



Los momentos de consumo de cerveza fuera del hogar descienden un 40% durante el 2020

Las ocasiones de compra de cerveza han caído un 30% a lo largo del último año, según avance de datos de Kantar Worldpanel. Aunque se haya registrado un aumento del 18% de actos de compra dentro del hogar (minoritario), se ha producido una acusada caída del 40% fuera del hogar, que es donde principalmente se consume.

Las cifras ilustran la preocupación del sector, que hace balance de la situación hoy en su Asamblea General. El evento se celebra cada año por estas fechas y sirve de punto de encuentro para las casi 100 empresas cerveceras asociadas de manera directa o indirecta, si bien el foco en esta ocasión estará en la difícil situación a la que se enfrenta y en las medidas para la recuperación. La situación es especialmente complicada para las cerveceras de menor tamaño, en las que la dependencia del canal hostelero como vía de comercialización es mucho mayor. Por ello, Cerveceros de España, en la que está representado todo el sector, ha reclamado que se incluya la actividad de la elaboración de cerveza en el Real Decreto-Ley 5/21 de 12 de marzo, de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia de la COVID-19, que el gobierno ha aprobado recientemente.

A pesar de las dificultades, Cerveceros de España muestra un moderado optimismo en cuanto a la recuperación. La apertura del turismo y la movilidad, considerando siempre la situación sanitaria, serán

importantes en la evolución del consumo, pero hay que considerar que las dificultades económicas y la caída de la renta disponible de muchos ciudadanos puede suponer un freno. El sector confía en que 2021 sea el año de la recuperación y destaca las exportaciones. Esto cobra especial relevancia al tratarse de un producto tan popular como la cerveza, que puede considerarse como un índice avanzado de la confianza del consumidor en la economía nacional. Por ello es fundamental para el sector cervecero la reapertura total de la hostelería, las ayudas directas y el relanzamiento del turismo internacional, siempre bajo criterios de seguridad. Tal y como indica Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España: "A pesar del optimismo, recalamos la importancia de ayudas directas que apoyen a las empresas del sector hostelero y de aquellas que sean interdependientes del mismo, la renovación de los ERTes y la vuelta a la actividad normal como forma de impulsar la recuperación".



editorial

Ya podemos vislumbrar en el horizonte el inicio de un nuevo verano. Esta etapa para nuestro sector siempre es muy esperada ya que el buen clima de nuestro país hace crecer mucho el consumo en las terrazas de los bares y restaurantes y significa la llegada del turismo. Pero este volverá a ser por segundo año consecutivo un verano de incertidumbre debido al COVID-19. El pasado fue bueno pero luego nos tocó volver a encerrarnos. Esta vez, pero, estamos mejor preparados. Esperamos que sea el inicio del fin de esta pesadilla para todo el mundo y muy especialmente para nuestro sector que tanto ha sufrido esta pandemia.

Grup VIVÓ

sumario

- 1 Los momentos de consumo de cerveza fuera del hogar descienden un 40% durante el 2020
- 2 Proyectos que constatan la capacidad de innovación del sector durante la pandemia
- 3 Juver Alimentación lanza su nueva línea de zumos
- 4 El aumento de consumo de vino en el hogar en España no compensa la caída de ventas global
- 5 Monster Energy presenta Mule
- 6 Bock Damm estrena nueva imagen
- 7 Coca-Cola inicia en España la comercialización de Topo Chico Hard Seltzer



Proyectos que constatan la capacidad de innovación del sector durante la pandemia

El Institut Cerdà ha presentado en Madrid la cuarta edición del Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España, con el objetivo de dar a conocer los principales retos que afronta el sector y los 20 proyectos más innovadores implantados en 2020 para dar respuesta a estos desafíos. El informe también ha incluido un apartado con las iniciativas más innovadoras desarrolladas por las empresas para gestionar la situación de crisis sanitaria, social y económica derivada de la Covid-19. En esta edición, algunos de los 20 casos de innovación seleccionados por 16 expertos independientes entre 300 iniciativas son:

- Nestlé: Primera fábrica de productos alimentarios de Europa con un sistema de gestión y gobernanza integral del agua, en colaboración con empresas y otras entidades de su entorno.
- Asociación de Empresarios y distribuidores (AECOC): Jornada online de empleabilidad para que los universitarios tengan entrevistas rápidas con responsables de RR. HH. de diversas empresas del sector. Conectar al gran consumo con el talento juvenil.
- Araven: Primera gama de cestas y carros de la compra fabricados con materiales de pesca reciclados.



agroalimentacion.com

Juver Alimentación lanza su nueva línea de zumos



La pandemia ha tenido un fuerte impacto en los hábitos de consumidores, especialmente en lo relativo a la salud y el bienestar. Así, Juver Alimentación busca responder, a través de sus productos, a las demandas de estos consumidores, que dan prioridad a productos con componentes beneficiosos para su salud y la de sus familias.

