

# Nº79

## SETEMBRE 2021

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](http://www.facebook.com/grupvivo)



[www.twitter.com/grupvivo](http://www.twitter.com/grupvivo)

# burbujas

VIVÓ

## Gastronomic Fòrum Barcelona arriba a la ciutat el pròxim octubre



**G**astronomic Fòrum Barcelona tindrà lloc del 18 al 20 d'octubre en el palau 8 del recinte Montjuïc de Fira de Barcelona. Es preveu que més de 300 empreses exposadores participin en el saló que compta amb prop del 85% del seu espai reservat.

L'exposició comercial conviurà amb un complet programa de classes magistrals, sessions temàtiques, tastos i presentacions de productes que se succeiran en diversos escenaris i que tindran com a denominador comú la sostenibilitat en la cuina i la restauració de qualitat.

“Els cuiners més influents han apostat per la cura del medi ambient de manera explícita a través de projectes concrets, vinculant les seves marques a iniciatives que porten el segell de desenvolupament sostenible i col·laborant amb institucions o importants empreses alimentàries”, explica Pep Palau, codirector de Gastronomic Fòrum Barcelona.

Així ho fan Joan Roca amb el seu projecte “Gastronomia Sostenible” en el Celler de Can Roca, Àngel León amb la creació de l'ecosiste-

ma marí sostenible al voltant del restaurant A Ponente i Eneko Atxa, pioner de la cuina mediambientalment responsable el restaurant de la qual Azurmendi ha estat reconegut com el més sostenible del món per The World's 50 Best Restaurants.

Un dels espais més actius del saló serà el Fòrum Lab Alimentació Sostenible que posarà de manifest que la responsabilitat mediambiental la gran palanca per a la transformació i el desenvolupament de les empreses. Aquest espai funcionarà com un gran ecosistema d'innovació en el qual més de 60 experts posaran a l'abast d'empreses i professionals de la restauració i l'hostaleria eines útils per a la gestió sostenible dels seus negocis.

El respecte pel medi ambient també serà present en els diversos premis i concursos que Gastronomic Fòrum Barcelona duu a terme i que han creat categories especials sobre aquest tema, com els Premis Cuiner 2021, que reconeix al millor cuiner de l'any; els Premis Josep Mercader, que distingeix la trajectòria professional de xefs, enòlegs, responsables de sala, productors i divulgadors de la cuina catalana; i els Premis InnoForum, que guardonen la millor innovació gastronòmica.

Revistaaral.com

## editorial

Sembla que part del món, tímidament, vol anar tornant a obrir-se gràcies a l'alt percentatge de persones ja vacunades principalment en el denominat “primer món”. Notícies com les de la realització del Gastronomic Fòrum o d'Alimentària i Hostelco ens fan tenir esperances que el nostre sector lentament es vagi recuperant de tants mesos durs i que aviat tornem a la normalitat tan desitjada. Una normalitat que, de tota manera, serà diferent ja que els hàbits de compra i consum han canviat en certa manera i no sembla que això vagi ja a desaparèixer. **Grup VIVÓ**

## sumari

- 1 Gastronomic Fòrum Barcelona arriba a la ciutat el pròxim octubre
- 2 El sector de les begudes espirituoses es reorienta cap a la venda híbrida
- 3 Alpro se situa entre el 5% de les millors B Corps del món pel seu compromís mediambiental
- 4 Coca-Cola i ESIC Bussines School aposten per la formació en E-Commerce
- 5 Alimentària i Hostelco tornen a l'abril de 2022
- 6 Lactalis llança llet Bio per al sector hostaler
- 7 Nestlé amplia la seva gamma d'ampolles fetes de plàstic reciclat i reciclable

## El sector de les begudes espirituoses es reorienta cap a la venda híbrida

El mercat del sud d'Europa de Diageo, propietària de marques com Johnnie Walker, J&B o Tanqueray, aposta per la venda híbrida en el nou escenari econòmic i social que ha deixat la pandèmia. La nova realitat comercial està transformant els models de negoci de les empreses i els seus equips comercials.

