracava.es va tenir 7.252 visitants i www.compracava.cat 4.995 visitants. En total, més de 12.000 persones van visitar el Marketplace al llarg de l'any.



- **Iniciativa digital Millor amb Cava #millorambcava**



#MILLORAMBCAVA #SETMANAVICATALÀ



CELLERS QUE PARTICIPEN APORTANT CAVA:

Agustí Torelló Mata	Guilera
Avinyó	Heretat Mas Tinell
Bolet	Jaume Giró i Giró
Canals i Munné	Maria Rigol Ordi
Cavas Hill	Mascaró
Caves Miquel Pons	Mont Marçal
Caves Vilarnau	Olivé Batllori
Celler Carles Andreu	Segura Viudas
Celler Parató	Sumarroca
Freixenet	Viña Torreblanca



En el marc de la Setmana del Vi Català, des d'AECAVA vam llançar al mes de novembre de 2020 una iniciativa digital que va tenir un gran ressò. Des del perfil d'Instagram d'AECAVA es van sortejar 20 lots de Caves premium per a 20 guanyadors entre tots els participants. Cada guanyador va rebre un lot de Caves que contenia: Un Cava Reserva + Cava Gran Reserva + Cava Rosat. Per participar-hi, calia penjar una fotografia a Instagram d'una foto del Cava preferit, dir amb quin plat t'agrada acompanyar-lo i incloure els hashtags [#millorambcava](#) i [##setmanavicatalà](#).

Els 20 cellers associats que van col·laborar aportant Cava són:

- | | |
|------------------------|----------------------|
| • Agustí Torelló Mata | • Guilera |
| • Avinyó | • Heretat Mas Tinell |
| • Bolet | • Jaume Giró i Giró |
| • Canals i Munné | • Maria Rigol Ordi |
| • Cavas Hill | • Mascaró |
| • Caves Miquel Pons | • Mont Marçal |
| • Caves Vilarnau | • Olivé Batllori |
| • Celler Carles Andreu | • Segura Viudas |
| • Celler Parató | • Sumarroca |
| • Freixenet | • Viña Torreblanca |

- **Cava & Cultura (Col·laboració amb Grup Enciclopèdia)**



AECAVA va col·laborar en la difusió de la literatura i de la lectura amb una acció conjunta al Nadal 2020 sota el títol: *Per Nadal, Cava i Cultura*.

Un total de 16 cellers van aportar Cava per a confeccionar 150 paneres personalitzades. Els lots van anar destinats a llibreters per agrair-los la feina que dia a dia fan per fer arribar la bona literatura a tots els públics en un any que ha estat molt complicat per a tots a causa de la pandèmia provocada per la Covid-19. Els cellers que van participar a la iniciativa, aportant un Cava Reserva de mínim 15 mesos de criança, van ser:

Agustí Torelló Mata, Alta Alella, Bodegas Capità Vidal, Castell Sant Antoni, Cavas Hill, Caves Miquel Pons, Caves Vilarnau, Cellers Alsina, Covides, Giró del Gorner, Giró Ribot, Maria Rigol Ordi, Molí Parellada, Mont Marçal, Sumarroca i U MES U.

Per la seva banda, AECAVA va rebre, per part de Grup Enciclopèdia, exemplars de tres dels títols més venuts de la casa, que va repartir posteriorment entre els cellers participants: *Mar d'estiu*, de Rafel Nadal, *Escac al destí*, de Lluís Llach, *Les amistats traïdes*, premi Sant Jordi 2019, de David Nel·lo, i el volum del MIC, *El drac sense foc*. Amb aquesta acció, les dues entitats van voler posar de relleu la importància de la cultura i, especialment, de la literatura, però també dels productes locals i de proximitat com ho és el Cava.

3.3.3. Seminaris de Cava

NACIONAL

- **Seminaris de Cava a escoles d'hoteleria, sumilleria i universitats espanyoles**

En els últims anys, des d'AECAVA estem col·laborant amb un gran nombre d'Escoles d'Hoteleria, Associacions de Sommeliers i altres projectes formatius vinculats al sector vinícola per tal de promoure la cultura del Cava i enfortir la seva presència en tot el territori espanyol. Actualment, ja són més de 50 els centres formatius d'Espanya que imparteixen la formació de Cava dins els seus temaris.

Malgrat la Covid-19, un bon nombre de centres formatius han seguit impartint els Seminaris de Cava amb totes les mesures sanitàries.