La empresa especializada en zumos lanza al mercado su nueva línea Juver Defensas, un innovador producto que combina sabor y propiedades de fruta sin azúcares añadidos, sin conservantes y sin colorantes, con los beneficios de las vitaminas C, D y del Zinc, que favorecen el correcto funcionamiento del sistema inmunitario. Esta nueva gama se presenta en formato familiar de un litro y contará con dos deliciosos sabores, adaptados al gusto de todos los públicos: cítrico y multifrutas.

Para Joaquín Jiménez, director de Marketing, “Juver continúa innovando con esta nueva gama, que aporta valor real al mercado de zumos, dando respuesta a una necesidad actual de los consumidores”.

Juver.com

El aumento de consumo de vino en el hogar en España no compensa la caída de ventas global

EAE Business School ha publicado el informe Estado del sector vitivinícola 2021 del que se extrae una caída del 14,2% de las ventas del vino en el mundo, siendo las categorías de vinos espumosos (-11,21%) y de vinos fortificados (-14,39%) los más afectados, debido a la Covid-19. En España, se prevé un descenso del 34% en ventas, según datos de agosto 2020, publicados por Euromonitor y recogidos por EAE. Según el MAPA, y recogido por EAE Business School, la compra de vino en canal Alimentación ha crecido un 25% durante los 11 primeros meses de 2020. Los vinos que más se han demandado en las tiendas son, igual que en el consumo global, los que tienen denominación de origen, un 31,3% en valor y un 32,7% en volumen, respecto año anterior.

En este sentido, los vinos más consumidos en España son los que tienen Denominación de Origen, siendo DOCA Rioja el origen más demandado (11.630 miles de personas lo consumieron en 2019).

Una de las tendencias más importante en España es el gran interés en vinos con menos graduación alcohólica, más ligeros y fáciles de beber porque se perciben más saludables, y encajan mejor con la moda creciente del aperitivo. De ahí, también una mejor evolución de los vinos blancos en 2019 y las previsiones de que así sigan.

agroalimentacion.com



Monster Energy presenta Mule

Monster Energy presenta su nueva variedad Mule, inspirada por la receta tradicional de la cerveza de jengibre del "salvaje oeste" americano. Una bebida sin azúcar, que combina el sabor picante y dulce del jengibre con toques de lima cítrica, y contiene la energía proporcionada por la fórmula Monster Energy, con vitaminas del grupo B y 160 mg de cafeína.

Monster Mule llega a España después de cosechar un éxito rotundo en Estados Unidos. A partir de este mes de abril estará disponible para los consumidores en todos los puntos de ventas habituales.

Actualmente el sabor a jengibre es tendencia y ha conquistado a los consumidores de diferentes marcas de bebidas carbonatadas. En 2023, estas

bebidas alcanzarán un valor de más 4.000 millones de euros, con un crecimiento del 7% durante el periodo 2019-2023.

A pesar de que la crisis de la COVID-19 ha afectado a las ventas en canales tan importantes como la hostelería, el ocio nocturno o al negocio de conveniencia, el sector de las bebidas energéticas sigue experimentando un significativo crecimiento en todo el mundo, con Monster a la cabeza.



Cocacola.es

Bock Damm estrena nueva imagen

Bock Damm, la cerveza negra de Damm, ha renovado recientemente su imagen, y lo ha hecho recuperando las primeras etiquetas de la marca, que datan de 1888, confiriéndole así un toque más vintage. Un nuevo diseño que pone en valor la tradición de esta cerveza, elaborada con tres tipos de malta de cebada diferentes –torrefactas, caramelo y Pilsen– que han sido tostadas en su momento justo.

Las maltas torrefactas –que se obtienen tostando los granos secos de malta a temperaturas entre 200 y 220 °C– le dan su color característico y aportan a la cerveza olor y gusto a tostado y aromas de cacao y café. Las maltas caramelo se consiguen tostando la malta verde directamente, sin secar. Primero, los granos se calientan a una temperatura de 60-75 °C, lo cual provocará la creación de azúcares en el

centro del grano, que quedarán en un estado semi-líquido. Posteriormente, estos granos se tuestan a temperaturas de entre 150 °C y 180 °C, lo cual provoca la caramelización de los azúcares y aporta notas que recuerdan al caramelo, las pasas y la miel. Por último, las maltas Pilsen –que son las que se encuentran habitualmente en las cervezas lager–, son las que aportan los azúcares para la fermentación y dotan a la cerveza de un gusto a cereal. Son las maltas más pálidas de todas. Esto se debe a que los granos son tostados a temperaturas más bajas y durante un menor tiempo que el resto de las maltas.



Damm.es

Coca-Cola inicia en España la comercialización de Topo Chico Hard Seltzer

Coca-Cola inicia en España la comercialización de Topo Chico Hard Seltzer, su primera marca global con alcohol. Una nueva bebida con la que la compañía se ha marcado un objetivo muy claro: liderar la categoría de los hard seltzer (combinación de agua carbonatada, alcohol y sabores naturales), una de las de mayor potencial de crecimiento en todo el mundo. Para ello, ha desarrollado un producto cuidadosamente elaborado por expertos de la compañía y prestigiosos mixólogos de todo el mundo, que irá acompañado de un plan con el que la nueva bebida estará en todos los canales de distribución (Alimentación Moderna, Tiendas de Conveniencia, Horeca y e-commerce). Tras la buena acogida del lanzamiento en otros países como México, Brasil o Reino Unido, Coca-Cola distribuirá Topo Chico Hard Seltzer en España con una estrategia multicanal y en todo el territorio nacional, gracias a su potente



fuerza de ventas y a su capacidad para llegar a todo el país.

