



## ADISCAT torna després de la pandèmia



**E**l passat 20 d'abril l'associació de distribuïdors de Catalunya (ADISCAT) va poder tornar realitzar la seva Assemblea anual d'associats després de l'aturada obligada per la pandèmia a Castell Jalpí d'Arenys de Munt.

Aquesta Assemblea no sols va servir per a poder reunir-nos a tots de nou i poder tornar a veure'ns la cara sinó que també va donar l'oportunitat de veure l'evolució del sector en els últims tres anys tan crítics i contrastar que malgrat totes les circumstàncies externes que continuen complicant les vendes la realitat és que a poc a poc es veu la llum al final del túnel i la previsió generalitzada és la d'arribar a igualar els resultats de 2019.

D'altra banda es va tornar a ressaltar la importància de defensar el valor del producte retornable com a emblema del nostre sector, a defensar el marge que el fabricant deixa al distribuïdor que s'ha convergit ja en una cosa totalment insostenible.

Un altre punt primordial per a ADISCAT i que ja ho és des de fa diverses edicions és la necessitat de la descàrrega de les comandes en planta carrer per a ser sensible als riscos laborals que suposa per a la salut dels repartidors el no fer-ho així. És prioritari que totes dues parts, client i distribuïdor arribin a entendre's en aquest punt.

Un altre aspecte que ha sorgit amb més força els últims temps i que va ser eix d'aquesta última Assemblea va ser sobretot ser conscients de la importància de la digitalització del nostre sector que creix a marxes forçades i més després de la pandèmia.

Per a tractar aquest últim punt es va comptar amb la presència de Marius Robles, fundador de Food by Robots, una companyia exponencial que busca portar la robòtica intel·ligent al món de l'alimentació. En la seva ponència ens va parlar sobre conceptes com startups i tecnologies que canviaran el que entenem actualment com a alimentació i begudes així com de quina manera la robòtica ajudarà a exercir tasques més físiques per a ajudar en treballs de magatzem o repartiment.

## editorial

Aquest pròxim mes de juliol la nostra empresa celebra ni més ni menys que el seu 70 aniversari. Moltes coses han canviat evidentment des dels seus inicis. De ser una Empresa de sifons i gasoses fins a l'actualitat amb més de 1.500 referències. D'apuntar comandes a mà a tenir una pròpia APP interna i estar gestionant ja la creació d'una externa per als clients, a més de comptar amb la seva e-commerce [vivonium.es](http://vivonium.es) per a acostar-se a més tipus de clients.

Però el més important és que volem continuar canviant però sense renunciar a l'única cosa que mai ha canviat en tot aquest temps: donar el millor SERVEI a tots vosaltres i continuar sent el millor distribuïdor del Baix Llobregat. Des de GrupVIVÓ volem donar les gràcies a tot el personal que compon aquesta Empresa i també us volem donar les gràcies a tots els clients per fer possible dia rere dia que això sigui una realitat. Sense el vostre esforç i confiança res d'això seria possible. Felicitats! *GrupVIVÓ*

## sumari

- 1 ADISCAT torna després de la pandèmia
- 2 **Nous sorbets de Eckes-Granini, al costat de la Menorquina**
- 3 **Els Estats Units es perfila com el mercat idoni per al vi enfront de la volatilitat d'altres destins**
- 4 **Nestlé, reconeguda com l'empresa més atractiva per a treballar en el sector de l'alimentació i begudes**
- 5 **D.O. Cava creix un 17,34% en 2021**
- 6 **Coca-Cola llança a Espanya el nou sabor Fanta síndria**
- 7 **Nou sistema per a produir llet sense intervenció de la vaca**





## Nous sorbets de Eckes-Granini, al costat de la Menorquina



fabricadora i distribuïdor de postres gelats, confiant en la seva dilatada experiència dins del sector.

