

Nº79

SEPTIEMBRE 2021

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



Gastronomic Forum Barcelona llega a la ciudad el próximo octubre



Gastronomic Forum Barcelona tendrá lugar del 18 al 20 de octubre en el palacio 8 del recinto Montjuïc de Fira de Barcelona. Se prevé que más de 300 empresas expositoras participen en el salón que cuenta con cerca del 85% de su espacio reservado.

La exposición comercial convivirá con un completo programa de clases magistrales, sesiones temáticas, catas y presentaciones de productos que se sucederán en diversos escenarios y que tendrán como denominador común la sostenibilidad en la cocina y la restauración de calidad.

“Los cocineros más influyentes han apostado por el cuidado del medio ambiente de manera explícita a través de proyectos concretos, vinculando sus marcas a iniciativas que llevan el sello de desarrollo sostenible y colaborando con instituciones o importantes empresas alimentarias”, explica Pep Palau, codirector de Gastronomic Forum Barcelona.

Así lo hacen Joan Roca con su proyecto “Gastronomía Sostenible” en el Celler de Can Roca, Ángel León con la creación del ecosistema marino sostenible alrededor del restaurante A

Ponente y Eneko Atxa, pionero de la cocina medioambientalmente responsable cuyo restaurante Azurmendi ha sido reconocido como el más sostenible del mundo por The World's 50 Best Restaurants.

Uno de los espacios más activos del salón será el Fòrum Lab Alimentación Sostenible que pondrá de manifiesto que la responsabilidad medioambiental la gran palanca para la transformación y el desarrollo de las empresas. Este espacio funcionará como un gran ecosistema de innovación en el que más de 60 expertos pondrán al alcance de empresas y profesionales de la restauración y la hostelería herramientas útiles para la gestión sostenible de sus negocios.

El respeto al medio ambiente también estará presente en los diversos premios y concursos que Gastronomic Forum Barcelona lleva a cabo y que han creado categorías especiales al respecto, como los Premios Cuiner 2021, que reconoce al mejor cocinero del año; los Premios Josep Mercader, que distingue la trayectoria profesional de chefs, enólogos, responsables de sala, productores y divulgadores de la cocina catalana; y los Premios InnoForum, que galardonan la mejor innovación gastronómica.

Revistaaral.com

editorial

Parece que parte del mundo, tímidamente, quiere ir volviendo a abrirse gracias al alto porcentaje de personas ya vacunadas principalmente en el denominado “primer mundo”. Noticias como las de la realización del Gastronomic Forum o de Alimentaria y Hostelco nos hacen tener esperanzas que nuestro sector lentamente se vaya recuperando de tantos meses duros y que pronto volvamos a la normalidad tan deseada. Una normalidad que, de todas maneras, será distinta ya que los hábitos de compra y consumo han cambiado en cierta manera y no parece que eso vaya ya a desaparecer. *GrupVIVÓ*

sumario

- 1 Gastronomic Forum Barcelona llega a la ciudad el próximo octubre
- 2 El sector de las bebidas espirituosas se reorienta hacia la venta híbrida
- 3 Alpro se sitúa entre el 5% de las mejores B Corps del mundo por su compromiso medioambiental
- 4 Coca-Cola y ESIC Bussines School apuestan por la formación en E-Commerce
- 5 Alimentaria y Hostelco vuelven en abril de 2022
- 6 Lactalis lanza leche Bio para el sector hostelero
- 7 Nestlé amplía su gama de botellas hechas de plástico reciclado y reciclable



El sector de las bebidas espirituosas se reorienta hacia la venta híbrida

El mercado del sur de Europa de Diageo, dueña de marcas como Johnnie Walker, J&B o Tanqueray, apuesta por la venta híbrida en el nuevo escenario económico y social que ha dejado la pandemia. La nueva realidad comercial está transformando los modelos de negocio de las empresas y sus equipos comerciales. La empresa comparte la idea de que "La venta tradicional afronta el reto de transformar la mentalidad y las estrategias de negocio para adaptarse a una nueva era digital. La pandemia ha acelerado una digitalización que ya venía anunciándose. Todos los sectores se han visto abocados a reinventarse y transformarse. Las ventas tradicionales evolucionan hacia procesos de venta digitales, y con esto, surge una nueva tendencia, la venta híbrida". Sin embargo, que esta transformación hacia un modelo de negocio híbrido no le resta importancia a la presencialidad de las visitas comerciales. El experto señala que "a partir de ahora va a ser muy importante saber justificar la presencialidad de un equipo comercial y poder definir una estrategia de contacto híbrido". En este sentido, el objetivo es vender más, por lo que hay que generar una mayor actividad comercial. "Híbrido el proceso de compra va a permitir optimizar la actividad, adaptarse a los hábitos de los clientes, un mejor acompañamiento de todo el proceso, un rápido acceso a la información y más efectividad en la venta a

través de aproximaciones más frecuentes y personalizadas con más garantías de éxito", asegura Sergi Ramo, CEO de growZ Consultants e impulsor de la venta híbrida.