Con Topo Chico Hard Seltzer, Coca-Cola apuesta por liderar la categoría con un producto innovador, con el que espera sorprender a los consumidores. Especialmente, en momentos como el aperitivo. Ocasiones de socialización muy asentadas en los últimos meses, en las que los consumidores están abiertos a descubrir nuevos productos, y que se caracterizan por un consumo más moderado, acompañado con algo de comida.

Cocacola.es

noticias breves

Be Plus lanza su primera bebida probiótica con agua de Kéfir

Be Plus lanza su primera gama de bebidas probióticas elaboradas con agua de Kéfir. Disponibles en dos sabores: limón y jengibre, y mango y coco, presentadas en un formato de 0,33 cl para el consumo “On the Go”, están elaboradas con ingredientes 100% naturales, sin aditivos, conservantes ni gluten, son aptas para veganos o intolerantes a la lactosa y bajas en azúcares y calorías.

Infoaliment

Fuensanta lanza al mercado la primera gaseosa con agua minero-medicinal

La compañía asturiana Fuensanta lanza un nuevo producto, ‘Fuensanta Gaseosa’, la primera gaseosa elaborada con agua minero-medicinal. Apta para todos los públicos, sin calorías, sin azúcares y sin gluten. Con aroma lima-limón, cuenta con todas sus propiedades saludables y organolépticas que la hacen única en el mercado.

Revistaaral.com

Central Hisúmer lanza un nuevo vino espumoso

Central Hisúmer lanza un nuevo vino espumoso. Academia Prosecco DOC es un vino espumoso elaborado con uva Glera y producido en el noreste de Italia. Su elaboración comenzó en Conegliano Valdobbiadene, donde el prosecco de alta calidad se produce hoy en día.

Consumer.es

Coca-Cola European Partners será Coca-Cola Europacific Partners

Coca-Cola Europacific Partners será el nombre de la compañía resultante de la unión de Coca-Cola Amatil (Amatil) y Coca-Cola European Partners (CCEP), una vez que se cierre la adquisición.

Coca-Cola Europacific Partners será el embotellador de Coca-Cola más grande del mundo y una de las compañías líderes a nivel mundial en el sector de gran consumo. La compañía empleará a más de 33.000 personas y servirá a aproximadamente a dos millones de clientes en 26 países.

Damian Gammell, CEO de Coca-Cola European Partners, afirma: "Estamos muy orgullosos de unir a dos de las mayores embotelladoras del mundo bajo un nuevo nombre:

Coca-Cola Europacific Partners". "Este es un momento muy relevante para Coca-Cola Amatil y Coca-Cola European Partners. Nuestro nuevo nombre refleja nuestra presencia geográfica, que será más amplia y equilibrada, y supondrá duplicar nuestro alcance de consumidores. Como una sola compañía, podemos ir juntos aún más lejos, impulsando el crecimiento y aumentando nuestra escala más rápidamente", ha expresado Gammell.

Para el CEO de Coca-Cola European Partners: "Nuestro negocio se construye sobre 'great people, great service y great beverages', trabajando de forma sostenible y creando valor en beneficio de todas nuestras partes

interesadas. Esperamos entusiasmados de dar la bienvenida, muy pronto, en nuestra empresa a los compañeros, clientes, proveedores y socios de Amatil".

La propuesta de adquisición de Coca-Cola Amatil se anunció en octubre de 2020 y fue aprobada por los accionistas de Amatil el 16 de abril de 2021. Tras el cierre de la adquisición, se empezará a usar este nuevo nombre. La compañía seguirá cotizando en Euronext Amsterdam, la bolsa de Nueva York, la bolsa de Londres y en las bolsas españolas, y continuará usando el ticker "CCEP".

Una de las mayores embotelladoras y distribuidoras de bebidas en Asia Pacífico

Coca-Cola Amatil Limited (incluyendo filiales, entidades del grupo y organismos relacionados) es una de las mayores embotelladoras y distribuidoras de bebidas no alcohólicas y alcohólicas y café listas para tomar en la región Asia Pacífico.

CCL es el embotellador y distribuidor autorizado de las marcas de bebidas de KO en Australia, Nueva Zelanda, Fiji, Indonesia, Papúa Nueva Guinea y Samoa. CCL emplea de forma directa a alrededor de 12.000 personas y crea de manera indirecta miles de puestos de trabajo adicionales a lo largo de su cadena de suministro, en asociación con proveedores clave para embotellar, envasar, vender y distribuir sus productos. Tiene acceso a alrededor de 270 millones de consumidores potenciales a través de más de 630.000 clientes activos.

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.