L'empresa comparteix la idea que "La venda tradicional afronta el repte de transformar la mentalitat i les estratègies de negoci per a adaptar-se a una nova era digital. La pandèmia ha accelerat una digitalització que ja venia anunciant-se. Tots els sectors s'han vist abocats a reinventar-se i transformar-se. Les vendes tradicionals evolucionen cap a processos de venda digitals, i amb això, sorgeix una nova tendència, la venda híbrida".

Tanmateix, que aquesta transformació cap a un model de negoci híbrid no li resta importància a la presencialitat de les visites comercials. L'expert assenyala que "a partir d'ara serà molt important saber justificar la presencialitat d'un equip comercial i poder definir una estratègia de contacte híbrid".

En aquest sentit, l'objectiu és vendre més, per la qual cosa cal generar una major activitat comercial. "Hibridar el procés de compra permetrà optimitzar l'activitat, adaptar-se als hàbits dels clients, un millor acompanyament de tot el procés, un ràpid accés a la informació i més efectivitat en la venda a través d'aproxima-

cions més freqüents i personalitzades amb més garanties d'èxit", assegura Sergi Ramo, CEO de groWZ Consultants i impulsor de la venda híbrida.



Revistaaral.com

## Alpro se situa entre el 5% de les millors B Corps del món pel seu compromís mediambiental



Alpro, després d'obtenir el certificat B Corp en 2018, s'ha re-certificat enguany, passant dels 87 punts que va obtenir a 106,3. Gràcies als seus esforços, Alpro ha estat reconeguda per B Lab com una de les millors empreses per al món en la categoria de medi ambient, nomenant-la Best For The World B Corps 2021 in Environment. Cada any, B Lab premia a les empreses que lideren la construcció d'una economia sostenible i inclusiva amb puntuacions que es troben entre el 5% superior d'entre les més de 4.000 B Corps de tot el món en les cinc àrees d'impacte avaluades: comunitat, clients, medi ambient, governança i treballadors.

Els cultius que utilitzen són principalment d'origen europeu i les ametlles procedeixen de la costa mediterrània espanyola. La marca treballa des de 2018 amb els seus proveïdors i WWF per a implementar projectes que fomentin la biodiversitat i siguin respectuosos amb els pol·linitzadors silvestres. Per part seva, el 100% de la soia utilitzada compta amb el segell Proterra que certifica que és lliure de transgènics (sense OGM) i provinent de cultius ecològicament sostenibles que no causen desforestació.

Agroinformacion.com

## Coca-Cola i ESIC Bussines School aposten per la formació en E-Commerce

La pandèmia ha accelerat la transformació digital del comerç en línia i Coca-Cola a Espanya -Coca-Cola Europacific Partners Ibèria i Coca-Cola Ibèria- i ESIC Business & Màrqueting School, s'han unit per a desenvolupar un Programa d'Immersió Digital en el Canal Grocery. Una iniciativa pionera a Espanya en la qual participen managers, directius i responsables de totes dues companyies.

El creixement del eCommerce a Espanya, un 36% en l'últim any, situa al nostre país com un dels tres països en els quals més ha crescut aquesta tendència, només per darrere de l'Argentina i Singapur. Les plataformes d'e-Commerce han redoblat la seva importància, integrant-se en estratègies omni-canal, canal en les quals els mons en línia i offline estan perfectament integrats. L'adopció d'hàbits de compra d'alimentació a través de les plataformes en línia per part de nous usuaris i l'increment d'usuaris que complementen la seva compra en tots dos canals han posicionat aquesta disciplina com una de les principals tendències d'e-Commerce sorgides després de la crisi sanitària.

Per això, aquesta iniciativa consolida a Coca-Cola com un impulsor de noves metodologies que faciliten el creixement i desenvolupament dels seus professionals en un món hiperconectat en el qual l'experiència de compra i el posicionament en aquests nous canals s'han convertit en un factor determinant.



