

Nº85

MARZO 2023

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



Barcelona Wine Week conectará a 700 bodegas españolas con compradores y mercados clave



La pasada edición de Barcelona Wine Week, que tuvo lugar del 6 al 8 de febrero de 2023 en el recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona, reunió al sector del vino español para ofrecer oportunidades de negocio, analizar sus retos de futuro y dar visibilidad a la gran riqueza de suelos del país y su potencial vitivinícola.

El evento que fue la primera cita del año para el sector y contó con la participación de 700 bodegas, un 15% más que en 2022, y 60 Denominaciones de Origen y otros sellos de calidad. Esta edición contó con grandes firmas confirmadas como Protos, Matarromera, Rioja Vega, Pago de los Capellanes, Juvé & Camps, Recaredo y Freixenet, así como con la participación de centenares de medianas y pequeñas bodegas agrupadas en D.O.s como Cava, Ribera del Duero, Rueda, Priorat, Bierzo, Madrid, Valencia, Jumilla, Costers del Segre, Navarra o Valdeorras.

Las claves de esta edición de BWW se presentaron en un acto en Madrid presidido por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, que destacó “el apoyo del ministerio a un evento muy importante para el sector, un escaparate de primer orden que contribuye a

impulsar nuestras exportaciones”. Planas aseguró que el sector del vino es fundamental “por su relevancia económica y social, por el valor y calidad de su producción y también por ser un elemento vertebrador del mundo rural”. También recordó que el vino es parte de la dieta mediterránea y está reconocido por la Unión Europea como producto alimentario.

Para impulsar la proyección internacional del vino español, el salón invitó a más de 500 compradores internacionales con la colaboración estratégica de ICEX Exportación e Inversiones. Se trata de decisores de compra de grandes grupos internacionales que provenían de los principales mercados importadores de vino español: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Países Bajos, Colombia y Bélgica, entre otros países.

La última edición de BWW, reunió a más 700 empresas expositoras, 60 Denominaciones de Origen españolas y más de 25.000 visitantes profesionales. Entre ellos, 470 grandes compradores internacionales de mercados estratégicos que participaron en cerca de 6.600 reuniones comerciales con empresas expositoras.

Fira de Barcelona

editorial

Parece ser que, por primera vez, después de tres largos años, nuestro sector puede volver a hacer una previsión normal, es decir podemos tomar de referencia el año anterior para planear el año actual. Hasta ahora, debido a la pandemia, debíamos seguir comparando datos con 2019 y era como vivir en un bucle espacio-temporal al más puro estilo “día de la marmota” protagonizada por el inigualable Bill Murray donde cada día al despertar revivía el mismo día una y otra vez. Por fin se rompió el hechizo. Ahora solo queda ver si lo que está por venir es un poco mejor. ¡Seguro que sí!
GrupVIVÓ

sumario

- 1 Barcelona Wine Week conectará a 700 bodegas españolas con compradores y mercados clave
- 2 Las bebidas refrescantes, referencia en reducción de azúcar
- 3 La mayoría de españoles está en contra del IVA en las leches vegetales
- 4 Damm lanza su plataforma de innovación abierta
- 5 Rioja acogerá los premios World's Best Vineyards 2023
- 6 Coca-Cola colabora con 70 ONGs para repartir más de 24.000 comidas a familias vulnerables
- 7 Puleva incorpora un nuevo tapón atado a sus envases de 1 litro



Las bebidas refrescantes, referencia en reducción de azúcar



El sector de las bebidas refrescantes en España continúa reforzando su compromiso con el bienestar de los consumidores y consolida su posición como referente en reducción del contenido en azúcar. Según la evaluación final del Plan de Colaboración para la Mejora de la Composición de Alimentos y Bebidas 2017-2020, impulsado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), la industria superó los objetivos establecidos y se sitúa como una de las que han alcanzado una mayor reducción de azúcar. Sobre los compromisos cuantitativos incluidos en el plan, se había fijado una reducción del 10% del contenido en azúcares y ha alcanzado una disminución del 27%. Además, esta industria destaca por ser la que más compromisos cualitativos ha asumido en el marco de este Plan, consiguiendo un nivel de cumplimiento del 100%.