Actualment des d'AECAVA col·laborem i impartim Seminaris de Cava a:

- **ANDALUSIA**

ASM Asociación de Sumilleres de Málaga (Málaga)
Escuela de Hostelería Castillo del Marqués (Málaga)
Escuela de Hostelería La Capellanía (Alhaurín de la Torre, Málaga)
Escuela de Hostelería Jacaranda (Málaga)
Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo Sevilla (Sevilla)
Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo Jaén (Jaén)
Escuela Superior de Hostelería de Sevilla (Sevilla)
IES Heliopolis (Sevilla)
Sociedad gastronómica El Espartero (Jerez)
Vatel Málaga International Hospitality School (Málaga)

- **ARAGÓ**

Escuela de Hostelería Guayente (Huesca)
Escuela de Hostelería Teruel (Teruel)
Grupo de cata de Barbastro (Huesca)

- **CASTELLA – LA MANXA**

Cámara de Comercio de Ciudad Real (Castilla La Mancha)
Universidad de Castilla La Mancha – ETSIAM (Albacete)

- **CASTELLA I LLEÓ**

Club de Catas del Casino de Soria (Soria)
Curso para Sumilleres en Palencia (Palencia)
Escuela de Enología y Viticultura San Gabriel (Aranda de Duero)
Escuela de Hostelería Alcazaren (Valladolid)
Museo del Vino de Peñafiel (Valladolid)

Universidad Europea Miguel de Cervantes (Valladolid)

- **CATALUNYA**

English for Wine Aspects (Vilafranca del Penedès)

Escola Joviat (Manresa)

IES Olivar Gran (Figueres)

Jesuïtes de Sarrià (Barcelona)

- **COMUNITAT DE MADRID**

AMYCE Asociación de Maîtres y Camareros de España (Madrid)

Escuela de la Vid (Madrid)

Escuela de Hostelería Casa de Campo (Madrid)

Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid

FACYRE Federación de cocineros y reposteros de España (Madrid)

- **COMUNITAT VALENCIANA**

Centro De Turismo de Valencia (Valencia)

Escuela de hosteleria Fundación CruzCampo Valencia (Valencia)

- **EXTREMADURA**

Escuela Europea del Vino (Badajoz)

- **GALÍCIA**

APTCM Asociación do Turismo da Costa da Morte (Costa da Morte)

CIFP Manuel Antonio (Vigo)

CIFP Paseo das Pontes (A Coruña)

CIFP Compostela (Santiago de Compostela)

CSHG Centro Superior de Hostelería de Galicia (Santiago de Compostela)

Galicia Wine (Vigo / Ourense)

IES Fraga Do Eume (A Coruña)

IES Sanxillao (Lugo)

IES Vilamarín (Orense)

Obradoiro de Viños (La Coruña)

- **ILLES BALEARS**

EHIB Escola d'Hoteleria Illes Balears (Mallorca)

IES Juniper Serra (Mallorca)

- **MÚRCIA**

Universidad Católica de Murcia (Murcia)

- **PAÍS BASC**

ASUGI Asociación de Sumilleres de Gipuzkoa (Gipuzkoa)

CEBANC (Donostia)

Escuela Superior de Hostelería Artxanda (Bilbao)

Escuela Superior de Hostelería Bilbao (Bilbao)
HOBETUZ Fundación Vasca para la Formación Profesional Continua (Gipuzkoa)

Cellers associats que han col·laborat aportant producte per als Seminaris de Cava:

- > Alta Alella
- > Cavas Hill
- > Covides
- > Freixenet
- > Gatell
- > Juvé & Camps
- > Maria Rigol
- > Ordi
- > Mascaró
- > Mastinell
- > Montesquius
- > Olivé Batllori
- > Parató
- > Roger Goulart
- > Rovellats
- > Segura Viudas
- > Sumarroca
- > U MES U
- > Vilarnau
- > Viña
Torreblanca

Els docents encarregats d'impartir aquests Seminaris de Cava són els propis formadors en Cava que han participat en els Cursos de Formadors en Cava, així com enòlegs, sommeliers i tècnics dels cellers associats a AECAVA.

