

Nº82

JUNIO 2022

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



ADISCAT vuelve tras la pandemia



El pasado 20 de abril la asociación de distribuidores de Catalunya (ADISCAT) pudo volver realizar su Asamblea anual de asociados tras el parón obligado por la pandemia en el Castell Jalpí de Arenys de Munt.

Dicha Asamblea no solo sirvió para poder reunirnos a todos de nuevo y poder volver a vernos la cara sino que también dio la oportunidad de ver la evolución del sector en los últimos tres años tan críticos y contrastar que a pesar de todas las circunstancias externas que siguen complicando las ventas la realidad es que poco a poco se ve la luz al final del túnel y la previsión generalizada es la de llegar a igualar los resultados de 2019.

Por otro lado se volvió a resaltar la importancia de defender el valor del producto retornable como emblema de nuestro sector, a defender el margen que el fabricante deja al distribuidor que se ha convertido ya en algo totalmente insostenible.

Otro punto primordial para ADISCAT y que ya viene siéndolo desde hace varias ediciones es

la necesidad de la descarga de los pedidos en planta calle para ser sensible a los riesgos laborales que supone para la salud de los reparadores el no hacerlo así. Es prioritario que ambas partes, cliente y distribuidor lleguen a entenderse en ese punto.

Otro aspecto que ha surgido con más fuerza los últimos tiempos y que fue eje de esta última Asamblea fue sobretodo ser conscientes de la importancia de la digitalización de nuestro sector que crece a marchas forzadas y más tras la pandemia.

Para tratar este último punto se contó con la presencia de Marius Robles, fundador de Food by Robots, una compañía exponencial que busca llevar la robótica inteligente al mundo de la alimentación. En su ponencia nos habló sobre conceptos como startups y tecnologías que cambiarán lo que entendemos actualmente como alimentación y bebidas así como de qué manera la robótica ayudará a desempeñar tareas más físicas para ayudar en trabajos de almacén o reparto.

GrupVIVÓ

editorial

Este próximo mes de Julio nuestra empresa celebra nada más y nada menos que su 70 aniversario. Muchas cosas han cambiado evidentemente desde sus inicios. De ser una Empresa de sifones y gaseosas hasta la actualidad con más de 1.500 referencias. De apuntar pedidos a mano a tener una propia APP interna y estar gestionando ya la creación de una externa para los clientes, además de contar con su e-commerce vivonium.es para acercarse a más tipos de clientes. Pero lo más importante es que queremos seguir cambiando pero sin renunciar a la única cosa que nunca ha cambiado en todo este tiempo: dar el mejor SERVICIO a todos vosotros y seguir siendo el mejor distribuidor del Baix Llobregat. Desde GrupVIVÓ queremos dar las gracias a todo el personal que compone esta Empresa y también os queremos dar las gracias a todos los clientes por hacer posible día tras día que esto sea una realidad. Sin vuestro esfuerzo y confianza nada de ello sería posible. ¡Felicidades! GrupVIVÓ

sumario

- 1 ADISCAT vuelve tras la pandemia
- 2 Nuevos sorbetes de Eckes-Granini, junto a La Menorquina
- 3 Estados Unidos se perfila como el mercado idóneo para el vino frente a la volatilidad de otros destinos
- 4 Nestlé, reconocida como la empresa más atractiva para trabajar en el sector de la alimentación y bebidas
- 5 D.O. Cava crece un 17,34% en 2021
- 6 Coca-Cola lanza en España el nuevo sabor Fanta sandía
- 7 Nuevo sistema para producir leche sin intervención de la vaca



Nuevos sorbetes de Eckes-Granini, junto a La Menorquina



distribuidor de postres helados, confiando en su dilatada experiencia dentro del sector.