Eckes-Granini continua apostant per la innovació, explorant noves categories. Aquesta vegada, amb un producte nou i fora de la seva línia habitual, els sorbets. La marca ha col·laborat amb La Menorquina,

La marca aposta per una línia més natural, ja que els sorbets compten amb fins a un 85% de fruita, el major percentatge en el mercat. Així mateix, són baixos en calories, aptes per a vegans i intolerants a la lactosa i, a més, gràcies a la seva base d'aigua, fa que es converteixin en l'opció més refrescant.

La nova gamma de sorbets de granini està disponible en dos formats: format terrina, que es pot trobar en dos sabors diferents, llimona o fruits vermells; i format pol, disponible en un exòtic sabor tropical.

Granini.es

## Els Estats Units es perfila com el mercat idoni per al vi enfront de la volatilitat d'altres destins



Les exportacions de vi espanyol estan acusant la situació bèl·lica a Ucraïna: la guerra, malgrat lliurar-se en un sol país, afecta a tota Europa i també a Àsia. Precisament Àsia és un dels mercats cap als quals els cellers espanyols s'han dirigit en els últims anys, juntament amb Amèrica Llatina.

No obstant això, en aquests moments, segons els experts, els Estats Units es perfila com el mercat idoni per al vi espanyol: en particular, per a les més de 4.500 cellers del nostre territori, de les quals, gran part són petites i mitjanes.

Álvaro Giménez, CEO de la consultora especialitzada en internacionalització Gimenez & Sigwald Wine Associates, coneix bé el mercat estatunidenc i el considera una alternativa segura i duradora enfront de la volatilitat dels mercats asiàtics i d'Amèrica del Sud. Segons aquest expert, Espanya podria passar en cinc anys dels mil milions d'euros en exportacions de vi als Estats Units i doblegar la seva quota de mercat. Una opinió que comparteixen molts altres experts: durant l'assemblea anual de la Federació Espanyola del Vi, celebrada la setmana passada a Toledo, tots els ponents van citar els Estats Units com a mercat preferent per al vi fet a Espanya.

Agroalimentación.com

## Nestlé, reconeguda com l'empresa més atractiva per a treballar en el sector de l'alimentació i begudes



Nestlé ha estat reconeguda com l'empresa més atractiva per a treballar en el sector de l'alimentació i begudes, segons es recull en l'Informe Randstad Employer Brand Research que ha donat a conèixer l'empresa de Recursos Humans. Aquest estudi analitza les principals raons per les quals un professional triaria a Nestlé com la companyia per a desenvolupar la seva carrera professional.

El guardó valora diferents factors com les perspectives de futur, un ambient de treball agradable, la seguretat laboral a llarg termini, la conciliació de la vida laboral i personal, la formació de qualitat, la gestió eficaç i la preocupació pel medi ambient, entre altres.

A més, l'estudi, realitzat per una entitat independent, es basa en la percepció del públic en general. Per a això, s'han entrevistat de manera en línia a 10.000 espanyols en edat de treballar per a conèixer els factors preferits a l'hora de buscar un lloc de treball.

Aquests reconeixements venen reforçats amb altres guardons obtinguts per Nestlé com el Advice d'Èxit Empresarial, amb el qual la Companyia es va convertir en una de les empreses més reconegudes i valorades en RSC per les petites i mitjanes empreses i autònoms espanyols en el sector alimentació durant 2020, o el Premi promarca 2021 en la categoria de Sostenibilitat per la posada en funcionament de la caldera de valorització de pòsits de cafè de la seva fàbrica de Girona, entre altres.

