

Informe Flash Datavin

El Mercado del CAVA en Madrid y situación en alta restauración nacional



GRACIAS.

Gracias por tu confianza en Datavin y por haber adquirido este estudio Flash Datavin.

Los estudios Flash de Datavin son estudios cortos y sin la profundidad de nuestros informes sectoriales. Son informes que se centran en un tema puntual y aportan información exhaustiva al respecto, siempre buscando vincular la información con la toma de decisiones, y pretendiendo un lenguaje sencillo y directo.

COPYRIGHT

CONFIAMOS EN TI, RESPETA EL COPYRIGHT.

Le recordamos la importancia de respetar la leyes de Copyright. El tiempo, conocimiento y esfuerzo dedicado a producir este informe puede únicamente venderse a los precios que ofrece Datavin gracias al respeto al Copyright.

Si permites que alguien copie parte o todo este informe estarás permitiendo que tus competidores se beneficien de esta información...

Estarás también destruyendo la posibilidad de que Datavin exista en el futuro, y que pueda seguir facilitando información sectorial que haga mejorar tu negocio.

AYUDANOS A MEJORAR.

Haznos saber tus dudas, tus preguntas y tus recomendaciones. Estaremos gustosos de responder a todas ellas.

Envíanos también tus sugerencias y necesidades de información. Podremos así seguir trabajando en responder a las preguntas que te ayuden a crecer.

info@datavin.com

Índice (1/2)



1. Introducción	5
a) Como usar este informe	6
b) Datos generales sobre consumo	7
2. Metodología del estudio	8
a) Objetivos	9
b) Muestra y metodología del estudio	10
c) Características demográficas de la muestra	11
3. El punto de partida	12
a) El Cava como producto asociado a celebraciones	13
b) Competidores externos y competidores internos	14
4. Hábitos de consumo y tipos de consumidores	15
a) Fechas de consumo de Cava	16
b) Momentos de consumo de Cava	17
c) Distribución de momentos de consumo en 3 fechas diferentes	18
d) Tipología de consumidores por nivel de consumo	19
e) Nivel de consumo de Cava	
o Por sexos	20
o Por edad	21
o Por canal de distribución	22
f) ¿Cómo son los que más consumen?	23

Índice (2/2)



7.	Las regiones productoras	24
a)	Cataluña: principal región productora	25
b)	Intención de compra de Cava catalán y nivel de consumo	26
c)	Conocimiento de otras regiones productoras	27
d)	Composición de la intención de compra	29
e)	Poder de atracción	30
f)	Potencial de ventas – los indecisos	31
g)	Fuerza de mercado	32
h)	Matriz de posiciones estratégicas	33
8.	Competidores externos	34
a)	Cava y. Champagne	35
b)	Cava, Champagne y Lambrusco	36
9.	Claves sobre la información en la etiqueta	37
a)	Información en la etiqueta	38
b)	Presentación del Laboratorio de etiquetas	39
c)	Modelos de etiqueta presentados	40
d)	Resultados del Laboratorio de etiquetas	41
10.	El Cava en restauración	42
a)	Introducción y metodología	43
b)	Número de referencias por Comunidad Autónoma	44
c)	Vinos espumosos en carta	45
d)	Competencia internacional	46
e)	Referencias de vino frente a consumo real	47
11.	Conclusiones	48

DATAVIN – Servicios de Marketing

Tfno: 91 1543913

Fax: 91 2508647

Email: info@datavin.com

www.datavin.com