Alguns dels seminaris de Cava realitzats l'any 2020:



Escuela Superior de Hostelería de Madrid



CIFP Carlos Oroza



Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo Sevilla



INS Escola d'Hoteleria i Turisme de Barcelona



Málaga - Soluciones Consultoras Formativas



I. E. S. La Laboral de La Rioja



ETSIAM - UCLM

- **Programa “Mòdul Professional de Coneixedor del Vi i del Cava”**

Projecte d'adaptació curricular en matèria de vins i caves, en les formacions de Grau mig en Servei de Restauració i grau superior en Tècnic Superior en Direcció de Serveis de Restauració.

Antecedents: Des del sector del Vi i el Cava catalans, es detecta una necessitat d'ampliació dels coneixements dels futurs professionals de la restauració per tal d'adaptar-los a les noves oportunitats professionals. Aquestes noves oportunitats requereixen una adaptació dels actuals programes formatius que podria ajudar no només a millorar els coneixements del Vi i del Cava dels futurs professionals sinó també a ampliar els seus coneixements amb l'estudi d'altres disciplines que poden ser útils en un futur.

Objectius:

- Adequar la formació que s'imparteix actualment en el sector del vi i del cava, adaptant-la a les necessitats de coneixement detectades pel sector.
- Oferir un marc de referència de formació en el sector del vi i del cava, reconegut pel Departament d'ensenyament, per l'INCAVI, per les patronals del sector, pels professionals i empreses del sector i pels centres educatius.
- Ajudar a fomentar el consum de vi i cava català, que actualment pateix d'un consum minoritari a Catalunya comparat amb vins d'altres Denominacions d'Origen.

Escoles participants al projecte:

- > Escola Joviat (Manresa)
- > Escola Olivar Gran (Figueres)
- > Escola Sant Ignasi Jesuïtes de Sarrià (Barcelona)
- > INS Cavall Bernat (Terrassa)



CFGM d'hostaleria de Jesuïtes Sarrià Sant Ignasi

EXTERIOR

- **Seminaris de Cava a Suïssa**

Malgrat la Covid-19, hem seguit col·laborant el 2020 amb les dues escoles formatives de Suïssa amb qui portem col·laborant des de fa molts anys:

- **SSTH - Swiss School of Tourism and Hospitality (CHUR)**

Dates dels Seminaris de Cava: Tardor 2020 i Primavera 2021

Professor del Seminari de Cava: Manfred Wagner, expert en vins

Nombre d'alumnes: 150 alumnes (dividits en 6 grups)

- **Schweizerische Hotelfachschule Luzern SHL (LUCERNA)**

Dates dels Seminaris de Cava: 4 seminaris durant el Curs 2020-2021

Professor del Seminari de Cava: Marcel Gabriel, expert en vins

Nombre d'alumnes: 150 alumnes (dividits en 4 grups)

Cellers participants Curs 2020-2021:

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| > Agustí Torelló Mata | > Parés Baltà |
| > Freixenet | > Perelada |
| > Jaume Giró i Giró | > Rovellats |
| > Juvé & Camps | > Segura Viudas |
| > Maria Rigol Ordi | > Sumarroca |
| > Mascaró | > Vilarnau |
| > Molí Parellada | > Vins el Cep |
| > Parató | |



Seminaris de Cava a lla Schulhotel der HTF Hotel- und Touristikfachschule Chur

3.3.4. Cursos de Formador en Cava

Des d'AECAVA hem format 173 formadors en Cava al llarg de 15 promocions del Cours en Formador en Cava.

Aquests cursos van dirigits a formadors de el sector del vi i tenen com a objectiu ampliar els seus coneixements a Cava, de manera que puguin posteriorment aplicar-los en la seva vida professional i com a suport en la difusió de la cultura del Cava.

Des del 2011, la formació dels Cursos de Formador en Cava ha estat impartida des d'AECAVA, amb el patrocini de el Consell Regulador del Cava. A partir del 2020, els cursos s'organitzen des del Consell Regulador del Cava.

Aquesta formació ja compta amb 15 promocions.

Fins a dia d'avui, hi han participat 233 alumnes, 173 dels quals s'han convertit en Formadors a Cava. Com a resultat, centenars d'alumnes d'escoles d'Hostaleria, associacions de sommeliers i professionals de el món de el vi estan rebent formació a Cava.



4 - ACTUALITAT SECTORIAL

Exportacions mundials de vi escumós al 2020¹

En èpoques de crisi solen ser els vins de major preu els que més pateixen les conseqüències.

