

Nº68

DICIEMBRE 2018

Boletín de noticias, sugerencias
y consejos editado en exclusiva para los clientes
y amigos **GRUP VIVÓ**

Síguenos en Facebook y Twitter



www.facebook.com/grupvivo



www.twitter.com/grupvivo

burbujas

Vivó

La preocupación por la salud y el bienestar impulsan las ventas de aguas



Con el incremento experimentado en el último ejercicio, el mercado de aguas embotelladas experimenta en los últimos tres años un crecimiento sostenido del orden del 7% en valor y del 6% en volumen. De esta forma, las ventas en valor de la categoría han pasado de 485,6 millones de euros en 2015 a los 542,3 de 2017, mientras que las ventas en volumen lo han hecho de los 2.306,8 a los 2.556,3 millones de litros.

La fortaleza del turismo en ese periodo, la mayor conciencia por parte del consumidor por la salud y el bienestar (que ha favorecido un trasvase de ventas desde las bebidas refrescantes), así como el impulso de segmentos como las aguas infantiles o las saborizadas han impulsado a esta categoría.

Esto es así porque, según indican algunos de los principales operadores del sector, el nuevo consumidor está demandando un valor añadido a los propios del agua, como son la hidratación o el saciar la sed. “El consumidor de aguas de mesa muestra un perfil más exigente y maneja más información en cuanto a la composición y características del agua. Valora mucho la calidad del producto”, señalan.

Por otro lado, también aumentan las preferencias

por los envases prácticos y funcionales, ligados al momento y lugar de consumo: desde envases Premium a envases sport o estándar. Además, también empuja con fuerza la tendencia hacia envases reciclables, sobre todo el caso de los millenials que muestran una mayor sensibilidad por consumidor productos elaborados de manera sostenible, con responsabilidad ética o de “desperdicio 0”.

En este sentido, a nivel europeo la Federación de Aguas Embotelladas (EFBW) publicó hace escasas fechas “cuatro promesas para toda la industria que tienen como objetivo aumentar la recuperación de botellas de PET y el uso de material reciclado, debido a que el nivel de recolección de este tipo de envases varía sustancialmente en toda la UE, ya que algunos miembros recuperan más del 90% de las botellas de PET mientras que otros recolectan menos del 20%”.

Los establecimientos elegidos en mayor medida por los consumidores para adquirir agua embotellada fueron los supermercados y autoservicios, que canalizaron el 57,5% del valor total de las ventas, seguido por los hipermercados con un 16,7%, los discount con un 15,1%, las tiendas de alimentación con un 0,9% y los especialistas con un 3%.

editorial

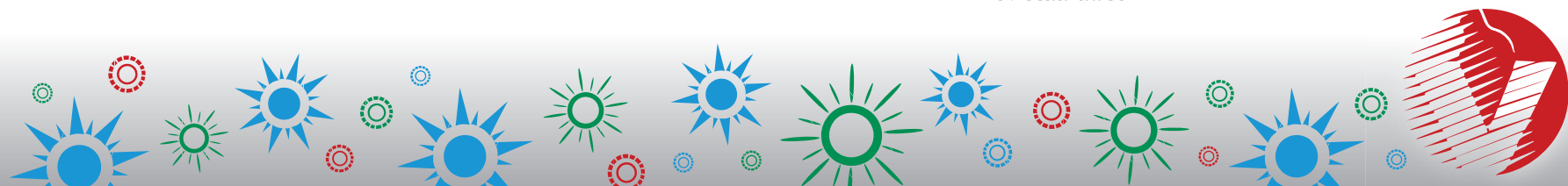
Los tiempos cambian y con ellos nuestra manera de ver y entender el mundo. Quién hubiera pensado hace 30 años, por ejemplo, que valoraríamos tanto hoy en día el medio ambiente o los alimentos saludables... Todos estos cambios de mentalidad y de prioridades deben verse también reflejados en cualquier empresa que desee ir en sintonía con la sensibilidad y demanda de la sociedad. Sin ello no hay futuro. Uno de esos cambios en los que desde Grup VIVÓ hemos empezado a trabajar es en el mayor respeto con el medio ambiente con la adquisición de nuestros tres primeros vehículos comerciales totalmente eléctricos.

