

# Nº83

## SETEMBRE 2022

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



www.twitter.com/grupvivo

# burbujas

VIVÓ

## Estem d'aniversari: Cumplim 70 anys!



**E**l mes de juliol passat a GrupVIVÓ vam celebrar el nostre 70è aniversari. Aquesta xifra tan important no hauria estat possible sense tots i cadascun de vosaltres que esteu llegint aquest article. Així que el primer de tot és donar-vos les gràcies per confiar en nosaltres al llarg de tots aquests anys.

Hem crescut de la mà dels nostres clients i proveïdors, adaptant-nos a les necessitats de l'exigent i dinàmic mercat en el qual ens movem. La recepta del nostre èxit és la mescla perfecta de tres ingredients clau: la tradició d'una empresa d'origen familiar que ha sabut conservar el seva manera de fer les coses i el seu marcat caràcter emprenedor, l'excel·lent qualitat dels nostres productes i serveis, orientats a les necessitats del canal Horeca principalment, i l'aposta constant per la innovació a través de la incorporació de noves tecnologies que ens han ajudat a optimitzar tots els nostres processos.

Som distribuïdors exclusius d'importants fabricants com Granini, Grup Damm, Coca-Cola Euro-pacific Partners Iberia, Nestlé Waters, Grup Cacaolat, Premium Mix Group o Grup Lactalis entre molts altres.

Gràcies a la nostra filosofia corporativa, basada en la millora contínua, comptem amb la certificació de qualitat ISO 9001:2008 des de 2005. D'igual forma, estem 100% compromesos amb el respecte al medi ambient, i dins de la nostra política de sostenibilitat contemplem accions centrades en el reciclatge i hem realitzat diverses millores entorn de l'eficiència energètica de les nostres instal·lacions i la nostra flota de vehicles.

Per a celebrar aquest aniversari hem publicat una revista commemorativa que podeu veure visitant aquest enllaç: <https://www.nuestrocatologo.es/grup-vivo/webview>

GrupVIVÓ

## editorial

Doncs sí, ja són 70 anys de GrupVIVÓ. Set dècades dedicats a treballar per als nostres clients, oferint-los el nostre principal producte com a estandard: el millor SERVEI possible. El primer que volem i hem de fer és recordar a tots els membres de la família VIVÓ que van fer possible que naixés aquest projecte i ja no estan amb nosaltres. Ells van posar la llavor i van crear unes arrels fortes amb les quals hem pogut convertir-nos en els líders del nostre sector a la nostra zona d'influència. Gràcies també a tota la gent que ha format i forma part d'aquesta gran família. Finalment volem dir ben alt que 70 anys no són res. Només el començament de nous reptes. Volem continuar sent un referent molts anys més com a distribuïdors adaptant-nos als nous temps però, per què no, també amb nous projectes que ens portin a ser molt més que això fins a aconseguir al gran somni de GrupVIVÓ: donar un SERVEI TOTAL als nostres clients que no es limiti a fer només al que ja fem actualment. Per molts anys més al vostre costat!  
GrupVIVÓ

## sumari

- 1 Estem d'aniversari: Cumplim 70 anys!
- 2 Nou granini 100% espremut amb taronges de cultiu 100% sostenible
- 3 Frosty Pocket, nou granissat sense màquina disponible en GrupVivó
- 4 El projecte d'última milla d'Heineken Espanya arriba a Madrid i Màlaga
- 5 "Subjétame el Cacaolat"! Cacaolat presenta un nou format en got
- 6 Coca-Cola llança un nou sabor d'edició limitada
- 7 Uveste preveu un increment del 60% en la producció de vi des-alcoholitzat



## Nou granini 100% espremut amb taronges de cultiu 100% sostenible



Granini presenta granini 100% Espremut, un suc 100% espremut amb tot el sabor de la millor fruita, fet a base de taronges de cultiu sostenible. Sense additius, ni conservants. La novetat de la marca ve en 3 formats diferents: taronja amb polpa, sense polpa i en format 20cl amb polpa per a bars i restaurants.

“Si ets un aventurer que està sempre descobrint nous racons, o vols gaudir sense renunciar a la qualitat del suc casolà, amb el nou granini 100% espremut el tens fàcil. Podràs gaudir de la teva dosi diària de vitamina C amb un suc tan ric com el que et podries prendre a casa, però amb la comoditat de només obrir, servir i gaudir-ho”.

Granini.es

## Frosty Pocket, nou granissat sense màquina disponible en GrupVIVÓ



Granissats Maresme presenta Frosty Pocket amb una formulació patentada i especialment dissenyada per a aconseguir una textura gelada, fina i suau en boca, amb una cristallització del gel similar a la d'un granissat. Actualment, es pot trobar en tres sabors diferents: Maduixa, Llimona i Fruites del Bosc.

Amb Frosty Pocket neix una beguda gelada destinada a posicionar-se entre dues categories de gran volum en vendes: gelats i refrescos.