Eckes-Granini sigue apostando por la innovación, explorando nuevas categorías. Esta vez, con un producto novedoso y fuera de su línea habitual, los sorbetes. La marca ha colaborado con La Menorquina, fabricante y

La marca apuesta por una línea más natural, ya que los sorbetes cuentan con hasta un 85% de fruta, el mayor porcentaje en el mercado. Asimismo, son bajos en calorías, aptos para veganos e intolerantes a la lactosa y, además, gracias a su base de agua, hace que se conviertan en la opción más refrescante.

La nueva gama de sorbetes de granini está disponible en dos formatos: formato tarrina, que se puede encontrar en dos sabores distintos, limón o frutos rojos; y formato polo, disponible en un exótico sabor tropical. Granini.es

Granini.es

Estados Unidos se perfila como el mercado idóneo para el vino frente a la volatilidad de otros destinos



Las exportaciones de vino español están acusando la situación bélica en Ucrania: la guerra, pese a librarse en un solo país, afecta a toda Europa y también a Asia. Precisamente Asia es uno de los mercados hacia los que las bodegas españolas se han dirigido en los últimos años, junto con América Latina.

Sin embargo, en estos momentos, según los expertos, Estados Unidos se perfila como el mercado idóneo para el vino español: en particular, para las más de 4.500 bodegas de nuestro territorio, de las cuales, gran parte son pequeñas y medianas.

Álvaro Giménez, CEO de la consultora especializada en internacionalización Gimenez & Sigwald Wine Associates, conoce bien el mercado estadounidense y lo considera una alternativa segura y duradera frente a la volatilidad de los mercados asiáticos y de América del Sur. Según este experto, España podría pasar en cinco años de los mil millones de euros en exportaciones de vino a Estados Unidos y doblar su cuota de mercado. Una opinión que comparten otros muchos expertos: durante la asamblea anual de la Federación Española del Vino, celebrada la semana pasada en Toledo, todos los ponentes citaron Estados Unidos como mercado preferente para el vino hecho en España.

Agroalimentación.com

Nestlé, reconocida como la empresa más atractiva para trabajar en el sector de la alimentación y bebidas



Nestlé ha sido reconocida como la empresa más atractiva para trabajar en el sector de la alimentación y bebidas, según se recoge en el Informe Randstad Employer Brand Research que ha dado a conocer la empresa de Recursos Humanos. Este estudio analiza las principales razones por las que un profesional elegiría a Nestlé como la compañía para desarrollar su carrera profesional.

El galardón valora distintos factores como las perspectivas de futuro, un ambiente de trabajo agradable, la seguridad laboral a largo plazo, la conciliación de la vida laboral y personal, la formación de calidad, la gestión eficaz y la preocupación por el medio ambiente, entre otros.

Además, el estudio, realizado por una entidad independiente, se basa en la percepción del público en general. Para ello, se han entrevistado de forma online a 10.000 españoles en edad de trabajar para conocer los factores preferidos a la hora de buscar un puesto de trabajo.

Estos reconocimientos vienen reforzados con otros galardones obtenidos por Nestlé como el Advice de Éxito Empresarial, con el que la Compañía se convirtió en una de las empresas más reconocidas y valoradas en RSC por las pequeñas y medianas empresas y autónomos españoles en el sector alimentación durante 2020, o el Premio Promarca 2021 en la categoría de Sostenibilidad por la puesta en funcionamiento de la caldera de valorización de posos de café de su fábrica de Girona, entre otros.

