

Nº68

DESEMBRE 2018

Butlletí de notícies, suggerències
i consells editat en exclusiva per als clients
i amics GRUP VIVÓ

Segueix-nos a Facebook i Twitter



www.facebook.com/grupvivo



www.twitter.com/grupvivo

burbujas

VIVÓ

La preocupació per la salut i el benestar impulsen les vendes d'aigües



Amb l'increment experimentat en l'últim exercici, el mercat d'aigües envasades experimenta en els últims tres anys un creixement sostingut de l'ordre del 7% en valor i del 6% en volum. D'aquesta forma, les vendes en valor de la categoria han passat de 485,6 milions d'euros al 2015 als 542,3 de 2017, mentre que les vendes en volum ho han fet dels 2.306,8 als 2.556,3 milions de litres.

La fortalesa del turisme en aquest període, la major consciència per part del consumidor per la salut i el benestar (que ha afavorit un transvasament de vendes des de les begudes refrescants), així com l'impuls de segments com les aigües infantils o les saboritzades han impulsat a aquesta categoria.

Això és així perquè, segons indiquen alguns dels principals operadors del sector, el nou consumidor està demandant un valor afegit als propis de l'aigua, com són la hidratació o el saciar la set. "El consumidor d'aigües de taula mostra un perfil més exigent i té més informació en quant a la composició i característiques de l'aigua. Valora molt la qualitat del producte", assenyalen.

D'altra banda, també augmenten les preferències pels envasos pràctics i funcionals, lligats al

moment i lloc de consum: des d'envasos premium a envasos sport o estàndard. A més, també empeny amb força la tendència cap a envasos reciclables, sobretot el cas dels millenials que mostren una major sensibilitat per consumidor productes elaborats de manera sostenible, amb responsabilitat ètica o de "desaprofitament 0".

En aquest sentit, a nivell europeu la Federació d'Aigües Embotellades (EFBW) va publicar fa escassos dies "quatre promeses per a tota la indústria que tenen com a objectiu augmentar la recuperació d'ampolles de PET i l'ús de material reciclat, a causa que el nivell de recollida d'aquest tipus d'envasos varia substancialment en tota la UE, ja que alguns membres recuperen més del 90% de les ampolles de PET mentre que uns altres recol·lecten menys del 20%".

Els establiments triats en major mesura pels consumidors per adquirir aigua envasada van ser els supermercats i autoserveis, que van canalitzar el 57,5% del valor total de les vendes, seguit pels hipermercats amb un 16,7%, els discount amb un 15,1%, les tendes d'alimentació amb un 0,9% i els especialistes amb un 3%.

editorial

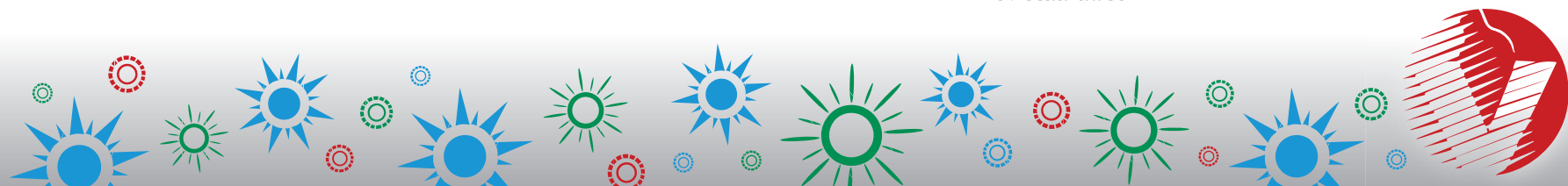
Els temps canvien i amb ells la nostra manera de veure i entendre el món. Qui hagués pensat fa 30 anys, per exemple, que valoraríem tant avui dia el medi ambient o els aliments saludables... Tots aquests canvis de mentalitat i de prioritats han de veure's també reflectits en qualsevol empresa que desitgi anar en sintonia amb la sensibilitat i demanda de la societat. Sense això no hi ha futur. Un d'aquests canvis en els quals des de Grup VIVÓ hem començat a treballar és en el major respecte amb el medi ambient amb l'adquisició dels nostres tres primers vehicles comercials totalment elèctrics.