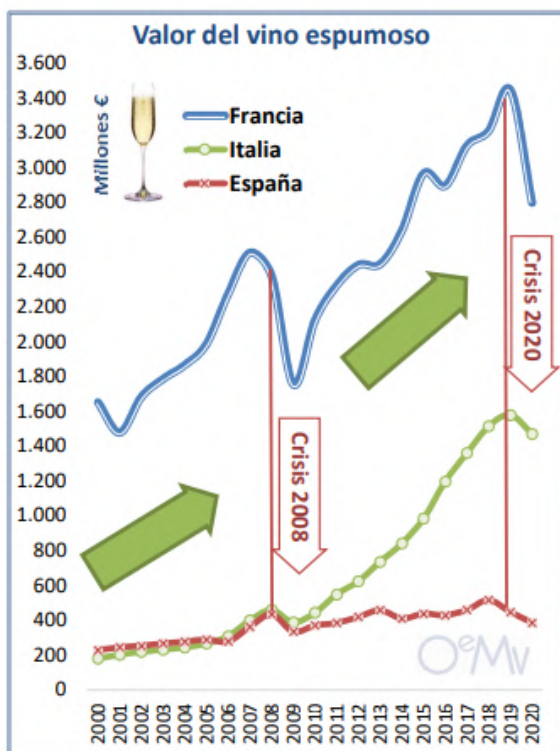
El vi escumós va ser el que més va perdre en termes relatius (-5,1% en volum i -15,3% en valor), fins a situar-se en els 827.700.000 de litres i en els 5.535 milions d'euros, després d'arribar als seus màxims històrics al 2019. El comerç de l'escumós va caure al 2020 en 47 milions de litres i en 1.000 milions d'euros, amb un preu mitjà que va baixar un 10,8% (més que cap altre vi) fins als 6,34 €/litre, el més econòmic des de l'any 2009.

Tot i així, França es va mantenir com el primer venedor mundial de vi escumós en termes de valor, seguit d'Itàlia, la facturació va caure un 6,9% fins als 1.470,6 milions d'euros (-108.400.000), després de varis anys registrant un creixement excepcional, liderat pel Prosecco. En termes de volum, Itàlia va perdre un 2,3% de les seves exportacions i va liderar les vendes mundials amb 408 milions de litres (-9.700.000), més del doble que França, segon exportador amb 170.700.000, un 12,6% menys (-24.600.000). França registrar clarament les pèrdues més absolutes entre els 11 països analitzats, amb un preu mitjà que va baixar un 7% fins als 16,39 € / litre.

Per la seva banda, l'escumós italià va baixar de preu un 4,7%, fins als 3,60 euros. Espanya va caure menys de la meitat que França en volum (-5%) i va estar a punt de superar-la com a segon proveïdor mundial, amb 168,8 milions de litres (-8,8 milions), només 1,9 milions menys que els venuts pel país gal. La caiguda d'Espanya va ser més gran en valor, -14% fins als 385.500.000 d'euros (-62.600.000), a l'ésser el que més va baixar de preu dels tres, un 9,5% fins als 2,28 € / litre, inferior a la resta.

La suma d'Itàlia, França i Espanya representen al voltant del 85% de les exportacions mundials de vi escumós en 2020. Molt lluny d'ells trobem a Alemanya, que manté el seu quart lloc malgrat caure un 11,3% en volum i un 27% en valor, fins als 27,5 milions de litres i els 87.800.000 d'euros, a un preu mitjà que va baixar un 17,7% fins als 3,19 € / litre. Estats Units (+ 2,2%) i Nova Zelanda (+ 128%) van ser els únics entre els 11 analitzats que van augmentar la seva facturació respecte a 2019, mentre que, en volum, van ser Nova Zelanda (+ 129%), Portugal (+ 16,3%) i Sud-àfrica (+ 9,1%) els que van incrementar les seves vendes. destaca la forta caiguda d'Austràlia, Xile i Argentina. Estats Units, Austràlia i Xile van ser els únics que van pujar de preu, sent el de Estats Units el segon més elevat - després del de França -, amb 11,34 € / litre; el tercer preu més alt el va registrar Nova Zelanda, amb 5,94 €.

¹ Font: Observatorio Español del Mercado del Vino. Informe Exportaciones mundiales de vino 2020.



Dades econòmiques del Cava 2020²

2019	2020	
Total Mercado Interior*	Total Mercado Interior*	% evol.
84.508	63.364	-25,02%
Total Mercado Exterior	Total Mercado Exterior	% evol.
165.036	152.203	-7,78%
Total Mercado	Total Mercado	% evol.
249.544	215.567	-13,62%

* En miles de botellas

* Cálculo del Mercado "Interior" = Total Producción - Ventas Mercado Exterior

² Font: DOP Cava.

