



EL MURMULLO



Mar Galtés

Burbujas en la web

El consejero delegado del grupo Freixenet, Pedro Ferrer, presentó ayer en sociedad el Club Cuvée, una plataforma on line para dar a conocer y vender los vinos de sus 23 bodegas a consumidores de todo el mundo. Esta iniciativa ya funciona en California, donde factura 5 millones de dólares. (El grupo Freixenet facturó 527 millones de euros en el 2013).

También ayer, Codorníu informó de que su plataforma amigosdelasbodegas.com ha cumplido tres años, durante los cuales acumula ventas de 500.000 euros (el grupo facturó el último año 218 millones de euros).

El comercio electrónico está disparado y nadie quiere perderse la fiesta. En el supermercado on line Ulabox, las ventas de cava crecen a un ritmo del 75%. Pero el negocio de

Freixenet y Codorníu luchan por las ventas on line

venta al detalle de vinos en el mundo es gigante y la penetración de internet es mínima. "Nadie ha sido capaz aún de revolucionar este sector con la tecnología", opina Manel Sara-

sa, que lo intenta desde su club de vinos on line Wineissocial.

Codorníu ofrece en su web personalizar las botellas de Anna. Freixenet promocionará visitas a las bodegas. También venden sus vinos, pero tienen que hacerlo sin crear conflicto de canal con sus distribuidores (internet revoluciona los márgenes allá donde va).

El cava ya tuvo su guerra en los noventa, por la imagen de las botellas y por los métodos de elaboración. Ahora, los tiros van por otro lado. Pero la rivalidad sigue en pie.