Los esfuerzos de este sector para reducir el contenido en azúcar de sus bebidas han sido constantes y vienen de lejos. Entre 2005 y 2020 se consiguió una reducción del 43% y el objetivo es alcanzar un 10% adicional para 2025, lo que supondrá una bajada del 53% en las últimas dos décadas.

El compromiso del sector con el bienestar de los consumidores va más allá de la reducción de azúcar. Por eso, la industria de las bebidas refrescantes también destaca en el informe final del Plan por los compromisos cualitativos asumidos de forma voluntaria. Entre ellos destaca que el sector no realiza publicidad dirigida a menores de 13 años, no comercializa refrescos en centros de educación primaria y prioriza las opciones bajas y sin calorías en los centros de secundaria. Tampoco patrocina eventos deportivos dirigidos a menores de 12 años.

Revistaaral.com

La mayoría de españoles está en contra del IVA en las leches vegetales



La ciudadanía española está en contra de que las leches vegetales tengan un IVA mayor que el de las leches animales, así lo evidencia la encuesta publicada por ProVeg España. Aun así, este pasado Enero se convalidaba en el Congreso el Real Decreto-ley de la reducción del IVA que incluye la leche animal y no así sus alternativas vegetales. En concreto, el 90,5% de las personas que participaron en la encuesta creen que es injusto que el IVA de las leches vegetales sea mayor que el de la leche animal. Además, el 86,1% desconocían que el IVA de las leches vegetales es un 150% mayor que el de las de origen animal (cuando la leche de vaca contaba con un IVA del 4%, ahora es del 0%). La Fundación Franz Weber remitió una carta a los Ministerios de Agricultura, Consumo y Trabajo con el objetivo de lograr un replanteamiento de la posición de no rebajar el IVA a leches vegetales y preparados. Hasta el momento ninguno de los departamentos ministeriales ha respondido a los naturalistas, ni siquiera con el Real Decreto convalidado por el Gobierno. Rubén Pérez, responsable de campañas de FFW, ha declarado: “La no rebaja del tipo impositivo a las leches vegetales y sus preparados es apoyar a una mega industria que devora el planeta, genera más impacto en forma de gases de efecto invernadero y supone una cosificación terrible de los animales, seres sintientes reducidos simples objetos a exprimir”.

Agroalimentacion.com

Damm lanza su plataforma de innovación abierta



Damm ha lanzado su programa de innovación abierta LAB1876 para convertirlo en una plataforma global de búsqueda de soluciones disruptivas e innovadoras. El nuevo paradigma, que involucrará tanto a los propios colaboradores de Damm como a corporaciones, universidades, startups y otros agentes del ecosistema de innovación, ha sido presentado en el espacio Estrella Damm Pier01 ubicado en la sede de Tech Barcelona.

La primera edición del Business Impact Challenge permitirá facilitar la colaboración de las startups con Damm y, en caso de encontrarse una solución con potencial, culminará con la puesta en marcha de una prueba piloto de los proyectos ganadores gracias al apoyo económico de Damm.

La nueva plataforma LAB1876 englobará también todas las colaboraciones externas que lleva a cabo Damm en áreas de innovación y transformación digital. Ejemplo de ello son Horeca Challenge, una iniciativa lanzada en colaboración con otros partners del sector con el objetivo de impulsar el crecimiento y la transformación tecnológica del sector hostelero; Sustainable Festival Challenge, una convocatoria de innovación abierta impulsada junto al Festival Cruïlla en su desafío por convertir al festival en un evento 100% sostenible; y las colaboraciones que mantiene Damm con instituciones educativas como IED, ESADE y UPC en el que el alumnado de distintos grados aporta ideas relacionadas con retos lanzados por la compañía.

Damm.es

Rioja acogerá los premios World's Best Vineyards 2023

La Denominación de Origen Calificada Rioja se convertirá en el epicentro de la actividad enoturística nacional e internacional al ser elegida sede de la convención World's Best Vineyards 2023, una cita anual célebre por revelar el ranking de las mejores experiencias ofrecidas por viñedos y bodegas, que goza de un enorme prestigio y gran repercusión mediática mundial. El certamen, que tendrá lugar del 10 al 13 de julio de este año, ofrece la oportunidad de mostrar el potencial de Rioja ante los ojos de la comitiva, integrada por más de un centenar de personas entre organización, jurado, periodistas nacionales e internacionales, así como grandes exponentes y expertos del sector, quienes tendrán la oportunidad de conocer de primera mano la Denominación a través de un extenso

programa con diferentes itinerarios, que incluirá catas, visitas a bodegas y actividades de ocio, entre otros, para disfrutar de la rica diversidad de la Región con el propósito de que puedan apreciar todos los elementos que convierten a Rioja en un lugar único.