Pla de Recuperació UE (Next Generation UE)³

Objectiu:
Posicionar el sector vitivinícola espanyol com a líder mundial a través d'una trencadora transformació del seu model productiu.

Com a resposta davant la crisi provocada per la COVID-19, la Unió Europea va aprobar un pressupost extraordinari sense precedents finançat mitjançant l'emissió de deute, creant un Fons de Recuperació (Next Generation UE) per import de 750.000M € dels quals a Espanya li han correspost 140M €.

Per a la gestió d'aquests fons, que s'hauran d'executar en els propers tres anys, el Govern d'Espanya ha llançat el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència de l'economia espanyola, on la inversió "verda" representa més del 37% del total i la digitalització prop del 33%.

En aquest context, la FEV va realitzar un profund exercici de reflexió per identificar i definir projectes tractors que permetin la correcta canalització dels fons al conjunt del sector de el vi. Aquest treball es va materialitzar en un Pla Sectorial que té com a objectiu posicionar el sector vitivinícola espanyol com a líder mundial a través d'una trencadora transformació del seu model productiu en dues àrees clau per al seu futur: la digitalització i la sostenibilitat.

En concret, s'han identificat un total de 6 projectes tractors estratègics per al sector del vi espanyol, que abasten des de la simplificació administrativa a la traçabilitat del procés productiu, passant per la millora de la connectivitat en l'àmbit rural, el foment d'energies renovables, l'economia circular o la millora de la gestió de l'aigua, entre molts altres. El desenvolupament i execució d'aquestes accions d'innovació tecnològica i inversions ha de servir com a palanca per a una veritable transformació verda i digital del sector del vi espanyol.

Reforma de la PAC

L'entrada en vigor podria tenir lloc al 2023.

Principals novetats que la reforma de la PAC podria llançar quan culmini:

³ Font: Memòria FEV 2020

- **Règim de plantacions**

El Consell de la UE proposa que l'actual esquema d'autoritzacions per a la plantació de vinya s'estengui fins al 31 de desembre de 2040, amb una revisió a meitat de període. Per la seva banda, el Parlament proposa que ho faci fins al 31 de desembre de 2050, amb revisions cada 10 anys (la primera l'1 de gener de 2023).

El Consell i el Parlament proposen que els drets de plantació (encara no convertits en autoritzacions) quedin a disposició dels Estats per poder ser reassignats abans del 31 de desembre de 2023 (segons el Consell) o de 2025 (segons el Parlament).

- **Etiquetatge nutricional i d'ingredients**

- ✓ La declaració nutricional es limitaria només als valors energètics expressats amb el símbol "E".
- ✓ La declaració d'ingredients es podria realitzar a través d'un codi QR vinculat a un plataforma europea.

Esgotat el període de gràcia de l'art. 16.4 del Reglament (UE) 1169/2011 que permetia eximir les begudes alcohòliques de la necessitat d'indicar els ingredients o la declaració nutricional, la Comissió, el Consell i el Parlament acorden:

- Limitar la declaració nutricional únicament als valors energètics.
- Crear noves regles en el Reglament (UE) 1308/2013 per a la indicació dels ingredients del vi.
- Permetre que la indicació dels ingredients es faci per mitjans electrònics. En cap cas, proposa el Consell, això serà aplicable als al·lèrgens.
- Transitòriament, permetre la circulació dels productes sotmesos a les actuals normes d'etiquetatge fins a l'esgotament d'aquests estocs.

Així mateix, el Parlament proposa que l'energia es pugui expressar mitjançant l'ús del símbol "E".

A l'espera d'una regulació oficial en el marc de la nova PAC, que tindria una entrada en vigor estimativa pel 2023, el sector del vi europeu ha acordat fer un pas endavant en la implantació d'un sistema que permeti avançar en la informació nutricional i d'ingredients de cara al consumidor, abans d'aquesta data.

