

FOCUS VENTES DE CAVA EN FRANCE

Freixenet atteint 2,5 millions de cols/an

Lancé en 2003 en France, le cava Freixenet a atteint des ventes de 2,5 millions de cols/an en France en 2007, dont 2 millions de cols de cordon negro, son produit phare. Cette montée en puissance s'est appuyée sur le rachat du négoce bordelais Yvon **MAU**. La marque espagnole (issue d'une production coopérative) est essentiellement présente en grande distribution et en CHR, où elle a vendu 250 000 cols de gran cordon negro, en exclusivité sur ce secteur.

Freixenet estime que son cava bénéficie encore d'un beau potentiel de développement. Un plan d'action est d'ailleurs en cours, avec des mises en avant du produit, 2 730 jours d'animation prévus en 2008-2009 et des « corners » Freixenet avec dégustation dans les 75 plus gros points de vente de la marque. En CHR, le cava mise sur les soirées « After work » et en boîtes de nuit. Freixenet est le 9^e producteur vinicole mondial, avec 200 millions de cols/an commercialisés et 1 500 salariés.



La bouteille noire, emblème de Freixenet, a été relookée en mai dernier. Mais elle reste un élément fort de reconnaissance de la marque.

I. A.