A més, aquest producte pot ser venut de dues formes diferents: congelat, en els baguls de gelats o els propis congeladors de Frosty Pocket, llestos per a obrir i consumir; o també és possible vendre-ho sense congelar, a temperatura ambient i en grans quantitats, per a portar i congelar a casa.

Aquest producte està disponible a GrupVIVÓ. Consulti amb el seu comercial per a més informació.

Granizados.es

## El projecte d'última milla d'Heineken Espanya arriba a Madrid i Màlaga



Heineken España ha desenvolupat diferents projectes de distribució sostenible d'última milla, gràcies al desenvolupament d'uns vehicles zero emissions creats específicament per a repartir cervesa en el centre de les ciutats.

El projecte que la cervesera va arrencar el 2021 a Sevilla, comptant amb el suport de l'Ajuntament de la capital sevillana, a través d'Aussa, ha fet el salt enguany a Màlaga i Madrid, de la mà dels seus socis en la distribució. Amb la seva implantació en aquestes tres ciutats, la companyia estima que s'evitaria l'emissió de gairebé 25.000 quilos de CO<sub>2</sub> a l'atmosfera a l'any.

Una altra dels avantatges d'aquesta flota de ciclomotors elèctrics zero emissions és que poden circular pel barri antic de qualsevol ciutat integrant-se en l'entorn i respectant a veïns i turistes, alhora que es cuida del centre històric i el patrimoni cultural. Una cosa especialment valuosa en centres de ciutats tan transitades com Madrid i Màlaga.

Els seus esforços arriben també a l'hostaleria, on ha instal·lat 227.000 refrigeradors eco-eficients i ofereix als seus clients mobiliari de terrassa elaborat amb materials reciclats i reciclables; centrant-se especialment en els aspectes que suposen un major impacte en la seva petjada de carboni, és a dir, l'agricultura i l'emalatge, fomentant la transició a les energies verdes dels seus proveïdors.

Revistaaral.com

## “Subjétame el Cacaolat”! Cacaolat presenta un nou format en got

Cacaolat llança al mercat el seu Cacaolat Original en format got, apostant així per un envàs pensat per a adolescents i joves que busquen una beguda fàcil de portar i consumir on sigui i quan sigui. Aquest nou format permet a tots els consumidors gaudir del sabor de sempre del batut que ha passat de generació en generació en qualsevol lloc i moment: entre classes, de camí al treball, en sortir del col·legi, etc. A més, el batut es pot prendre fred o calent, el got és compatible amb el microones i conserva bé la temperatura.

“Teniem moltes ganes de llançar un nou format que ens acostés molt més als adolescents i als seus gustos. Per això hem dissenyat un got molt pràctic i modern, ideal per a portar a qualsevol lloc, que parla directament als més joves. Aquest llançament és una clara mostra de l'aposta que fem per estar al costat dels consumidors, a través de la innovació constant” comenta Cristina Roig, directora de màrqueting i innovació de Cacaolat.

Cacaolat.es



## Coca-Cola llança un nou sabor d'edició limitada

Coca-Cola llança un nou sabor d'edició limitada a través de la seva plataforma Coca-Cola Creations. Una nova innovació que, per primera vegada en la història de la marca, ha estat creada en col·laboració amb un artista: el DJ i productor Marshmello, nominat enguany a un premi Grammy. En línia amb el compromís de Coca-Cola de reduir el sucre en les seves begudes la nova Coca-Cola Marshmello, arriba exclusivament en versió Zero Sucre, i va començar a estar disponible en tot el territori a partir de l'1 de juliol. Ho fa en un únic format de llauna Sleek de 33cl, amb un disseny amb visuals blancs i negres en homenatge a l'estètica de l'artista, en els canals d'Alimentació Moderna.

Amb aquesta nova innovació d'edició limitada, Coca-Cola torna a apostar per la música per la seva capacitat de connectar a les comunitats. A Espanya aquest compromís està molt present a través de Coca-Cola Music Experience. Al llarg dels últims dotze anys, s'ha consolidat com un pla d'oci responsable i sostenible pel qual han passat més de 170.000 joves i artistes nacionals i internacionals com Sebastián Yatra, Nicki Nicole, Pablo Alborán, Ana Mena o Aitana. Enguany ha tingut lloc els dies 2 i 3 de setembre al Recinte Valdebebas de Madrid.