Grup VIVÓ

sumari

- 1 La preocupació per la salut i el benestar impulsen les vendes d'aigües
- 2 Coca-Cola amplia la seva oferta de begudes amb Coca-Cola Plus Coffee
- 3 Espanya revalida el podi com a exportador mundial de vi en volum
- 4 Cervesa de Nadal de Damm, una tradició per compartir
- 5 Un robot millorat per monitoritzar les vinyes
- 6 El celler Juvé & Camps aconsegueix la certificació ecològica
- 7 La producció espanyola de Begudes Espirituoses amb Indicació Geogràfica ascendeix a 17,4 milions de litres

Revistaaraal.com



Coca-Cola amplia la seva oferta de begudes amb Coca-Cola Plus Coffee

En el marc de la seva estratègia de negoci orientada al creixement i de la seva estratègia de Sostenibilitat, Coca-Cola presenta el seu cinquè llançament en el que va d'any amb Coca-Cola Plus Coffee, una nova varietat a l'oferta de refrescs disponible al nostre país. Es tracta d'una beguda amb tot el sabor de Coca-Cola i extracte de cafè, sense sucre i sense calories. A més, Coca-Cola Plus Coffee compta amb un envàs còmode i sostenible que permet el seu consum a qualsevol moment i lloc.

Després dels últims llançaments a Espanya d'Honest, AdeS, Glacéau Smartwater i Appletiser, Coca-Cola Plus Coffee suposa un pas més en el camí de Coca-Cola a Espanya per convertir-se en una companyia total de begudes, que busca sempre sorprendre als seus consumidors i donar resposta a les noves tendències de consum, amb begudes diferents per a cada estil de vida.

Coca-Cola Plus Coffee -que ja es ven en altres països com Austràlia, Japó o Vietnam- ja està disponible al mercat espanyol des del 15 de setembre. La seva distribució es realitzarà a través dels punts de venda habituals de Coca-Cola a Espanya, sumant-se



a les varietats ja disponibles a nivell nacional: Coca-Cola sabor original, Coca-Cola sabor Light, Coca-Cola Zero sucre, Coca-Cola Zero sucre Zero cafeïna, Coca-Cola Zero sucre cherry, Coca-Cola sabor light a la llimona sense sucre, Coca-Cola sabor original sense cafeïna, i Coca-Cola sabor light sense cafeïna.

Marketing4food.com

Espanya revalida el podi com a exportador mundial de vi en volum



Les exportacions mundials de vi aconsegueixen un nou rècord en valor en l'interanual a juny de 2018, amb 31.467 M€, mentre que en volum s'obté la segona millor xifra -no superant-se el rècord aconseguit en l'interanual a març de 2018-. El preu mitjà sí és el més elevat fins avui, en créixer en totes les categories, fins als 2,94 €/litre.

Per països, França i Itàlia van ser els que més van augmentar els seus ingressos en termes absoluts i es distancien com a primers venedors en valor. Espanya els segueix a certa distància, creixent més que la mitjana mundial.

En volum, en canvi, Espanya consolida el seu lideratge, lluny d'Itàlia i França. Destaca en aquest període, el bon desenvolupament de les exportacions de vins australians, alemanys i portuguesos, així com la fortíssima caiguda d'Argentina.

En el cas d'Itàlia, també va créixer a molt bon ritme el volum adquirit dels nostres vins, si bé França ho va reduir lleugerament. El preu mitjà del vi espanyol va pujar gairebé un 40% en tots dos mercats, sobretot pel fort encariment del granel, que lidera les importacions d'italians i francesos de forma clara. No obstant això, destaca l'enorme augment del vi espumós espanyol a Itàlia, en un bon semestre per a les importacions franceses de vins envasats espanyols.

Alimarket.es

Cervesa de Nadal de Damm, una tradició per compartir



El Nadal és una festa única a l'any, repleta de tradicions i costums compartits amb amics i familiars. Una d'elles és la Cerveza de Nadal de Damm, que aquest any torna a la nostra taula en una edició limitada d'aquesta fórmula dissenyada especialment per a aquesta època de l'any, caracteritzada pel descens de les temperatures i per una gastronomia més contundent.

La Cerveza de Nadal de Damm es presenta per sisè any consecutiu en aquesta ampolla de disseny exclusiu que evoca el record d'aquelles primeres cerveses que els mestres cervesers de Damm elaboraven especialment per regalar als seus col·laboradors i amics en els anys 50 per Nadal i que es van convertir en tota una tradició.

Elaborada 100% amb ingredients naturals, la Cerveza de Nadal de Damm tornarà a vestir un any més la taula de color roure amb reflexos ataronjats i amb una aroma de gran intensitat.