Nestle.com

## D.O. Cava creix un 17,34% en 2021

El president de la D.O. Cava, Javier Pagés, ha donat a conèixer les xifres amb les quals el Cava tanca l'any. D'aquesta manera, la comercialització del mercat interior s'incrementa un +19,04%, aconseguint els 68.762 milers d'ampolles. El canal que major repercussió ha mostrat és el canal en línia, amb un ascens del +17,7% en valor i +19,3% en volum, mentre que el canal d'alimentació segueix la tendència a l'alça amb un augment del +6,1% en valor i +5,1% en volum. El canal offline i hostaleria també evolucionen de manera positiva en valor amb un +5,9% i +5,3% i un 4,9% i 2,3% en volum respectivament, segons dades de NielsenIQ. Cava és la D.O. espanyola que més exporta. Reuneix més de 38.000 hectàrees de vinya i a més de 6.800 viticultors. Els seus 370 cellers associades són presents en més de 100 països. En

aquest sentit, el mercat exterior demostra la fortalesa i presència que té la D.O. Cava a nivell internacional, aglutinant un augment de +11,34% i consolidant el 71% de les vendes totals. Els països que integren la Unió Europea assisteixen a un creixement de +3,16%, i els països tercers continuen creixent amb un destacat +30,43%. El mercat d'Alemanya manté la seva posició com a principal país de consum (+4,23%), seguit dels Estats Units (amb un impressionant creixement de +40%), Bèlgica (+11,56%), el Regne Unit (-3,90%) i el Japó (+7,94%). Destaca també el creixement a Àustria (+65,54%), el Brasil (+37,69%), i Polònia (+27,35%), amb increments de doble dígit.

Agroalimentación.com

## Coca-Cola llança a Espanya el nou sabor Fanta síndria

Coca-Cola llança a Espanya la nova Fanta Síndria sense sucres afegits, que s'incorpora al portafolis de la marca de manera permanent. L'arribada a Espanya de Fanta Síndria sense sucres afegits coincideix amb el llançament de "Gent plena de color". Es tracta de la primera campanya global de màrqueting de la marca des i arriba amb un objectiu: "ser una celebració de les persones autèntiques, joves d'esperit i que no es prenen massa de debò a elles mateixes". Amb ella, Fanta es dirigeix directament a una nova generació de persones definides no per la seva edat sinó per la seva actitud davant la vida.

La campanya convida a trobar color en el dia a dia mostrant moments quotidians, com els que ocorren en l'entorn laboral, a casa o socialitzant a través d'una pantalla, però inspirats per les noves formes que hem descobert de divertir-nos en els últims dos anys. La campanya es va estrenar l'1 de febrer i a Espanya compta amb un spot i diferents activacions en televisió, exterior, cinema i digital, així com accions amb influencers.



Cocacola.es

## Nou sistema per a produir llet sense intervenció de la vaca

La startup Real Deal Milk (RDM) ha desenvolupat un sistema de producció de llet i altres productes làctics basats en la fermentació de precisió per a evitar la intervenció de les vaques en el procés. L'objectiu de l'empresa és crear un producte substitutiu de la llet, el formatge i el iogurt que tingui les mateixes propietats biològiques, gust i textura que aquests productes i vendre-ho directament als supermercats d'aquí cinc anys. Segons el CEO i fundador de RDM, Zoltan Toth-Czifra, el procés consisteix a "extreure l'ADN de les vaques i identificar les parts que expulsen caseïna i sèrum, que són els dos grans grups de proteïnes que té la seva llet". Una vegada separats de la resta de components "s'introdueixen en el llevat i, a través del seu cultiu en tancs de fermentació, els hi ensenya a créixer i produir les seves pròpies proteïnes, per després recollir-les i purificar-les", explica. Posteriorment, s'incorporen la resta dels elements que componen la llet de vaca com els greixos, el sucre, les vitamines i els minerals.



Real Deal Milk va néixer com startup al febrer de 2021 de la mà de Toth-Czifra. Actualment, compta amb un equip de 5 persones i forma part de les 1.900 startups que hi ha a Catalunya. Segons un estudi elaborat per Acció, aquesta xifra ha crescut un 26% respecte a la situació prèvia a la pandèmia, i continua en augment. A més, tal com s'observa en aquesta anàlisi, les empreses emergents catalanes ocupen 19.300 persones i pràcticament la meitat d'elles treballa amb tecnologies deep tech.