Nestle.com

D.O. Cava crece un 17,34% en 2021



El presidente de la D.O. Cava, Javier Pagés, ha dado a conocer las cifras con las que el Cava cierra el año. De este modo, la comercialización del mercado interior se incrementa un +19,04%, alcanzando los 68.762 miles de botellas. El canal que mayor repercusión ha mostrado es el canal online, con un ascenso del +17,7% en valor y +19,3% en volumen, mientras que el canal de alimentación sigue la tendencia al alza con un aumento del +6,1% en valor y +5,1% en volumen. El canal offline y hostelería también evolucionan de manera positiva en valor con un +5,9% y +5,3% y un 4,9% y 2,3% en volumen respectivamente, según datos de NielsenIQ. Cava es la D.O. española que más exporta. Reúne más de 38.000 hectáreas de viña y a más de 6.800 viticultores. Sus 370 bodegas asociadas están presentes en más de 100 países. En

este sentido, el mercado exterior demuestra la fortaleza y presencia que tiene la D.O. Cava a nivel internacional, aglutinando un aumento de +11,34% y consolidando el 71% de las ventas totales.

Los países que integran la Unión Europea asisten a un crecimiento de +3,16%, y los países terceros siguen creciendo con un destacado +30,43%. El mercado de Alemania mantiene su posición como principal país de consumo (+4,23%), seguido de Estados Unidos (con un impresionante crecimiento de +40%), Bélgica (+11,56%), Reino Unido (-3,90%) y Japón (+7,94%). Destaca también el crecimiento en Austria (+65,54%), Brasil (+37,69%), y Polonia (+27,35%), con incrementos de doble dígito.

Agroalimentación.com

Coca-Cola lanza en España el nuevo sabor Fanta sandía



Coca-Cola lanza en España la nueva Fanta Sandía sin azúcares añadidos, que se incorpora al portfolio de la marca de forma permanente.

La llegada a España de Fanta Sandía sin azúcares añadidos coincide con el lanzamiento de "Gente llena de color". Se trata de la primera campaña global de marketing de la marca desde y llega con un objetivo: "ser una celebración de las personas auténticas, jóvenes de espíritu y que no se toman demasiado en serio a ellas mismas". Con ella, Fanta se dirige directamente a una nueva generación de personas definidas no por su edad sino por su actitud ante la vida.

La campaña invita a encontrar color en el día a día mostrando momentos cotidianos, como los que ocurren en el entorno laboral, en casa o socializando a través de una pantalla, pero inspirados por las nuevas formas que hemos descubierto de divertirnos en los últimos dos años. La campaña se estrenó el 1 de febrero y en España cuenta con un spot y diferentes activaciones en televisión, exterior, cine y digital, así como acciones con influencers.

Cocacola.es

Nuevo sistema para producir leche sin intervención de la vaca



La startup Real Deal Milk (RDM) ha desarrollado un sistema de producción de leche y otros productos lácticos basados en la fermentación de precisión para evitar la intervención de las vacas en el proceso. El objetivo de la empresa es crear un producto sustitutivo de la leche, el queso y el yogur que tenga las mismas propiedades biológicas, gusto y textura que estos productos y venderlo directamente a los supermercados de aquí cinco años.

Según el CEO y fundador de RDM, Zoltan Toth-Czifra, el proceso consiste en "extraer el ADN de las vacas e identificar las partes que expulsan caseína y suero, que son los dos grandes grupos de proteínas que tiene su leche". Una vez separados del resto de componentes "se introducen en la levadura y, a través de su cultivo en tanques de fermentación, se los enseña a crecer y producir sus propias proteínas, por después recogerlas y purificarlas", explica. Posteriormente, se incorporan el resto de los elementos que componen la leche de vaca como

las grasas, el azúcar, las vitaminas y los minerales. Real Deal Milk nació como startup en febrero de 2021 de la mano de Toth-Czifra. Actualmente, cuenta con un equipo de 5 personas y forma parte de las 1.900 startups que hay en Cataluña. Según un estudio elaborado por Acció, esta cifra ha crecido un 26% respecto a la situación previa a la pandemia, y continúa en aumento. Además, tal como se observa en este análisis, las empresas emergentes catalanas ocupan 19.300 personas y prácticamente la mitad de ellas trabaja con tecnologías deep tech.

elconomista.com

noticias breves

Tomatin, el "Mejor Whisky del Mundo 2022"