Amb l'objectiu de facilitar aquesta implantació, el CEEV ha treballat de manera conjunta amb la FEV i la resta de organitzacions nacionals en dues línies d'actuació:

- L'elaboració d'unes guies pràctiques sobre la declaració nutricional i d'ingredients que recull les normes bàsiques d'aplicació i una sèrie d'exemples per a diferents tipologies de producte.
- El desenvolupament d'una eina digital (Plataforma) que permeti al consumidor accedir a una etiqueta electrònica a través d'un codi QR o codi

de barres. Gràcies a aquesta plataforma els operadors podran vincular el llistat d'ingredients i un altre tipus d'informació complementària a aquest codi i oferir al consumidor la informació de forma on-line. Aquesta Plataforma ha estat desenvolupada conjuntament amb Spirits Europe per la qual cosa seria d'aplicació en tots dos sectors.

Entre els avantatges d'aquesta eina hi ha la uniformitat de la informació davant del consumidor, estalvi de costos i la facilitat de maneig doncs es tracta d'una eina totalment adaptada i dissenyada "ad hoc" per al nostre sector. Actualment s'està realitzant una prova pilot amb alguns cellers per testar l'eina i ultimar els detalls abans de la seva presentació oficial i accés a tots els operadors.

Amb aquesta iniciativa innovadora el sector del vi s'avança i dóna resposta a algunes de les polítiques europees, com és el marc del nou Pacte Verd Europeu (Green Deal), on l'empoderament del consumidor a través d'una major informació dels productes s'ha marcat com un dels objectius.

- **Indicacions Geogràfiques**

El Consell i el Parlament Europeu proposen ampliar l'actual definició de les Indicacions Geogràfiques. Aquesta ampliació suposa que els factors humans tinguts en compte per a una IGP no es limitaran a mètodes específics de producció o processament com fins ara, sinó que podran involucrar la gestió de terra i el paisatge, les pràctiques de cultiu, així com qualsevol altra activitat humana que contribueixi al manteniment dels factors naturals essencials que determinen predominantment l'entorn geogràfic i la qualitat i característiques del producte. D'altra banda, Comissió, Consell i Parlament (encara que amb redaccions diferents) coincideixen a protegir les Indicacions Geogràfiques mitjançant la seva extensió als productes comercialitzats per internet o mitjans electrònics.

- **Vi desalcoholitzat o parcialment desalcoholitzat**

Comissió, Consell i Parlament proposen la creació de dues noves categories vitícoles dins de l'Annex VII, part II, de el Reglament (UE) 1308/2013: vi desalcoholitzat i parcialment desalcoholitzat.

Aquestes noves categories es construeixen, en la proposta de Comissió i Consell, sobre la base de les categories de vi, vi escumós, vi escumós de qualitat, vi escumós aromàtic de qualitat, vi escumós gasificat, vi d'agulla i vi de agulla gasificat. En la proposta de Parlament s'inclouen tot tipus de vins.

La proposta de les tres institucions suposa que:

- El vi desalcoholitzat tingui un grau alcohòlic no superior al 0,5% vol.
- El vi parcialment desalcoholitzat tingui un grau alcohòlic superior al 0,5% i inferior a un 20% menys del seu grau alcohòlic inicial.

Properes passes:

Si els colegisladores aconseguixin per fi arribar a un acord, l'adopció definitiva de les propostes podria tenir lloc a finals del mes de juny, donant temps suficient a les autoritats competents per desenvolupar la legislació secundària necessària per posar en marxa els nous mecanismes d'execució de la PAC.

Llei de la Cadena Alimentària

S'espera una important reforma de la Llei de la Cadena Alimentària per al 2021.

L'actual Llei 12/2013, de 2 d'agost, de mesures per millorar el funcionament de la cadena alimentària ha patit una important reforma el 2020, i s'espera una altra, encara més gran en 2021.

Les principals disposicions introduïdes en 2020 a la Llei de la Cadena han estat:

- Introducció de la noció de cost efectiu de producció com a element mínim dels contractes. La seva no inclusió serà causa de sanció. La prova que es cobreix el cost efectiu de producció es farà d'acord amb mitjans admesos en dret.
- S'afegeixen consideracions addicionals sobre activitats promocionals, les quals hauran cenyir-se als principis d'acord i llibertat de pactes, interès mutu i flexibilitat per adaptar-se a les circumstàncies particulars dels diferents operadors.
- Finalment, s'incorpora la publicitat de les resolucions sancionadores en matèria de contractació alimentària.

A més de tot això, es torna a obrir una segona reforma de la Llei de la Cadena, amb motiu de la transposició de la Directiva (UE) 2019/633, relativa a les pràctiques comercials deslleials en les relacions entre empreses en la cadena de subministrament agrícola i alimentari. El projecte es troba ja en fase parlamentària. S'espera la publicació i entrada en vigor de la reformada de la Llei 12/2013 abans de finals de 2021.