Elplural.com

Un robot millorat per monitoritzar les vinyes

El consorci de recerca europeu VINESCOUT, liderat per la Universitat Politècnica de València (UPV), ha presentat el nou prototip del seu robot autònom de monitoratge de vinyers, que millora notablement les prestacions del seu antecessor. L'objectiu final és ajudar als productors de vi a mesurar els paràmetres clau del vinyer, inclosa la disponibilitat d'aigua (estat de l'aigua de la vinya), la temperatura de la fulla/copa de la vinya i el vigor de la planta. Cal tenir en compte que el control dels paràmetres del raïm no se sol fer en camp perquè és complicat i car i, si es fa, pocs poden permetre's utilitzar càmeres de pressió que mesuren el potencial hídric. D'aquesta forma, la majoria dels productors no utilitzen dades que podrien ajudar-los a optimitzar el maneig de la seva vinya i, en última instància, a influir en la qualitat del vi que produeixen. Entre les principals novetats del nou prototip, s'ha millorat la navegació autònoma fent més robust el sistema, que ara combina visió 3D amb LiDAR i sensors d'ultrasons (sònar). S'ha perfeccionat també la intel·ligència artificial incorpo-

rada, la qual cosa es tradueix en una conducció més precisa, tant en el guiat dins del vinyer com en els girs per canviar de fila.

"El nostre robot permet un mostreig intensiu, passant de vint mesures per hora utilitzant el mètode tradicional a més de tres mil dades per hora sense que l'usuari hagi d'esforçar-se per aconseguir les mesures. Al final, el productor obté un mapa de la seva parcel·la amb dades que li donen idea de quan activar el reg si disposa d'ell en la parcel·la, o de la data de la verema, així com de la distribució de les plantes més productives del seu vinyer", destaca el professor Francisco Rovira, director del Laboratori de Robòtica Agrícola (ARL) de la UPV i coordinador del projecte.



jstudio, Freepik.com

Revistaalimentaria.es

El celler Juvé & Camps aconsegueix la certificació ecològica

El celler Juvé & Camps ja ha aconseguit la certificació ecològica per als caves i vins elaborats des de 2015, que surten al mercat aquest any. Actualment la totalitat dels seus vinyers productius, 271 hectàrees a la comarca del Penedès, (encara que la casa posseeix un total de 450 hectàrees a la regió), es conreen de forma sostenible, es cullen manualment i s'elaboren de forma artesanal. "Iniciem la reconversió en 2012 i des de 2015 tots els nostres vinyers són totalment ecològics i hem esperat fins ara per treure al mercat quatre caves junts. L'any proper serà també ecològic el gran reserva, que és el nostre producte estrella, perquè té una mitjana de 48 mesos de criança en ampolla i necessita més temps", explica Joan Juvé, president

del celler català.

L'empresa és capdavantera al mercat del gran reserva amb el 35% dels 4,5 milions d'ampolles que es produeixen anualment al món d'aquest exclusiu vi. L'origen de Juvé & Camps es remunta a 1796, però el primer vi espumós de la marca va sortir al 1921 de les caves subterrànies de Sant Sadurn d'Anoia. Actualment l'empresa està en mans de la quarta generació de la família i la seva consellera delegada és Meritxell Juvé.



Elpais.com

La producció espanyola de Begudes Espirituoses amb Indicació Geogràfica ascendeix a 17,4 milions de litres

El Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, Mapa, ha elaborat un avanç de les dades econòmiques 2017 de les 19 Begudes Espirituoses espanyoles amb Indicació Geogràfica, del que es desprèn que la producció espanyola d'aquestes begudes ascendeix a 17,4 milions de litres, amb un valor econòmic de 119,3 milions d'euros, que s'ha comercialitzat en un 59% en mercat interior i un 41% fora de les nostres fronteres. Una producció a la qual es dedica 238 indústries elaboradores, amb un volum per indústria molt diferent.

Aquesta producció constitueix el 8% del total de Begudes Espirituoses (BBEE) que es fabriquen a Espanya, que ascendeix a 218 milions de litres



Freepik.com

en prop de 3.800 centres d'elaboració, destinats tant al consum nacional com a la seva exportació a altres Estats Membres de la UE i a l'exportació a Països Tercers.

Revistaaraal.com

notícies breus

Gin Premium Puerto de Indias, entre les 10 ginebres més consumides del món

Durant els seus cinc anys de trajectòria, Puerto de Indias ha venut més de 15 milions d'ampolles i ha aconseguit fer-se amb el 55% del consum nacional de ginebres roses, posicionant-se així com la novena ginebra més consumida del món, segons l'últim informe de International Wines and Spirits Record.