Cocacola.es

## Alimentària i Hostelco tornen a l'abril de 2022

Alimentària i Hostelco celebraran la seva pròxima edició del 4 al 7 d'abril de 2022 a Gran Via de Fira de Barcelona. A nou mesos de la seva celebració, el 93% dels expositors d'Alimentària i el 87% de Hostelco que havien contractat espai per a 2020 han confirmat ja la seva presència.

Es constata així que l'alimentació, el retail, l'hostaleria, el foodservice, l'equipament hostaler i els diferents subsectors donen signes de recuperació i aposten per la pròxima convocatòria de tots dos salons. El ritme de contractació se situa a nivells pre-pandèmia pel que l'organització té previst iniciar la comercialització dels espais restants mitjançant adjudicació directa a partir de setembre.

Totes les comunitats autònomes han confirmat ja la seva presència en l'esdeveniment que es troba amb nivells d'ocupació superiors al 85% de la superfície prevista. Destaca el dinamisme

d'Intercarn que amb una contractació de més del 90% el situa com el de major superfície d'Alimentària.

Alimentària & Hostelco preparen continguts dirigits a potenciar el seu caràcter empresarial i contribuir a la reactivació dels seus respectius sectors. El seu director, J. Antonio Valls, té clar que els salons jugaran un paper decisiu en la reactivació per l'impacte que generen en la indústria i la seva cadena de valor". Per això s'organitzaran més de 12.500 reunions de negocis entre les signatures participants i els 1.400 compradors clau convidats, importadors i distribuïdors d'Europa, Àsia, Llatinoamèrica i els EUA



Alimentaria.com

## Lactalis llança llet Bio per al sector hostaler

Lactalis Foodservice Ibèria, divisió d'hostaleria i restauració del Grup Lactalis, en la seva aposta per respondre a necessitats específiques dels professionals del sector, llança una llet Bio d'alta qualitat avalada pel Consell Regulador d'Agricultura Ecològica de Galícia (CRAEGA).

Aquesta nova referència de llet bio ofereix un extra de crema, i procedeix de granges ecològiques espanyoles seleccionades, en les quals les vaques s'alimenten amb pinsos i farratges ecològics, contribuint a una alimentació més saludable i sostenible.

Antonio Quintana, director general de la divisió Foodservice de Lactalis, explica que volen acompanyar al professional en les "tendències de naturalitat i sostenibilitat", perquè "aquesta demanda es va ampliant a tots els moments de consum i la Llet Bio Hostaleria especial barista Président Professional ajudarà a completar l'oferta en un mercat que se situa ja en el top 10 d'Europa.



Revistaaral.com

## Nestlé amplia la seva gamma d'ampolles fetes de plàstic reciclat i reciclable

Nestlé Aquarel torna a col·laborar amb Mr. Wonderful (mrwonderful.com) i llança la seva nova ampolla d'aigua de 50 centilitres realitzada amb plàstic 100% reciclatge i reciclable que inclou cinc missatges motivadors que pretenen animar al consumidor a veure la vida de manera positiva.

La divisió d'aigües de Nestlé està treballant perquè a Espanya totes les seves ampolles, que ja són 100% reciclables, continguin com a mínim un 50% de plàstic ja reciclat (rPET) per a 2022. Així, Nestlé Aquarel ha volgut ampliar també els formats d'ampolles realitzades a partir d'altres reciclades i els envasos de 33 i de 50 centilitres contenen ja un 25% de plàstic reciclat.

La marca, a més, ja ofereix des de l'any passat a les seves consumidores ampolles de 75 centilitres i 1,5 litres que estan produïdes amb un 50% de



rPET. Tots aquests formats s'uneixen al que la Companyia està impulsant en col·laboració amb Mr. Wonderful.

Nestle.es

## notícies breus

Madrid acollirà el primer esdeveniment de negocis d'alimentació 100% vegetal a Espanya

Els dies 4 i 5 del pròxim mes d'octubre tindrà lloc a Madrid la primera trobada de negocis 100% vegetals d'Espanya, amb la participació d'empreses com Heura, Unilever o Nestlé i organitzat per les empreses del mercat plant-based Vegetalmarkt, Kraut i The Vegan Agency. Consumer.es

Lolea entra en la categoria dels wine spritz

Lolea llança la seva varietat n°1 en format llauna i entrant en la categoria dels wine spritz. El producte segueix la línia dels productes amb una baixa graduació, perquè compta tan sols amb 5,5°.