Cocacola.es



## Uveste preveu un increment del 60% en la producció de vi des-alcoholitzat

Uveste (Unió Vinícola de l'Est), el celler de la regió de Requena especialitzada en l'elaboració de cava ecològic a partir d'un compromís d'enologia responsable, va adquirir al desembre de 2021 els drets d'explotació de Desalco, empresa especialitzada en des-alcoholització. Una inversió destinada a incrementar la seva oferta de productes mitjançant la producció de vi des-alcoholitzat. En el moment de la compra de Desalco, la planta va arribar a des-alcoholitzar un milió de litres en un any. Actualment, els directius de Uveste preveuen que aquesta xifra augmenti fins a 1,6 milions de litres en 2022, la qual cosa suposarà un increment del 60% respecte al milió de litres des-alcoholitzats de l'any anterior. Aquesta diversificació cap a la des-alcoholització és una oportunitat que s'emmarca en el creixement previst per al mercat de les begudes des-alcoholitzades, que s'incrementarà un 8% fins a 2025, d'acord amb dades de IWSR Market Analysis, el líder mundial en dades i anàlisis del sector

de begudes. “Els vins espanyols”, ha comentat Diego Jiménez Hevia, president de Uveste, “per les seves excel·lents qualitats i relació qualitat-preu, tenen un oceà blau en aquesta tendència, molt popular en els mercats internacionals, que a més està aconseguint a un nou públic, jove, responsable i preocupat per la seva salut”. Espanya és el segon mercat del món entre els majors i més madurs en beguda des-alcoholitzada o baixes en alcohol, només per darrere d'Alemanya. Tots dos països van augmentar la seva producció d'aquesta mena de begudes en aproximadament un 2% en 2021.

Agroinformacion.com



## notícies breus

### Menys sucre en els refrescos per a 2025

L'Associació Espanyola de Begudes Refrescants (Anfabra) ha anunciat el seu compromís de disminuir el sucre un 10% addicional entre 2020 i 2025. Aquesta disminució se sumará al 43% ja obtingut entre 2005 i 2020, donant així continuïtat al seu Pla de Reducció de Sucre i aconseguint una reducció acumulada del 53%.  
Revistaaral.com

### Rellançaments Cacaolat

Cacaolat rellança Cacaolat Mocca i Cacaolat Doble Cacao - fins ara conegut com Cacaolat Noir- amb l'objectiu d'impulsar la seva categoria de batuts entre un públic objectiu més adult.  
Cacaolat.es

### Els vins de Rioja lideren els premis del DWWA

La Denominació d'Origen Qualificada Rioja celebra els èxits collits recentment en els certàmens internacionals de referència. En aquest sentit, destaquen en particular els resultats obtinguts en el Decanter World Wine Awards amb 576 vins premiats.  
Revistaaral.com



## Amb quines marques de cervesa han interactuat més els espanyols l'últim any?



**L**a cervesa és la beguda alcohòlica més antiga i estesa del planeta. Ja sigui rossa, ambre o negra, la cervesa és cada vegada més popular i el seu consum no ha deixat de créixer any rere any a Espanya, fins a arribar a una mitjana de 50 litres de cervesa per persona a l'any en 2021, segons l'informe de Cervesers d'Espanya.

Amb motiu del Dia Mundial de la cervesa que es va celebrar el 6 d'agost, Tiendeo(1) va revelar la segona part del seu baròmetre anual que revela amb quines marques de cervesa han interactuat més els espanyols al llarg de l'últim any. L'estudi va anunciar una forta preferència de les cerveses nacionals, i una gran oferta des de cerveses artesanals i locals fins a marques internacionals dominades per grans grups cervesers. Aquesta anàlisi es va realitzar a partir de les dades registrades en la plataforma de Tiendeo entre l'1 de maig 2021 fins a l'1 de maig 2022.

Segons l'informe, els consumidors es mantenen fidels a les marques tradicionals espanyoles (marques que en la majoria dels casos han estat comprades per multinacionals estrangeres, però que mantenen la seva producció al país). Així ho reflecteix la presència aquest any de més de 50 etiquetes nacionals en els catàlegs de la plataforma, acaparant el 70% de tot l'interès nacional, la qual cosa representa un augment de 10 punts respecte a 2021

Segons el rànking de Tiendeo, la cervesa Mahou es manté en el primer lloc entre els espanyols per segon any consecutiu amb el 34,7% del total de les cerques a nivell nacional i és la preferida en set de les disset Comunitats Autònomes. La zona d'Espanya amb major interès per la cervesa és la Comunitat de Madrid. El segon lloc és ocupat per Catalunya, seguit de prop per Andalusia.

El rànking de les ciutats europees amb major consum de cervesa, elaborat pel lloc web Money, confirma aquestes tendències amb un consum de 104 litres per persona a l'any a Madrid, Sevilla, Màlaga i Barcelona.

Cada comunitat d'Espanya té els seus propis costums i preferències. L'estudi de Tiendeo demostra que Mahou és la que més triomfa en les comunitats d'Astúries, Cantàbria, Castella La Manxa, Castella i Lleó, Comunitat Valenciana, La Rioja i Madrid. A Andalusia i Extremadura, la vencedora és Cruzcampo mentre que a Aragó prefereixen, la cervesa aragonesa Ambre.

A Canàries i Galícia la guanyadora és Estrella Galícia. Per als catalans, la preferida és, sens dubte, Estrella Damm. La cervesa Amstel consolida la seva posició al País Basc i a Múrcia. Finalment, a Navarra i Balears, el més comú és que la cervesa sigui una San Miguel.

Tiendeo.com

(1) Tiendeo és una plataforma de catàlegs de productes i cupons en línia geolocalizados.

**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.