

Nº83

SEPTIEMBRE 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



Estamos de aniversario: ¡Cumplimos 70 años!



El pasado mes de Julio en GrupVIVÓ celebramos nuestro 70 aniversario. Esta cifra tan importante no hubiera sido posible sin todos y cada uno de vosotros que estáis leyendo este artículo. Así que lo primero de todo es daros las gracias por confiar en nosotros a lo largo de todos estos años.

Hemos crecido de la mano de nuestros clientes y proveedores, adaptándonos a las necesidades del exigente y dinámico mercado en el que nos desenvolvemos. La receta de nuestro éxito es la mezcla perfecta de tres ingredientes clave: la tradición de una empresa de origen familiar que ha sabido conservar su buen hacer y su marcado carácter emprendedor, la excelente calidad de nuestros productos y servicios, orientados a las necesidades del canal Horeca principalmente, y la apuesta constante por la innovación a través de la incorporación de nuevas tecnologías que nos han ayudado a optimizar todos nuestros procesos.

Somos distribuidores exclusivos de importantes fabricantes como Granini, Grupo Damm, Coca-Cola Europacific Partners Iberia, Nestlé Waters, Grupo Cacaolat, Premium Mix Group o Grupo Lactalis entre muchos otros.

Gracias a nuestra filosofía corporativa, basada en la mejora continua, contamos con la certificación de calidad ISO 9001:2008 desde 2005. De igual forma, estamos 100% comprometidos con el respeto al medioambiente, y dentro de nuestra política de sostenibilidad contemplamos acciones centradas en el reciclaje y hemos realizado varias mejoras en torno a la eficiencia energética de nuestras instalaciones y nuestra flota de vehículos.

Para celebrar este aniversario hemos publicado una revista conmemorativa que podéis ver visitando este enlace: <https://www.nuestrocatalogo.es/grup-vivo/webview>

GrupVIVÓ

editorial

Pues sí, ya son 70 años de GrupVIVÓ. Siete décadas dedicados a trabajar por y para nuestros clientes, ofreciéndoles nuestro principal producto como estandarte: el mejor SERVICIO posible. Lo primero que queremos y debemos hacer es recordar a todos los miembros de la familia VIVÓ que hicieron posible que naciera este proyecto y ya no están con nosotros. Ellos pusieron la semilla y crearon unas raíces fuertes con las que hemos podido convertirnos en los líderes de nuestro sector en nuestra zona de influencia. Gracias también a toda la gente que ha formado y forma parte de esta gran familia. Por último queremos decir bien alto que 70 años no son nada. Solo el comienzo de nuevos retos. Queremos seguir siendo un referente muchos años más como distribuidores adaptándonos a los nuevos tiempos pero, por qué no, también con nuevos proyectos que nos lleven a ser mucho más que eso hasta alcanzar al gran sueño de GrupVIVÓ: dar un SERVICIO TOTAL a nuestros clientes que no se limite a hacer solo a lo que ya hacemos actualmente. ¡Por muchos años más a vuestro lado! GrupVIVÓ

sumario

- 1 **Estamos de aniversario: ¡Cumplimos 70 años!**
- 2 **Nuevo granini 100% exprimido con naranjas de cultivo 100% sostenible**
- 3 **Frosty Pocket, nuevo granizado sin máquina disponible en GrupVIVÓ**
- 4 **El proyecto de última milla de Heineken España llega a Madrid y Málaga**
- 5 **¡Sujétame el Cacaolat! Cacaolat presenta un nuevo formato en vaso**
- 6 **Coca-Cola lanza un nuevo sabor de edición limitada**
- 7 **Uveste prevé un incremento del 60% en la producción de vino desalcoholizado**



Nuevo granini 100% exprimido con naranjas de cultivo 100% sostenible



Granini presenta granini 100% Exprimido, un zumo 100% exprimido con todo el sabor de la mejor fruta, hecho a base de naranjas de cultivo sostenible. Sin aditivos, ni conservantes. La novedad de la marca viene en 3 formatos distintos: naranja con pulpa, sin pulpa y en formato 20cl con pulpa para bares y restaurantes.

“Si eres un aventurero que está siempre descubriendo nuevos rincones, o quieres disfrutar sin renunciar a la calidad del zumo casero, con el nuevo granini 100% exprimido lo tienes fácil. Podrás disfrutar de tu dosis diaria de vitamina C con un zumo tan rico como el que te podrías tomar en casa, pero con la comodidad de solo abrir, servir y disfrutarlo”.

Granini.es

Frosty Pocket, nuevo granizado sin máquina disponible en GrupVIVÓ



Granizados Maresme presenta Frosty Pocket con una formulación patentada y especialmente diseñada para conseguir una textura helada, fina y suave en la boca, con una cristalización del hielo similar a la de un granizado. Actualmente, se puede encontrar en tres sabores distintos: Fresa, Limón y Frutas del Bosque.