Revistaaral.com

Alpro se sitúa entre el 5% de las mejores B Corps del mundo por su compromiso medioambiental



Alpro, tras obtener el certificado B Corp en 2018, se ha recertificado este año, pasando de los 87 puntos que obtuvo a 106,3. Gracias a sus esfuerzos, Alpro ha sido reconocida por B Lab como una de las mejores empresas para el mundo en la categoría de medio ambiente, nombrándola Best For The World B Corps 2021 in Environment. Cada año, B Lab premia a las empresas que lideran la construcción de una economía sostenible e inclusiva con puntuaciones que se encuentran entre el 5% superior de entre las más de 4.000 B Corps de todo el mundo en las cinco áreas de impacto evaluadas: comunidad, clientes, medio ambiente, gobernanza y trabajadores.

Los cultivos que utilizan son principalmente de origen europeo y las almendras proceden de la costa mediterránea española. La marca trabaja desde 2018 con sus proveedores y WWF para implementar proyectos que fomenten la biodiversidad y sean respetuosos con los polinizadores silvestres. Por su parte, el 100% de la soja utilizada cuenta con el sello Proterra que certifica que es libre de transgénicos (sin OGM) y proveniente de cultivos ecológicamente sostenibles que no causan deforestación.

Agroinformacion.com

Coca-Cola y ESIC Business School apuestan por la formación en E-Commerce

La pandemia ha acelerado la transformación digital del comercio online y Coca-Cola en España -Coca-Cola Europacific Partners Iberia y Coca-Cola Iberia- y ESIC Business & Marketing School, se han unido para desarrollar un Programa de Inmersión Digital en el Canal Grocery. Una iniciativa pionera en España en la que participan managers, directivos y responsables de ambas compañías.

El crecimiento del eCommerce en España, un 36% en el último año, sitúa a nuestro país como uno de los tres países en los que se más se ha acrecentado esta tendencia, solo por detrás de Argentina y Singapur. Las plataformas de e-Commerce han redoblado su importancia, integrándose en estrategias omnicanal en las que los mundos online y offline están perfectamente integrados. La adopción de hábitos de compra de alimentación a través de las plataformas online por parte de nuevos usuarios y el incremento de usuarios que complementan su compra en ambos canales han posicionado esta disciplina como una de las principales tendencias de e-Commerce surgidas tras la crisis sanitaria.

Por ello, esta iniciativa consolida a Coca-Cola como un impulsor de nuevas metodologías que facilitan el crecimiento y desarrollo de sus profesionales en un mundo hiperconectado en el que la experiencia de compra y el posicionamiento en estos nuevos canales se han convertido en un factor determinante.



Cocacola.es

Alimentaria y Hostelco vuelven en abril de 2022

Alimentaria y Hostelco celebrarán su próxima edición del 4 al 7 de abril de 2022 en Gran Vía de Fira de Barcelona. A nueve meses de su celebración, el 93% de los expositores de Alimentaria y el 87% de Hostelco que habían contratado espacio para 2020 han confirmado ya su presencia.

Se constata así que la alimentación, el retail, la hostelería, el foodservice, el equipamiento hostelero y los diferentes subsectores dan signos de recuperación y apuestan por la próxima convocatoria de ambos salones. El ritmo de contratación se sitúa a niveles pre pandemia por lo que la organización tiene previsto iniciar la comercialización de los espacios restantes mediante adjudicación directa a partir de septiembre.

Todas las comunidades autónomas han confirmado ya su presencia en el evento que se

encuentra con niveles de ocupación superiores al 85% de la superficie prevista.

Destaca el dinamismo de Intercarn que con una contratación de más del 90% lo sitúa como el de mayor superficie de Alimentaria.

Alimentaria & Hostelco preparan contenidos dirigidos a potenciar su carácter empresarial y contribuir a la reactivación de sus respectivos sectores. Su director, J. Antonio Valls, tiene claro que los salones jugarán un papel decisivo en la reactivación por el impacto que generan en la industria y su cadena de valor". Por ello se organizarán más de 12.500 reuniones de negocios entre las firmas participantes y los 1.400 compradores clave invitados, importadores y distribuidores de Europa, Asia, Latinoamérica y EE. UU.



Alimentaria.com

Lactalis lanza leche Bio para el sector hostelero

Lactalis Foodservice Iberia, división de hostelería y restauración del Grupo Lactalis, en su apuesta por responder a necesidades específicas de los profesionales del sector, lanza una leche Bio de alta calidad avalada por el Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia (CRAEGA).

Esta nueva referencia de leche bio ofrece un extra de crema, y procede de granjas ecológicas españolas seleccionadas, en las que las vacas se alimentan con piensos y forrajes ecológicos, contribuyendo a una alimentación más saludable y sostenible.

Antonio Quintana, director general de la división Foodservice de Lactalis, explica que quieren acompañar al profesional en las "tendencias de naturalidad y sostenibilidad", porque "esta demanda se va ampliando a todos los momentos de consumo y la Leche Bio Hostelería especial barista Président Profesional ayudará a completar la oferta en un mercado que se sitúa ya en el top 10 de Europa.