elconomista.com

## notícies breus

### Tomatin, el "Millor Whisky del Món 2022"

Tomatin Highland Single Malt Scotch Whisky ha estat considerat "El millor whisky del món 2022" en la International Wine and Spirit Competition, més coneguda per les seves sigles IWSC. D'entre les més de 1400 participacions, Tomatin Legacy ha aconseguit la puntuació de 99 punts sobre 100 i 2 d'ells són de la Destil·leria Tomatin.

revistaaral.com

### Puerto de Indias llança una edició de mora

Puerto de Indias ha llançat una edició especial de la seva ginebra de mora, que naixia fa menys d'un any, creada per un equip de dones, en homenatge a les seves consumidores. L'objectiu d'aquesta nova edició no és un altre que el d'alçar la veu en favor de la igualtat.

Revistaaral.com

### Llegendari llança una edició limitada pel seu 75 aniversari

Llegendari està de celebració. La companyia commemora el seu 75 aniversari festejant-ho en gran amb el llançament de Ron Legendario Very Old Reserva Especial Edició Limitada, un destil·lat que només comptarà amb 1.000 unitats numerades a mà i que es comercialitza en el seu web.

Infoalimentacion.com



# El 88% dels consumidors mostra interès a realitzar compres a través del metavers



**E**l primer que cal deixar clar és que el metavers es refereix a un univers virtual alternatiu on els usuaris "viuen" a través d'avatars digitals.

El creixent ús de la realitat augmentada i virtual impulsarà la inversió en noves capacitats i experiències que conjuminin el món físic i virtual en les companyies de béns de consum, retail i turisme. Aquesta és una de les conclusions de l'última enquesta mundial de Accenture, que destaca que les companyies que no abordin les tecnologies immersives corren el risc de quedar-se enrere.

L'enquesta -realitzada a més de 11.000 consumidors de 16 països, inclòs Espanya, - revela que en l'últim any gairebé dos terços (64%) dels consumidors a Espanya ja han comprat un bé virtual o participat en una experiència o servei virtual i s'espera que aquesta xifra augmenti. De fet, el 88% dels consumidors consultats mostra interès a realitzar compres a través del metavers. A més, el 37% dels espanyols afirma haver visitat una botiga en el món virtual per a assessorar-se, realitzar un pagament o buscar una gamma de productes, mentre que el 56% dels enquestats té previst fer-ho en l'any vinent.

Segons l'informe Accenture Technology Vision 2022: "Ens veiem en el metavers. El continu de tecnologia i experiència que redefineix nous negocis" ("Meet Em in the Metaverse: The Continuum of Technology

and Experience Reshaping Business"), més de la meitat (55%) dels consumidors globals estan d'acord que una gran part de les seves vides i mitjans de vida s'estan traslladant als espais digitals. En resposta, la gran majoria (90%) dels executius del sector retail afirmen que preveuen que les organitzacions líders amplïin els límits del món virtual per a fer-lo més real, la qual cosa augmentarà la necessitat de persistència i sinergies entre el món digital i físic. A més, el 72% dels executius globals afirma que el metavers tindrà un impacte positiu en les seves organitzacions, i el 45% creu que serà trencador o transformador.

José Manuel del Pi, managing director i responsable de Consumer Goods en Accenture a Espanya, afirma que "en un món en el qual el digital s'ha convertit en una cosa tan important com el físic, les empreses orientades al consumidor s'enfronten al repte de crear, donar forma i comercialitzar productes, serveis i experiències que puguin moure's entre els mons físic i virtual. I han de fer-ho coordinant una xarxa d'experts, habilitats i tecnologies que els ajudin a aconseguir-ho. Encara que les aplicacions comercials del metavers encara estan en una fase molt inicial, es desenvoluparan ràpidament perquè els consumidors ja ho esperen. Les marques de consum que tinguin èxit seran les que col·laborin amb els consumidors i l'ecosistema del metavers per a crear productes i serveis digitals que satisfacin aquestes necessitats de ràpida aparició."

Revisaaral.com

**Burbujas**  
VIVÓ

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.