Con Frosty Pocket nace una bebida helada destinada a posicionarse entre dos categorías de gran volumen en ventas: helados y refrescos.

Además, este producto puede ser vendido de dos formas distintas: congelado, en los arcones de helados o los propios congeladores de Frosty Pocket, listo para abrir y consumir; o también es posible venderlo sin congelar, a temperatura ambiente y en grandes cantidades, para llevar y congelar en casa.

Este producto está disponible en GrupVIVÓ. Consulte con su comercial para más información.

Granizados.es

El proyecto de última milla de Heineken España llega a Madrid y Málaga



Heineken España ha desarrollado diferentes proyectos de distribución sostenible de última milla, gracias al desarrollo de unos vehículos cero emisiones creados específicamente para repartir cerveza en el centro de las ciudades.

El proyecto que la cervecera arrancó en 2021 en Sevilla, contando con el apoyo del Ayuntamiento de la capital hispalense, a través de Aussa, ha dado el salto este año a Málaga y Madrid, de la mano de sus socios en la distribución. Con su implantación en estas tres ciudades, la compañía estima que se evitaría la emisión de casi 25.000 kilos de CO2 a la atmósfera al año.

Otra de las ventajas de esta flota de ciclomotores eléctricos cero emisiones es que pueden circular por el casco antiguo de cualquier ciudad integrándose en el entorno y respetando a vecinos y turistas, a la vez que se cuida del casco histórico y el patrimonio cultural. Algo especialmente valioso en centros de ciudades tan transitadas como Madrid y Málaga.

Sus esfuerzos llegan también a la hostelería, donde ha instalado 227.000 enfriadores ecoeficientes y ofrece a sus clientes mobiliario de terraza elaborado con materiales reciclados y reciclables; centrándose especialmente en los aspectos que suponen un mayor impacto en su huella de carbono, es decir, la agricultura y el packaging, fomentando la transición a las energías verdes de sus proveedores.

Revistaaral.com

¡Sujétame el Cacaolat! Cacaolat presenta un nuevo formato en vaso



Cacaolat lanza al mercado su Cacaolat Original en formato vaso, apostando así por un envase pensado para adolescentes y jóvenes que buscan una bebida fácil de llevar y consumir donde sea y cuando sea. Este nuevo formato permite a todos los consumidores disfrutar del sabor de siempre del batido que ha pasado de generación en generación en cualquier sitio y momento: entre clases, de camino al trabajo, al salir del colegio, etc. Además, el batido se puede tomar frío o caliente, el vaso es compatible con el microondas y conserva bien la temperatura.

“Teníamos muchas ganas de lanzar un nuevo formato que nos acercara mucho más a los adolescentes y a sus gustos. Por esto hemos diseñado un vaso muy práctico y moderno, ideal para llevar a cualquier sitio, que habla directamente a los más jóvenes. Este lanzamiento es una clara muestra de la apuesta que hacemos por estar al lado de los consumidores, a través de la innovación constante” comenta Cristina Roig, directora de marketing e innovación de Cacaolat.

Cacaolat.es

Coca-Cola lanza un nuevo sabor de edición limitada



Coca-Cola lanza un nuevo sabor de edición limitada a través de su plataforma Coca-Cola Creations. Una nueva innovación que, por primera vez en la historia de la marca, ha sido creada en colaboración con un artista: el DJ y productor Marshmello, nominado este año a un premio Grammy.

En línea con el compromiso de Coca-Cola de reducir el azúcar en sus bebidas la nueva Coca-Cola Marshmello, llega exclusivamente en versión Zero Azúcar, y comenzó a estar disponible en todo el territorio a partir del 1 de julio. Lo hace en un único formato de lata Sleek de 33cl, con un diseño con visuales blancos y negros en homenaje a la estética del artista, en los canales de Alimentación Moderna.

Con esta nueva innovación de edición limitada, Coca-Cola vuelve a apostar por la música por su capacidad de conectar a las comunidades. En España este compromiso está muy presente a través de Coca-Cola Music Experience. A lo largo de los últimos doce años, se ha consolidado como un plan de ocio responsable y sostenible por el que han pasado más de 170.000 jóvenes y artistas nacionales e internacionales como Sebastián Yatra, Nicki Nicole, Pablo Alborán, Ana Mena o Aitana. Este año ha tenido lugar los días 2 y 3 de septiembre en el Recinto Valdebebas de Madrid.