Grup VIVÓ

sumario

- 1 La preocupación por la salud y el bienestar impulsan las ventas de aguas
- 2 Coca-Cola amplía su oferta de bebidas con Coca-Cola Plus Coffee
- 3 España revalida el podio como exportador mundial de vino en volumen
- 4 Cerveza de Navidad de Damm, una tradición para compartir
- 5 Un robot mejorado para monitorizar los viñedos
- 6 La bodega Juvé & Camps consigue la certificación ecológica
- 7 La producción española de Bebidas Espirituosas con indicación Geográfica asciende a 17,4 millones de litros

Revistaaraal.com



Coca-Cola amplía su oferta de bebidas con Coca-Cola Plus Coffee

En el marco de su estrategia de negocio orientada al crecimiento y de su estrategia de Sostenibilidad, Coca-Cola presenta su quinto lanzamiento en lo que va de año con Coca-Cola Plus Coffee, una nueva variedad a la oferta de refrescos disponible en nuestro país.

Se trata de una bebida con todo el sabor de Coca-Cola y extracto de café, sin azúcar y sin calorías. Además, Coca-Cola Plus Coffee cuenta con un envase cómodo y sostenible que permite su consumo en cualquier momento y lugar.

Tras los últimos lanzamientos en España de Honest, AdeS, Glacéau Smartwater y Appletiser, Coca-Cola Plus Coffee supone un paso más en el camino de Coca-Cola en España por convertirse en una compañía total de bebidas, que busca siempre sorprender a sus consumidores y dar respuesta a las nuevas tendencias de consumo, con bebidas diferentes para cada estilo de vida.

Coca-Cola Plus Coffee -que ya se vende en otros países como Australia, Japón o Vietnam- ya está disponible en el mercado español a desde el 15 de septiembre. Su distribución se realizará a través de los puntos de venta habituales de Coca-Cola en



España, sumándose a las variedades ya disponibles a nivel nacional: Coca-Cola sabor original, Coca-Cola sabor light, Coca-Cola Zero azúcar, Coca-Cola Zero azúcar Zero cafeína, Coca-Cola Zero azúcar cherry, Coca-Cola sabor light al limón sin azúcar, Coca-Cola sabor original sin cafeína, y Coca-Cola sabor light sin cafeína.

Marketing4food.com

España revalida el podio como exportador mundial de vino en volumen



Las exportaciones mundiales de vino alcanzan un nuevo récord en valor en el interanual a junio de 2018, con 31.467 M€, mientras que en volumen se obtiene la segunda mejor cifra -no superándose el récord alcanzado en el interanual a marzo de 2018-. El precio medio sí es el más elevado hasta la fecha, al crecer en todas las categorías, hasta los 2,94 €/litro.

Por países, Francia e Italia fueron los que más aumentaron sus ingresos en términos absolutos y se distancian como primeros vendedores en valor. España les sigue a cierta distancia, creciendo más que la media mundial.

En volumen, en cambio, España consolida su liderazgo, lejos de Italia y Francia. Destaca en este periodo, el buen desarrollo de las exportaciones de vinos australianos, alemanes y portugueses, así como la fortísima caída de Argentina.

En el caso de Italia, también creció a muy buen ritmo el volumen adquirido de nuestros vinos, si bien Francia lo redujo ligeramente. El precio medio del vino español subió casi un 40% en ambos mercados, sobre todo por el fuerte encarecimiento del granel, que lidera las importaciones de italianos y franceses de forma clara. Sin embargo, destaca el enorme aumento del vino espumoso español en Italia, en un buen semestre para las importaciones francesas de vinos envasados españoles.

Alimarket.es

Cerveza de Navidad de Damm, una tradición para compartir



La Navidad es una fiesta única al año, repleta de tradiciones y costumbres compartidas con amigos y familiares. Una de ellas es la Cerveza de Navidad de Damm, que este año vuelve a nuestra mesa en una edición limitada de esta fórmula diseñada especialmente para esta época del año, caracterizada por el descenso de las temperaturas y por una gastronomía más contundente.

La Cerveza de Navidad de Damm se presenta por sexto año consecutivo en esta botella de diseño exclusivo que evoca el recuerdo de aquellas primeras cervezas que los maestros cerveceros de Damm elaboraban especialmente para regalar a sus colaboradores y amigos en los años 50 por Navidad y que se convirtieron en toda una tradición.

Elaborada 100% con ingredientes naturales, la Cerveza de Navidad de Damm volverá a vestir un año más la mesa de color roble con reflejos anaranjados y con un aroma de gran intensidad.