Dentro del programa de visitas organizado en colaboración con el Consejo Regulador de la DOCa ocupa un lugar destacado el anuncio de los 50 Mejores Viñedos y Bodegas del Mundo (World's Best Vineyards) de 2023, que tendrá lugar el 12 de julio, momento en que se dará a conocer el ranking global. Este acto se emitirá en tiempo real desde la plataforma YouTube.

Agroalimentacion.com



noticias breves

Pernod Ricard España entra por primera vez en la categoría de bebidas sin alcohol

Pernod Ricard España lanza en exclusiva en el mercado español Seagram's 0,0%, una nueva propuesta con la que la compañía entra por primera vez en la categoría de bebidas sin alcohol de la mano de una de las marcas más reconocidas de su portfolio.

Revistaaral.com

Coca-Cola colabora con 70 ONGs para repartir más de 24.000 comidas a familias vulnerables

Coca Cola colabora con 70 ONGs. En total se repartieron más de 24.000 comidas como resultado de las diferentes iniciativas sociales impulsadas por Coca Cola.

A nivel nacional, Coca-Cola ha llegado este año a un acuerdo con Cruz Roja para sumarse a su Plan Cruz Roja Reacciona, que tiene como objetivo ayudar a las familias más vulnerables a que atiendan sus necesidades básicas en materia de alimentación y productos de higiene. Como resultado de esta colaboración, Cruz Roja repartirá 1.000 tarjetas monedero que podrán ser canjeadas después en diferentes supermercados y establecimientos. Las tarjetas se distribuirán desde las oficinas provinciales de Cruz Roja a la población más vulnerable.

Olga Díaz Escalona, subdirectora del Área de Conocimiento de Inclusión Social, indica que: "Cruz Roja

lanza el Plan CR Reacciona con el objetivo de ayudar a las personas y familias vulnerables a dar respuesta a la cobertura de sus necesidades básicas.

El incremento progresivo del precio de artículos y servicios de carácter esencial, que está siendo favorecido por acontecimientos diversos entre los que figuran el encarecimiento del coste de la energía, las dificultades en las cadenas de suministros, episodios climáticos extremos y la Guerra Rusia-Ucrania, puede llegar a convertirlos en inaccesibles para los hogares en situación de pobreza y en riesgo de exclusión".

Cocacola.es



El Orujo Envejecido Fillaboa, calificado como el mejor destilado de España

La Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (Aepev) premia en su XIV edición de Mejores Vinos y Espirituosos de España 2022 al Orujo Envejecido Fillaboa en la categoría de Espirituosos de Orujo, Aguardientes de Uva y Licores. Refreshantes.es

Telmont cautiva a Leonardo DiCaprio por la ecología y lanza una nueva línea de productos

Telmont lanza su nueva línea de productos en España tras cautivar a Leonardo DiCaprio, que recientemente ha entrado en la compañía como inversor. El actor ha reconocido la importancia que otorga a la ecología, un valor compartido con Telmont. Su principal objetivo radica en producir un champagne 100% orgánico, asegurando un ciclo de vida sostenible.

Marketingnews.com

Puleva incorpora un nuevo tapón atado a sus envases de 1 litro

Puleva incorpora los tapones atados al envase en toda su gama de 1 litro en formato slim, como muestra de su compromiso con la economía circular y el desarrollo sostenible. Una de las ventajas que presentan estos tapones es la facilidad a la hora de reciclar, porque el brik y el tapón se depositarán conjuntamente, de la manera más sencilla, en el contenedor amarillo. Anualmente, Lactalis Puleva emplea 577,6 millones de tapones para sus envases briks, lo que equivale a un total de 1.762 toneladas de plástico. Gracias a la unión entre envase y tapón, se tiene la certeza de que se reciclará todo el envase producido y además se evitará que el tapón termine en la naturaleza y produzca contaminación ambiental. Esta nueva iniciativa se irá implementando progresivamente en los próximos meses e incorporará información práctica en el envase para orientar a los consumidores.