Consumer.es

Almudena Safareig és la primera dona espanyola Master of Wine

Almudena Safareig MW, Directora Tècnica de Cellers Vinya Major s'ha convertit avui en la primera dona Master of Wine espanyola de les 131 que hi ha a tot el món. Aquest títol representa el màxim coneixement i excel·lència al món del vi.

Agroalimentacion.es

La Cerveza, la reina dels festivals

Segons l'informe d'Idafest, la cervesa segueix sent la beguda més consumida, ocupant un 55,45 % del total del pastís. Les copes suposen un 19,57 %, els refrescos un 18 % i els xupitos un 2,22 %.

El Pais.com

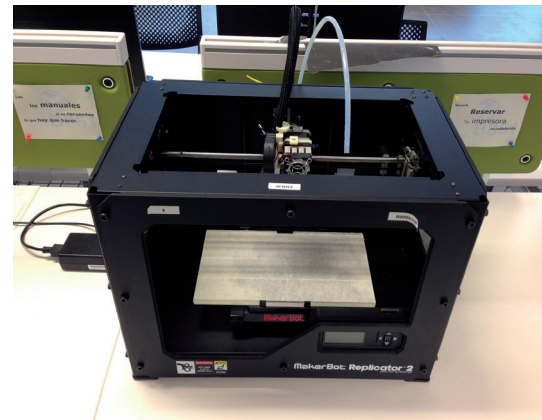
Set tendències per reescriure la indústria alimentària

Fa diverses dècades que el microones va instal·lar a la cuina per quedar-se, marcant un abans i un després en la forma d'entendre la tecnologia en l'alimentació. Actualment, l'incorporació de la tecnologia en aquest entorn, així com l'evolució de les preferències dels consumidors evoluciona de forma molt més ràpida i complexa. Per aquest motiu, Orizont, l'acceleradora agroalimentària creada per la Societat de Desenvolupament de Navarra (Sodena), ha elaborat un llistat amb les tendències que estan transformant la indústria alimentària.

1. Impressores de menjar tridimensionals. Encara que soni a pel·lícula de ciència ficció, les impressores 3D han deixat de ser cosa del futur per convertir-se en una realitat en la cuina. L'objectiu en aquest àmbit és l'elaboració d'aliments llestos per ser consumits a través de la selecció, dosatge, escalfament, cocció i mescla d'ingredients fins a aconseguir "imprimir" el menjar.
2. Consumidor 4.0. La indústria es dirigeix cada vegada més a un consumidor híper-connectat i amant de la tecnologia. Per aquest motiu, el sector està evolucionant cap a un públic que busca receptes online, cuina en directe a través de vídeo tutorials i programa la seva cafetera per tenir el cafè calent just en aixecar-se.
3. Aliments en sintonia amb el medi ambient. L'auge dels productes ecològics

Conscienciats amb la conservació del planeta és cada vegada major. De fet, el consum d'aquest tipus d'aliments va créixer un 14% en 2017, segons reflecteix l'informe "Mites i realitats sobre el consum de productes ecològics".

4. Super Aliments. En els últims anys ha sorgit una nova tendència en el sector amb productes coneguts com "superfoods" que aporten nous nutrients i que s'estan fent un buit important en un mercat amb aliments cada vegada més naturals, menys processats i amb una quantitat molt més reduïda d'additius.
5. Envasos intel·ligents. Es tracta d'un packaging amb sensors que ofereixen informació no només sobre l'estat de l'aliment que contenen, sinó que ho protegeixen per augmentar la seva qualitat de conservació a tot moment.
6. Cuina molecular. Caviar en oli d'oliva o esferes de porc agredolç són alguns exemples d'aquesta nova cuina que ha unit gastronomia amb ciència. De fet, la química juga un paper fonamental en la seva creació.
7. Recobriments comestibles. Una nova forma de millorar la seguretat alimentària i garantir la qualitat nutricional dels aliments ha arribat de la mà d'aquest tipus de recobriments que, a més de millorar l'aspecte, olor, sabor i vida útil dels aliments, també són aptes per al consum.



Freepik.com



Freepik.com

Revistaaral.com

Burbujas
vivo
Butlletí editat per GRUP VIVÓ
(CAVISA - SUBESA - COVICAT - VIVOCAFÈ)

Polígon 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.cat - www.grupvivo.es - www.grupvivo.com



Les Notícies publicades en aquesta revista, són una recopilació de notícies de diverses fonts informatives del sector de la distribució i l'alimentació. Grup Vivó no es responsabilitza dels comentaris de totes les notícies que no hagin estat redactades pel nostre equip editor.