Revistaaral.com

La indústria de refrescants a Espanya ha reduït gairebé un 40% el sucre en aquestes begudes

La indústria de refrescants ha reduït entre 2010 i 2020 el sucre de les seves begudes en un 38%. A més, el 34% dels refrescos que es comercialitzen actualment són baixos o sense calories. Amb aquestes dades, la indústria espanyola se situa com a referent a Europa en la reducció de sucre, superant ja, el compromís anunciat per Unesda, la federació que agrupa aquesta indústria a la UE per a 2025.

Consumer.es

# Coca-Cola prova a Espanya el seu nou tap adherit a l'ampolla



Coca-Cola fa un pas més per aconseguir "Un Món sense Residus" i en la seva estratègia de sostenibilitat "Avancem" per a Europa Occidental, i ho fa aconseguint una nova fita en eco-innovació i disseny amb el llançament de la primera prova pilot de taps adherits a l'ampolla a Espanya.

En línia amb els requisits de la directiva europea sobre plàstics d'un sol ús, que entrarà en vigor al juliol de 2024, Coca-Cola ha volgut avançar-se i al maig de 2021 ha començat la fabricació dels primers taps adherits a l'ampolla en la seva planta de Barcelona. Aquesta prova pilot servirà per a posar a prova el procés de producció dels taps, valorar el seu rendiment en climes càlids i recollir la resposta dels consumidors a aquesta innovació abans de procedir a la seva implantació gradual en altres països a la fi de 2021.

"Amb aquesta fita, volem llançar un missatge al consumidor: gaudeix de la teva beguda, torna a tancar el tap i recicla l'ampolla i el tap junts", apunta Ana Gascón, directora de l'Estratègia de Sostenibilitat d'Envasos per a Europa en The Coca-Cola Company. "Estem especialment orgullosos que Espanya sigui el primer país a posar a prova la producció i el rendiment dels taps en climes càlids, abans que s'iniciï un desplegament més ampli a Espanya i en altres països", finalitza.

**El tap portarà inscrita la frase "nou tap, si us plau recicla'm"**

Des de principis de juliol les ampolles amb els nous taps estan ja a la venda en determi-

nats punts de venda de Catalunya, Balears, Aragó, Canàries (Tenerife, Gran Canària), Andalusia (Granada, Jaén, Màlaga, Almeria, Cadis, Sevilla) i Toledo. La prova, que és temporal, durarà 10 setmanes i es comercialitzaran 6 milions d'ampolles amb els nous taps en les ampolles de plàstic de 500 ml de totes les variants de Coca-Cola (Sabor original, Zero sucre, Sabor Light i Zero sucre i Zero cafeïna) i de Schuss.

El projecte neix en el centre d'I+D de Coca-Cola a Brussel·les i el seu disseny s'ha treballat al costat de proveïdors per a garantir seguretat i qualitat.

El sistema d'obertura és el mateix que el de l'ampolla estàndard, no obstant això, la innovació radica en l'anell que envolta el coll de l'ampolla, al qual s'ha incorporat una llengüeta que manté el tap unit a l'envàs una vegada descaragolat, alhora que continua permetent el seu tancament hermètic.

"Aquesta innovació permet al consumidor reciclar l'ampolla al costat del tap, evitant la seva pèrdua i la generació de residus. És un disseny innovador, que marca una fita important en el nostre full de ruta per a fer que els nostres envasos siguin cada vegada més sostenibles. Per a posar en marxa aquest pilot, hem hagut d'adaptar una de les línies d'embotellat de la planta de Barcelona, que es caracteritza per la seva versatilitat i aposta per la innovació", assenyala Sergio Ferré, director de la Planta de Barcelona.

Cocacola.es

**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



**GRUP VIVÓ**

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.