Portal Silicie

Gràcies a les peticions dels nostres representants davant de l'AEAT la primera declaració obligatòria es va poder retardar fins l'1 de gener de 2021.

L'1 de gener de 2020 va entrar en vigor la declaració dels llibres de comptabilitat d'IIEE a través del Portal SILICIE.

Fruit de les diverses reunions de Treball que va mantenir la FEV amb l'AEAT, a més de suavitzar les exigències i terminis de suministrament per al vi, es va aconseguir que s'establís una pròrroga per subministrar els assentaments corresponents al primer semestre del 2020 en el període comprès entre l'1 de juliol i el 30 de setembre de 2020. Per tant, el primer suministrament obligatori a través del Portal SILICIE hagués tingut lloc a partir de l'1 de juliol de 2020.

Davant la situació actual de la Covid-19 i conscients que començar amb les declaracions en aquest termini suposava una altra dificultat afegida per als cellers, des de la FEV es va enviar una carta a l'AEAT el 21 d'abril sol·licitant una extensió de la pròrroga fins al 2021, amb l'objectiu que els cellers poguessin tenir més temps per desenvolupar i implantar els sistemes tècnics necessaris de cara a realitzar els suministraments del Portal SILICIE.

Finalment, l'AEAT va publicar l'Ordre HAC / 566/2020 que modifica l'OM dels llibres comptables incloent finalment, com proposava la FEV, una extensió de la pròrroga fins al 2021, de manera que la primera declaració obligatòria a través del sistema SILICIE ha pogut realitzar-se a partir de l'1 de gener de 2021, subministrant els assentaments de l'exercici 2020 durant el període comprès entre l'1 de juny del 2020 i el 15 de gener de 2021.

Acord comercial i de cooperació UE – Regne Unit

Va entrar en vigor de forma provisional l'1 de gener de 2021.

El 31 de gener de 2020 el Regne Unit va sortir oficialment de l'Unió Europea després de l'aprovació de l'Acord de Retirada.

Fruit del treball de les associacions europees, es va publicar un document conjunt de l'associació europea a la que pertany la FEV, el Comité Européen des Entreprises Vins (CEEV), i els homòlegs britànics Wine & Spirits Trade Association (WSTA). L'objectiu del sector ha estat assegurar la futura relació comercial, identificant elements clau en matèria aranzelària, regulatòria, de drets de propietat intel·lectual o de procediments d'importació i circulació, entre d'altres, i traslladant-los a les autoritats.

El 24 de desembre es va concloure l'acord comercial i de cooperació, incloent-se un annex específic sobre el comerç del vi. Alguns dels punts més destacats són els següents:

- Comerç sense aranzels duaners sobre totes les mercaderies originàries de l'altra part.
- Reconeixement recíproc de productes orgànics.
- Reconeixement de les regles de producció existents i de les definicions d'ambdues parts, així com de les normes i els mètodes d'anàlisi de l'OIV.
- Els productors de vi podran autocertificar la conformitat i la qualitat del seu vi.
- S'inclouen disposicions sobre etiquetatge i mesures transitòries.
- La protecció de les Indicacions geogràfiques ja registrades ja està coberta per l'Acord de Retirada.

Properes passes:

L'acord ha entrat en vigor l'1 de gener de 2021 de forma provisional. Perquè s'adopti, ara ha d'obtenir el consentiment del Parlament Europeu i de Consell, a més de superar el corresponent tràmit parlamentari al Regne Unit.

2020

AUMENTA EL COMPROMISO DE LOS ESPAÑOLES CON EL RECICLAJE DE ENVASES DE VIDRIO EN UN AÑO MARCADO POR LA COVID-19



la recogida no ha parado durante el confinamiento
+1.000
RUTAS SEMANALES



cada español recicló **17,8kg** A TRAVÉS DEL CONTENEDOR **61** ENVASES

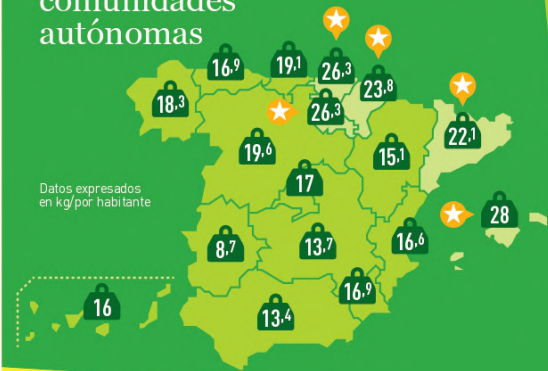
en España hay **235.259** CONTENEDORES **1x** cada **202** HABITANTES