Elplural.com

Un robot mejorado para monitorizar los viñedos

El consorcio de investigación europeo VINES-COUT, liderado por la Universitat Politècnica de València (UPV), ha presentado el nuevo prototipo de su robot autónomo de monitorización de viñedos, que mejora notablemente las prestaciones de su antecesor. El objetivo final es ayudar a los productores de vino a medir los parámetros clave del viñedo, incluida la disponibilidad de agua (estado del agua de la vid), la temperatura de la hoja/copa de la vid y el vigor de la planta. Hay que tener en cuenta que el control de los parámetros de la uva no se suele hacer en campo porque es complicado y caro y, si se hace, pocos pueden permitirse utilizar cámaras de presión que miden el potencial hídrico. De esta forma, la mayoría de los productores no utilizan datos que podrían ayudarles a optimizar el manejo de su viña y, en última instancia, a influir en la calidad del vino que producen.

Entre las principales novedades del nuevo prototipo, se ha mejorado la navegación autónoma haciendo más robusto el sistema, que ahora combina visión 3D con LiDAR y sensores de ultrasonidos (sónar). Se ha perfeccionado también la

inteligencia artificial incorporada, lo que se traduce en una conducción más precisa, tanto en el guiado dentro del viñedo como en los giros para cambiar de fila.

“Nuestro robot permite un muestreo intensivo, pasando de veinte medidas por hora utilizando el método tradicional a más de tres mil datos por hora sin que el usuario tenga que esforzarse para conseguir las medidas. Al final, el productor obtiene un mapa de su parcela con datos que le dan idea de cuándo activar el riego si dispone de él en la parcela, o de la fecha de la vendimia, así como de la distribución de las plantas más productivas de su viñedo”, destaca el profesor Francisco Rovira, director del Laboratorio de Robótica Agrícola (ARL) de la UPV y coordinador del proyecto.



jstudio, Freepik.com

Revistaalimentaria.es

La bodega Juvé & Camps consigue la certificación ecológica

La bodega Juvé & Camps ya ha conseguido la certificación ecológica para los cavas y vinos elaborados desde 2015, que salen al mercado este año. Actualmente la totalidad de sus viñedos productivos, 271 hectáreas en la comarca del Penedés, (aunque la casa posee un total de 450 hectáreas en la región), se cultivan de forma sostenible, se cosechan manualmente y se elaboran de forma artesanal. “Iniciamos la reconversión en 2012 y desde 2015 todos nuestros viñedos son totalmente ecológicos y hemos esperado hasta ahora para sacar al mercado cuatro cavas juntos. El año próximo será también ecológico el gran reserva, que es nuestro producto estrella, porque tiene una media de 48 meses de crianza en botella y necesita más tiempo”, explica

Joan Juvé, presidente de la bodega catalana. La empresa es líder en el mercado del gran reserva con el 35% de los 4,5 millones de botellas que se producen anualmente en el mundo de este exclusivo vino. El origen de Juvé & Camps se remonta a 1796, pero el primer vino espumoso de la marca salió en 1921 de las cavas subterráneas de Sant Sadurní d'Anoia. Actualmente la empresa está en manos de la cuarta generación de la familia y su consejera delegada es Meritxell Juvé.



Elpais.com

La producción española de Bebidas Espirituosas con Indicación Geográfica asciende a 17,4 millones de litros

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Mapa, ha elaborado un avance de los datos económicos 2017 de las 19 Bebidas Espirituosas españolas con Indicación Geográfica, del que se desprende que la producción española de estas bebidas asciende a 17,4 millones de litros, con un valor económico estimado de 119,3 millones de euros, que se ha comercializado en un 59% en mercado interior y un 41% fuera de nuestras fronteras. Una producción a la que se dedica 238 industrias elaboradoras, con un volumen por industria muy diferente.

Esta producción constituye el 8% del total de Bebidas Espirituosas (BBEE) que se fabrican en España, que asciende a 218 millones de litros en



Freepik.com

cerca de 3.800 centros de elaboración, destinados tanto al consumo nacional como a su exportación a otros Estados Miembros de la UE y a la exportación a Países Terceros.