Este cambio se une a otros ya implementados, como el incremento de la cantidad de plástico reciclado en los films secundarios, pasando de un 30% a un 50%, y que permite la reutilización de 412 toneladas de plástico procedente del contenedor amarillo al año; o el uso de cartón de origen 100% reciclado en el embalaje de todas las agrupaciones de brik 1 litro y de batido de cristal. Lactalis Puleva refuerza, de esta manera, su compromiso con la economía circular y el desarrollo sostenible, adelantándose a las exigencias legales europeas.



Revistaaral.com



¿Escasez de leche? Los productores alertan de posibles desabastecimientos

En los últimos días, algunos consumidores han denunciado a través de las redes sociales la falta de algunas marcas de leche en los lineales de los supermercados. Las cadenas han achacado el problema a la falta de suministro por parte de los proveedores. Un inconveniente que puede ir in crescendo en los próximos meses, según han alertado los productores lácteos.

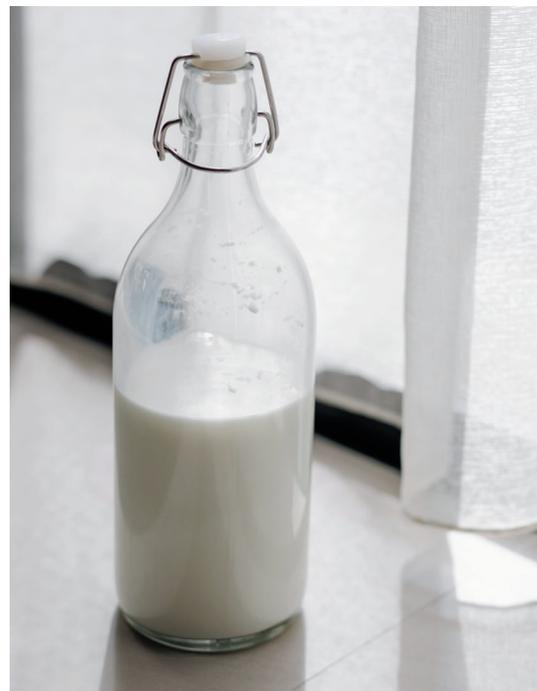
La guerra de Ucrania, la crisis energética y la sequía está teniendo un impacto negativo en el campo español y los ganaderos se están viendo gravemente afectados.

España importa del país ucraniano el 40% del maíz que consumen las vacas y desde que comenzó el conflicto bélico no solo faltan algunos piensos, sino que el precio de los que hay disponibles se ha disparado. Y la sequía, que ha agravado este año, tampoco ayuda.

No se puede dar de comer a los animales los productos necesarios, la soja y el maíz que son productos importantísimos para la producción de leche, están muy caros y forrajes como la alfalfa escasean", ha explicado a la cadena 'Cope' Francisco Fernández, director de Agaprol, la Asociación de Ganaderos Productores de Leche.

A esto hay que sumarle el aumento del precio del combustible y de la energía, elevados en las explotaciones ganaderas, cuyos costes de producción han aumentado un 60%.

Ante la imposibilidad de hacer frente a estos gastos, algunos ganaderos han optado por vender la carne de las vacas que producen poca leche, otros han bajado el ritmo de producción y hay quienes han decidido sacrificar a las reses. De hecho, según datos del Ministerio de Agricultura hay registradas un



3,9% menos de vacas en comparación con el año pasado.

Asimismo, cada día están cerrando más granjas. En concreto, ya son 40.000 granjas menos en producción y 781 pequeños productores han cerrado durante el último año.

Todo ello ha dado lugar a que la producción de leche baje en un 6,31%, de acuerdo con los últimos datos de ganaderos con entregas de leche del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Si baja la producción, hay menos leche y la que queda en el mercado se vende más cara. Desde el sector señalan que el verano pasado vendían la leche a 32 céntimos por litro y ahora están recibiendo ofertas de hasta 60 céntimos.

Revistaaral.com

Burbujas
VIVÓ
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.