Tomatin Highland Single Malt Scotch Whisky ha sido considerado "El mejor whisky del mundo 2022" en la International Wine and Spirit Competition, más conocida por sus siglas IWSC. De entre las más de 1400 participaciones, Tomatin Legacy ha logrado la puntuación de 99 puntos sobre 100 y 2 de ellos son de la Destilería Tomatin. revistaaral.com

Puerto de Indias lanza una edición de mora

Puerto de Indias ha lanzado una edición especial de su ginebra de mora, que nació hace menos de un año, creada por un equipo de mujeres, en homenaje a sus consumidoras. El objetivo de esta nueva edición no es otro que el de alzar la voz en favor de la igualdad. Revistaaral.com

Legendario lanza una edición limitada por su 75 aniversario

Legendario está de celebración. La compañía conmemora su 75 aniversario festejándolo por todo lo alto con el lanzamiento de Ron Legendario Very Old Reserva Especial Edición Limitada, un destilado que solo contará con 1.000 unidades numeradas a mano y que se comercializa en su web. Infoalimentacion.com



El 88% de los consumidores muestra interés en realizar compras a través del metaverso



Lo primero que hay que dejar claro es que el metaverso se refiere a un universo virtual alternativo donde los usuarios "viven" a través de avatares digitales.

El creciente uso de la realidad aumentada y virtual impulsará la inversión en nuevas capacidades y experiencias que aúnen el mundo físico y virtual en las compañías de bienes de consumo, retail y turismo. Esta es una de las conclusiones de la última encuesta mundial de Accenture, que destaca que las compañías que no aborden las tecnologías inmersivas corren el riesgo de quedarse atrás.

La encuesta -realizada a más de 11.000 consumidores de 16 países, incluido España, - revela que en el último año casi dos tercios (64%) de los consumidores en España ya han comprado un bien virtual o participado en una experiencia o servicio virtual y se espera que esa cifra aumente. De hecho, el 88% de los consumidores consultados muestra interés en realizar compras a través del metaverso. Además, el 37% de los españoles afirma haber visitado una tienda en el mundo virtual para asesorarse, realizar un pago o buscar una gama de productos, mientras que el 56% de los encuestados tiene previsto hacerlo en el próximo año.

Según el informe Accenture Technology Vision 2022: "Nos vemos en el metaverso. El continuo de tecnología y experiencia que redefine nuevos negocio" ("Meet Me in the Metaverse: The Continuum of Techno-

logy and Experience Reshaping Business"), más de la mitad (55%) de los consumidores globales están de acuerdo en que una gran parte de sus vidas y medios de vida se están trasladando a los espacios digitales. En respuesta, la gran mayoría (90%) de los ejecutivos del sector retail afirman que prevén que las organizaciones líderes amplíen los límites del mundo virtual para hacerlo más real, lo que aumentará la necesidad de persistencia y sinergias entre el mundo digital y físico. Además, el 72% de los ejecutivos globales afirma que el metaverso tendrá un impacto positivo en sus organizaciones, y el 45% cree que será rompedor o transformador.

José Manuel del Pino, managing director y responsable de Consumer Goods en Accenture en España, afirma que "en un mundo en el que lo digital se ha convertido en algo tan importante como lo físico, las empresas orientadas al consumidor se enfrentan al reto de crear, dar forma y comercializar productos, servicios y experiencias que puedan moverse entre los mundos físico y virtual. Y tienen que hacerlo coordinando una red de expertos, habilidades y tecnologías que les ayuden a conseguirlo. Aunque las aplicaciones comerciales del metaverso aún están en una fase muy inicial, se desarrollarán rápidamente porque los consumidores ya lo esperan. Las marcas de consumo que tengan éxito serán las que colaboren con los consumidores y el ecosistema del metaverso para crear productos y servicios digitales que satisfagan estas necesidades de rápida aparición."

Revisaaral.com

Burbujas
vivo

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.