Revistaaraal.com

noticias breves

Gin Premium Puerto de Indias, entre las 10 ginebras más consumidas del mundo

Durante sus cinco años de trayectoria, Puerto de Indias ha vendido más de 15 millones de botellas y ha logrado hacerse con el 55% del consumo nacional de ginebras rosas, posicionándose así como la novena ginebra más consumida del mundo, según el último informe de International Wines and Spirits Record. Consumer.es

Almudena Alberca es la primera mujer española Master of Wine

Almudena Alberca MW, Directora Técnica de Bodegas Viña Mayor se ha convertido hoy en la primera mujer Master of Wine española de las 131 que hay en todo el mundo. Este título representa el máximo conocimiento y excelencia en el mundo del vino. Agroalimentacion.es

La Cerveza, la reina de los festivales

Según el informe de Idafest, la cerveza sigue siendo la bebida más consumida, ocupando un 55,45 % del total de la tarta. Las copas suponen un 19,57 %, los refrescos un 18 % y los chupitos un 2,22 %. El País.com

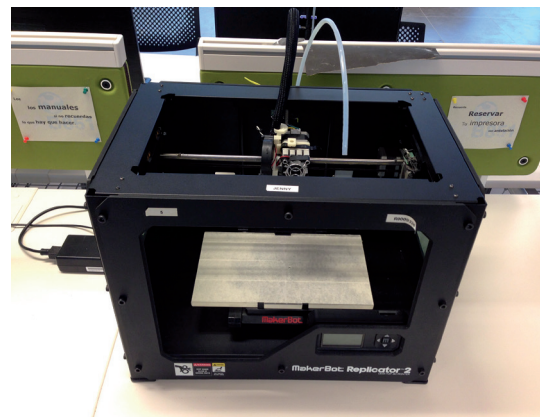
Siete tendencias para reescribir la industria alimentaria

Hace varias décadas que el microondas se instaló en la cocina para quedarse, marcando un antes y un después en la forma de entender la tecnología en la alimentación. Actualmente, la incorporación de la tecnología en este entorno, así como la evolución de las preferencias de los consumidores evoluciona de forma mucho más rápida y compleja. Por este motivo, Orizont, la aceleradora agroalimentaria creada por la Sociedad de Desarrollo de Navarra (Sodena), ha elaborado un listado con las tendencias que están transformando la industria alimentaria.

1. Impresoras de comida tridimensionales. Aunque suene a película de ciencia ficción, las impresoras 3D han dejado de ser cosa del futuro para convertirse en una realidad en la cocina. El objetivo en este ámbito es la elaboración de alimentos listos para ser consumidos a través de la selección, dosificación, calentamiento, cocción y mezcla de ingredientes hasta conseguir “imprimir” la comida.
2. Consumidor 4.0. La industria se dirige cada vez más a un consumidor hiperconectado y amante de la tecnología. Por ese motivo, el sector está evolucionando hacia un público que busca recetas online, cocina en directo a través de vídeo tutoriales y programa su cafetera para tener el café caliente justo al levantarse.
3. Alimentos en sintonía con el medio ambiente. El auge de los productos ecológicos

Concienciados con la conservación del planeta es cada vez mayor. De hecho, el consumo de este tipo de alimentos creció un 14% en 2017, según refleja el informe “Mitos y realidades sobre el consumo de productos ecológicos”.

4. Superalimentos. En los últimos años ha surgido una nueva tendencia en el sector con productos conocidos como “superfoods” que aportan nuevos nutrientes y que se están haciendo un hueco importante en un mercado con alimentos cada vez más naturales, menos procesados y con una cantidad mucho más reducida de aditivos.
5. Envases inteligentes. Se trata de un packaging con sensores que ofrecen información no sólo sobre el estado del alimento que contienen, sino que lo protegen para aumentar su calidad de conservación en todo momento.
6. Cocina molecular. Caviar en aceite de oliva o esferas de cerdo agrídulce son algunos ejemplos de esta nueva cocina que ha unido gastronomía con ciencia. De hecho, la química juega un papel fundamental en su creación.
7. Recubrimientos comestibles. Una nueva forma de mejorar la seguridad alimentaria y garantizar la calidad nutricional de los alimentos ha llegado de la mano de este tipo de recubrimientos que, además de mejorar el aspecto, olor, sabor y vida útil de los alimentos, también son aptos para el consumo.



Freepik.com



Freepik.com

Revistaaral.com

Burbujas
vivo

Boletín editado por GRUP VIVÓ
(CAVISA - SUBESA - COVICAT - VIVOCAFÉ)

Polígono Industrial “Fonsanta”
Av. Mare de Deu de Montserrat, 8 08970 Sant Joan Despí - Barcelona.
Telf: 933 732 343 / 933 732 943 Fax: 933 735 901
E-Mail: info@grupvivo.com
www.grupvivo.es - www.grupvivo.cat - www.grupvivo.com



GRUP VIVÓ

Las Noticias publicadas en esta revista, són una recopilación de noticias de diversas fuentes informativas del sector de la distribución y la alimentación. Grup Vivó no se responsabiliza de los comentarios de todas las noticias que no hayan estado redactadas por nuestro equipo editor.

