vinetur

¿Ha llegado el fin del nombre Cava para los espumosos españoles de alta gama?

Expertos reclaman denominaciones ligadas al origen mientras la DO Cava defiende su marca premium

martes 21 de julio de 2026



El debate sobre el nombre de los espumosos españoles de alta gama volvió a abrirse este martes, 21 de julio, en Londres durante el encuentro profesional Taste Spain, centrado en los vinos de España. En esa mesa redonda, varios expertos plantearon que

las cuvées de mayor nivel no deberían seguir comercializándose bajo la denominación Cava y defendieron una identificación más ligada al origen.

En la conversación participaron Carlos López de la Calle, director técnico de Bodega Artadi; Richard Bigg, fundador de Camino Restaurants; y Sarah Jane Evans, Master of Wine, periodista y autora especializada en vinos españoles. El intercambio giró en torno al papel del espumoso español dentro del segmento premium y a si la marca Cava ayuda o limita su proyección.

Bigg sostuvo que algunos productores pueden dar al Cava un perfil coleccionable y citó en particular a Recaredo y Gramona. Ambos elaboradores abandonaron la DO Cava para impulsar Corpinnat, una marca colectiva más exigente para espumosos de alta gama del Penedès. A su juicio, estas bodegas cuentan con una reputación sólida, elaboran vinos con capacidad de guarda y en muchos casos salen al mercado tras 10 años de crianza. También aportan una identidad propia frente al Champagne por el uso de variedades autóctonas como la xarel·lo.

López de la Calle fue más lejos y defendió un cambio de nombre si España quiere reforzar el prestigio de sus espumosos de alta gama. “No podemos llamarlo Cava”, afirmó durante el debate. En su opinión, el término ha quedado dañado por su asociación con grandes volúmenes y conviene sustituirlo por otro vinculado a un lugar concreto.

Sobre Corpinnat, creado en 2015 por seis productores y formado ahora por 11, López de la Calle dijo que comparte plenamente su planteamiento, pero expresó una reserva: considera que el nombre no remite de forma inmediata a una zona reconocible para el consumidor. Por eso insistió en que el espumoso español necesita referencias territoriales más claras.

Evans coincidió en buena parte con ese análisis. Explicó que, mientras terminaba el pasado año un libro sobre los vinos del centro y sur de España, incluida Cataluña, llegó a la conclusión de que la palabra Cava debería reservarse para los vinos con menos de 18 meses de crianza. Para los espumosos que superan ese periodo, defendió otra denominación que permita reconocer mejor su procedencia. Citó Cataluña como origen principal, sin excluir otras zonas como Rioja o Requena.

La especialista añadió que entiende por qué algunas bodegas han salido de la DO Cava después de intentar durante años dar valor al nombre. A su juicio, esos vinos necesitan otra identificación comercial.

López de la Calle también pidió delimitar mejor las áreas aptas para elaborar grandes espumosos. Mencionó como opción más evidente el Penedès y apuntó además a Galicia. También habló del potencial del chacolí o txakoli del norte de España para este tipo de vinos por sus bajos niveles naturales de alcohol y su alta acidez. En todos esos casos, sostuvo que se trata de lugares con rasgos propios para producir espumosos.

Frente a esas posiciones, la DO Cava mantiene una estrategia basada en reforzar la calidad y el valor de su marca. La denominación ha introducido cambios en los últimos años para elevar su imagen y también sus exigencias ambientales. Desde 2025, todos los Cava de Guarda Superior se comercializan con certificación 100% ecológica.

El presidente de la DO Cava, Javier Pagés, ya defendió el pasado año que el futuro del sector pasa por seguir apoyándose en la calidad y en el valor del nombre Cava. Pagés vinculó además el recorrido comercial del espumoso español a una combinación entre perfil premium y accesibilidad.

La discusión no es solo nominal. Para el sector de bebidas, la forma en que se identifiquen los espumosos españoles de alta gama puede influir en su posicionamiento internacional, en su precio y en su comercialización. Si gana peso una clasificación más ligada a zonas como Penedès, Galicia o Rioja, también podría reabrirse el debate sobre cómo ordenar la oferta premium dentro del marco regulador actual.