Cocacola.es

Uveste prevé un incremento del 60% en la producción de vino desalcoholizado

Uveste (Unión Vinícola del Este), la bodega de la región de Requena especializada en la elaboración de cava ecológico a partir de un compromiso de enología responsable, adquirió en diciembre de 2021 los derechos de explotación de Desalco, empresa especializada en desalcoholización. Una inversión destinada a incrementar su oferta de productos mediante la producción de vino desalcoholizado. En el momento de la compra de Desalco, la planta llegó a desalcoholizar un millón de litros en un año. Actualmente, los directivos de Uveste prevén que esa cifra aumente hasta 1,6 millones de litros en 2022, lo que supondrá un incremento del 60% con respecto al millón de litros desalcoholizados del año anterior. Esta diversificación hacia la desalcoholización es una oportunidad que se enmarca en el crecimiento previsto para el mercado de las bebidas desalcoholizadas, que se incrementará un 8% hasta 2025, de acuerdo con datos de IWSR Market Analysis, el líder mundial en datos y análisis del sector de bebidas.

“Los vinos españoles”, ha comentado Diego Jiménez Hevia, presidente de Uveste, “por sus excelentes cualidades y relación calidad-precio, tienen un océano azul en esta tendencia, muy popular en los mercados internacionales, que además está alcanzando a un nuevo público, joven, responsable y preocupado por su salud”. España es el segundo mercado del mundo entre los mayores y más maduros en bebida desalcoholizadas o bajas en alcohol, solo por detrás de Alemania. Ambos países aumentaron su producción de este tipo de bebidas en aproximadamente un 2% en 2021.



Agroinformacion.com

noticias breves

Menos azúcar en los refrescos para 2025

La Asociación Española de Bebidas Refrescantes (Anfabra) ha anunciado su compromiso de disminuir el azúcar un 10% adicional entre 2020 y 2025. Esta disminución se sumará al 43% ya obtenido entre 2005 y 2020, dando así continuidad a su Plan de Reducción de Azúcar y alcanzando una reducción acumulada del 53%.
Revistaaral.com

Relanzamientos Cacaolat

Cacaolat relanza Cacaolat Mocca y Cacaolat Doble Cacao - hasta ahora conocido como Cacaolat Noir- con el objetivo de impulsar su categoría de batidos entre un público objetivo más adulto.
Cacaolat.es

Los vinos de Rioja lideran los premios del DWWA

La Denominación de Origen Calificada Rioja celebra los éxitos cosechados recientemente en los certámenes internacionales de referencia. En este sentido, destacan en particular los resultados obtenidos en el Decanter World Wine Awards con 576 vinos premiados.
Revistaaral.com

¿Con qué marcas de cerveza han interactuado más los españoles el último año?



La cerveza es la bebida alcohólica más antigua y extendida del planeta. Ya sea rubia, ámbar o negra, la cerveza es cada vez más popular y su consumo no ha dejado de crecer año tras año en España, hasta llegar a un promedio de 50 litros de cerveza por persona al año en 2021, según el informe de Cerveceros de España.

Con motivo del Día Mundial de la cerveza que se celebró el 6 de agosto, Tiendeo(1) desveló la segunda parte de su barómetro anual que revela con qué marcas de cerveza han interactuado más los españoles a lo largo del último año. El estudio anunció una fuerte preferencia de las cervezas nacionales, y una gran oferta desde cervezas artesanales y locales hasta marcas internacionales dominadas por grandes grupos cerveceros. Este análisis se realizó a partir de los datos registrados en la plataforma de Tiendeo entre el 1 de mayo 2021 hasta el 1 de mayo 2022.

Según el informe, los consumidores se mantienen fieles a las marcas tradicionales españolas (marcas que en la mayoría de los casos han sido compradas por multinacionales extranjeras, pero que mantienen su producción en el país). Así lo refleja la presencia este año de más de 50 etiquetas nacionales en los catálogos de la plataforma, acaparando el 70% de todo el interés nacional, lo que representa un aumento de 10 puntos respecto a 2021

Según el ránking de Tiendeo, la cerveza Mahou se mantiene en el primer puesto entre los españoles por segundo año consecutivo con el 34,7% del total de las búsquedas a nivel nacional y es la preferida en siete de las diecisiete Comunidades Autónomas. La zona de España con mayor interés por la cerveza es la Comunidad de Madrid. El segundo lugar es ocupado por Catalunya, seguido de cerca por Andalucía.

El ránking de las ciudades europeas con mayor consumo de cerveza, elaborado por el sitio web Money, confirma estas tendencias con un consumo de 104 litros por persona al año en Madrid, Sevilla, Málaga y Barcelona.

Cada comunidad de España tiene sus propias costumbres y preferencias. El estudio de Tiendeo demuestra que Mahou es la que más triunfa en las comunidades de Asturias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, La Rioja y Madrid. En Andalucía y Extremadura, la vencedora es Cruzcampo mientras que en Aragón prefieren, la cerveza aragonesa Ámbar.

En Canarias y Galicia la ganadora es Estrella Galicia. Para los catalanes, la favorita es sin duda Estrella Damm. La cerveza Amstel consolida su posición en el País Vasco y en Murcia. Finalmente, en Navarra y Baleares, lo más común es que la cerveza sea una San Miguel.

Tiendeo.com

(1) Tiendeo es una plataforma de catálogos de productos y cupones online geolocalizados.

Burbujas

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.