recogida selectiva **843.786** TONELADAS A TRAVÉS DEL CONTENEDOR **-5,9%*** vs. 2019

recogida **63.750** TONELADAS A TRAVÉS DE PLANTAS DE RESIDUOS URBANOS **+2,4%** vs. 2019

*Consecuencia del descenso del consumo de envases de vidrio debido a las restricciones en el turismo y la hostelería

datos por comunidades autónomas



sensibilización

220 campañas MOVILIZACIÓN SOCIAL AL AÑO
Acciones a pie de calle, iniciativas dirigidas a escolares y jóvenes, además de campañas para el sector hostelero

hostelería

49 servicios RECOGIDA PUERTA A PUERTA **158** visitas AL DÍA DE CONCIENCIACIÓN

32.350 contenedores ESPECIALES ADAPTADOS

economía circular y cambio climático

evitar la extracción **1.089.043** TONELADAS DE MATERIAS PRIMAS

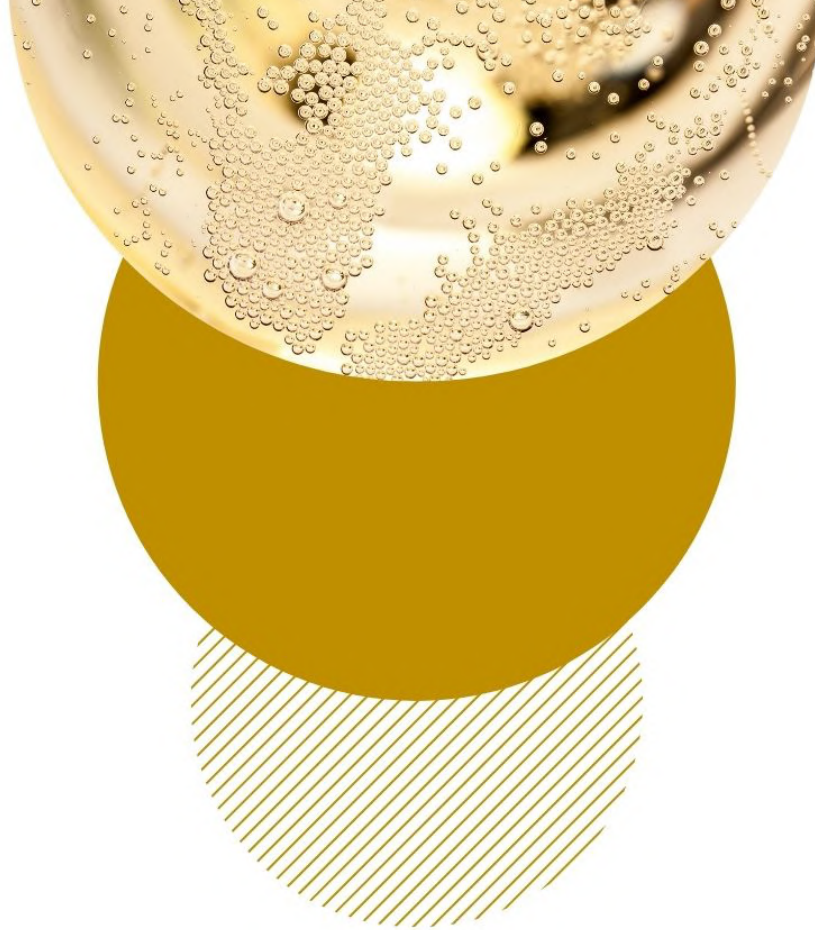
evitar la emisión **526.371** TONELADAS DE CO₂ A LA ATMÓSFERA EQUIVALENTE A

ahorro en consumo **648.162** MEGAVATIOS-HORA DE ENERGÍA

EL VOLUMEN de las Torres Kío en Madrid

dar la vuelta al mundo en avión por el ecuador de la tierra **133** VECES

consumo energético de los hospitales de toda España durante casi **2** MESES



AECAVA

Associació d'Elaboradors de Cava

WWW.AECAVA.COM