Revistaaral.com

Nestlé amplía su gama de botellas hechas de plástico reciclado y reciclable

Nestlé Aquarel vuelve a colaborar con Mr. Wonderful (mrwonderful.com) y lanza su nueva botella de agua de 50 centilitros realizada con plástico 100% reciclado y reciclable que incluye cinco mensajes motivadores que pretenden animar al consumidor a ver la vida de forma positiva.

La división de aguas de Nestlé está trabajando para que en España todas sus botellas, que ya son 100% reciclables, contengan como mínimo un 50% de plástico ya reciclado (rPET) para 2022. Así, Nestlé Aquarel ha querido ampliar también los formatos de botellas realizadas a partir de otras recicladas y los envases de 33 y de 50 centilitros contienen ya un 25% de plástico reciclado.

La marca, además, ya ofrece desde el año pasado a sus consumidores botellas de 75 centilitros y 1,5 litros que están producidas con un 50% de



rPET. Todos estos formatos se unen al que la Compañía está impulsando en colaboración con Mr. Wonderful.

Nestle.es

Madrid acogerá el primer evento de negocios de alimentación 100% vegetal en España

Los días 4 y 5 del próximo mes de octubre tendrá lugar en Madrid el primer encuentro de negocios 100% vegetales de España, con la participación de empresas como Heura, Unilever o Nestlé y organizado por las empresas del mercado plant-based Vegetalmente, Kraut y The Vegan Agency. Consumer.es

Lolea entra en la categoría de los wine spritz

Lolea lanza su variedad nº1 en formato lata y entrando en la categoría de los wine spritz. El producto sigue la línea de los productos con una baja graduación, pues cuenta tan solo con 5,5°. Revistaaral.com

La industria de refrescantes en España ha reducido casi un 40% el azúcar en estas bebidas

La industria de refrescantes ha reducido entre 2010 y 2020 el azúcar de sus bebidas en un 38%. Además, el 34% de los refrescos que se comercializan actualmente son bajos o sin calorías. Con estos datos, la industria española se sitúa como referente en Europa en la reducción de azúcar, superando ya, el compromiso anunciado por Unesda, la federación que agrupa a esta industria en la UE para 2025. Consumer.es

Coca-Cola prueba en España su nuevo tapón adherido a la botella



Coca-Cola da un paso más por conseguir “Un Mundo sin Residuos” y en su estrategia de sostenibilidad “Avanzamos” para Europa Occidental, y lo hace alcanzando un nuevo hito en eco-innovación y diseño con el lanzamiento de la primera prueba piloto de tapones adheridos a la botella en España.

En línea con los requisitos de la directiva europea sobre plásticos de un solo uso, que entrará en vigor en julio de 2024, Coca-Cola ha querido adelantarse y en mayo de 2021 ha comenzado la fabricación de los primeros tapones adheridos a la botella en su planta de Barcelona. Esta prueba piloto servirá para poner a prueba el proceso de producción de los tapones, valorar su rendimiento en climas cálidos y recoger la respuesta de los consumidores a esta innovación antes de proceder a su implantación gradual en otros países a finales de 2021.

“Con este hito, queremos lanzar un mensaje al consumidor: disfruta de tu bebida, vuelve a cerrar el tapón y recicla la botella y el tapón juntos”, apunta Ana Gascón, directora de la Estrategia de Sostenibilidad de Envases para Europa en The Coca-Cola Company. “Estamos especialmente orgullosos de que España sea el primer país en poner a prueba la producción y el rendimiento de los tapones en climas cálidos, antes de que se inicie un despliegue más amplio en España y en otros países”, finaliza.

El tapón llevará inscrita la frase “nuevo tapón, por favor recíclame”

Desde principios de julio las botellas con los nuevos tapones están ya a la venta en

determinados puntos de venta de Cataluña, Baleares, Aragón, Canarias (Tenerife, Gran Canaria), Andalucía (Granada, Jaén, Málaga, Almería, Cádiz, Sevilla) y Toledo. La prueba, que es temporal, durará 10 semanas y se comercializarán 6 millones de botellas con los nuevos tapones en las botellas de plástico de 500 ml de todas las variantes de Coca-Cola (Sabor original, Zero azúcar, Sabor Light y Zero azúcar y Zero cafeína) y de Schuss.

El proyecto nace en el centro de I+D de Coca-Cola en Bruselas y su diseño se ha trabajado junto a proveedores para garantizar seguridad y calidad.

El sistema de apertura es el mismo que el de la botella estándar, sin embargo, la innovación radica en el anillo que rodea el cuello de la botella, al que se ha incorporado una lengüeta que mantiene el tapón unido al envase una vez desenroscado, a la vez que sigue permitiendo su cierre hermético.

“Esta innovación permite al consumidor reciclar la botella junto al tapón, evitando su pérdida y la generación de residuos. Es un diseño innovador, que marca un hito importante en nuestra hoja de ruta para hacer que nuestros envases sean cada vez más sostenibles. Para poner en marcha este piloto, hemos tenido que adaptar una de las líneas de embotellado de la planta de Barcelona, que se caracteriza por su versatilidad y apuesta por la innovación”, señala Sergio Ferré, director de la Planta de Barcelona.

Cocacola.es

Burbujas

vivó

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

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.