

Nº86

JUNIO 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



La industria de alimentación y bebidas espera bajar los precios en un plazo “muy razonable” si la sequía no impacta



El director general de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), Mauricio García de Quevedo, señaló este martes que los precios del sector irán descendiendo “en un plazo muy razonable”, aunque dependerá de la situación concreta de cada empresa y del impacto que produzca la sequía en la producción.

Así lo indicó durante la presentación del ‘Informe Económico 2022’, con los resultados del ejercicio 2022 del sector industrial de alimentación y bebidas en España, en los que compareció junto con el secretario general de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Fernando Miranda, y la directora de Finanzas, Estudios Económicos y Talento de FIAB, Karina Pereira.

“Si la sequía no afecta a la inflación, si no hay otros elementos como los de este año de efectos climatológicos, huelga de transportes o situaciones de guerra, si todo se va tranquilizando, los

precios irán bajando en un plazo muy razonable”, apuntó el director general de FIAB.

En cuanto al impacto de la sequía, el ‘número dos’ de Agricultura reconoció que la precipitación acumulada en 2023 está por debajo de la del año pasado, que ya fue un año “malo”. “En la medida que la ausencia de precipitaciones pueda provocar una cosecha más escasa, esto reducirá la oferta y generar cierta tendencia inflacionaria”, señaló.

Sin embargo, señaló que habrá que analizar el impacto “sector por sector”, ya que el año pasado también hubo malas cosechas en el resto de Europa y en Estados Unidos. Así, productos que mayoritariamente España importa como los cereales o las oleaginosas tendrán “precios normales” si la cosecha se comporta bien en los lugares de origen. En cambio, el olivo o las frutas de hueso estarán más sujetos a la sequía que se produzca en España.

Lavanguardia.com

editorial

El sector de la distribución siempre ha tendido a ser bastante receloso a los cambios pero la pandemia obligó a la mayoría de nosotros a entender que la manera tradicional de hacer las cosas debía coexistir con las nuevas tecnologías si queríamos seguir siendo competitivos y adaptarnos a los nuevos hábitos de los consumidores.

En GrupVIVÓ ya hace tiempo que trabajamos para impulsar este cambio, no solo con herramientas para los clientes sino también para nuestros trabajadores en todos los departamentos para poder agilizar procesos y ganar tiempo donde debemos invertirlo con más fuerza: en el servicio que damos. Hay que convivir con estos cambios, con la tecnología puesta a nuestro alcance y verla como un aliado, jamás como un enemigo pero adaptándonos al ritmo de asimilación que necesiten, tanto los clientes como nuestros equipos. No todos vamos al mismo ritmo pero todos debemos seguir avanzando sin detenernos.

GrupVIVÓ

sumario

- 1 La industria de alimentación y bebidas espera bajar los precios en un plazo “muy razonable” si la sequía no impacta
- 2 Coca-Cola y Jack Daniel's se unen para lanzar una nueva bebida
- 3 El 90% del consumo energético de Zamora Company procederá de energías renovables en 2025
- 4 La DO Cava alcanza las mejores cifras de su historia al incrementar sus ventas en un 4,5%
- 5 Grupo Freixenet y Serveto prueban biocombustibles renovables de Repsol en sus camiones
- 6 Coca-Cola recibe la certificación Zero Waste to Landfill
- 7 Gourmet Selection reunirá más de 300 expositores en su 10ª edición



Coca-Cola y Jack Daniel's se unen para lanzar una nueva bebida



Coca-Cola y Jack Daniel's han anunciado el lanzamiento conjunto en España de una nueva bebida lista para tomar. Elaborada con Jack Daniel's Tennessee Whiskey y Coca-Cola, la nueva Jack Daniel's & Coca-Cola RTD se inspira en el clásico cóctel.

El producto resultante de este acuerdo global entre las dos marcas, que el pasado mes de noviembre debutó en México, saldrá a la venta en España en las próximas semanas, junto con otros mercados en Europa. Posteriormente, continuará su expansión a otros mercados globales en América Latina y Asia a lo largo de este año.

Nikos Koumettis, presidente para Europa de The Coca-Cola Company, ha declarado: "Jack Daniel's & Coca-Cola RTD nació dispuesta a convertirse en una de las favoritas de los fans,

uniendo audazmente nuestros sabores para formar este icónico maridaje. Nuestras dos marcas se inspiran en la inagotable innovación de nuestros consumidores a la hora de mezclar lo mejor, para conseguir lo mejor, y estamos deseando que prueben esta nueva bebida".

Por su parte, Marshall Farrer, vicepresidente ejecutivo, director de Crecimiento Estratégico y presidente para Europa de Brown-Forman, propietaria de Jack Daniel's, ha señalado: "Estamos entusiasmados con la expansión de Jack Daniel's & Coca-Cola RTD a nuevos mercados. El lanzamiento nos permite llevar a nuestros fans europeos este sabor único que se creó para ser un referente en los bares de todo el mundo".

La bebida estará disponible en formato lata de 33 cl, con un diseño que integra elementos destacados de ambas marcas: el logotipo rojo de Coca-Cola escrito en su clásica fuente spenceriana, combinado con el negro de Jack Daniel's Old No 7.

Cocacola.es

Grupo Freixenet y Serveto prueban biocombustibles renovables de Repsol en sus camiones

Grupo Freixenet y Serveto participan en una prueba piloto liderada por la multinacional energética Repsol para contribuir a la descarbonización del transporte de mercancías a través del uso de biocombustibles renovables, concretamente, un biocombustible de segunda generación cuya materia prima es únicamente aceites procedentes de residuos, como aceites de cocina usado, y que permite reducir las emisiones de CO2 en un 85%. Para garantizar el origen residual de este nuevo combustible, se dispone de todas las certificaciones auditadas por un tercero que exige la Directiva de Energía Renovable (RED) de la Unión Europea. Repsol está construyendo la primera planta de la Península Ibérica de biocombustibles avanzados en Cartagena, (Región de Murcia), un proyecto que cuenta con el apoyo del Banco Europeo de Inversiones. Tendrá una capacidad de 250.000 toneladas anuales.

La compañía se convierte en la primera empresa del sector vitivinícola en participar en la prueba piloto de Repsol para utilizar estos nuevos combustibles de segunda generación en el marco de su estrategia de movilidad enfocada a la descarbonización. La correcta aplicación de esta prueba piloto permite reducir las emisiones de CO2 en un 85% con la flota actual de vehículos sin necesidad de hacer cambios en el motor. Su principal ventaja es que pueden utilizarse en cualquier vehículo actual y aprovechar las infraestructuras existentes de distribución y repostaje. Además, se trata de una medida complementaria a la electrificación de los vehículos.

Consumer.es



El 90% del consumo energético de Zamora Company procederá de energías renovables en 2025



El 90% del consumo energético que Zamora Company, compañía propietaria de Licor 43, Ramón Bilbao o Martin Miller's Gin, realice en el año 2025 procederá de energías renovables. Este objetivo se enmarca en el área ambiental de su estrategia de 'Empresa Consciente' dirigida, entre otros aspectos, a optimizar el consumo energético y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera y su consecuente impacto en el cambio climático.

Actualmente, el grupo está trabajando en la consecución de este objetivo y hoy en día el 63% de su consumo energético procede de fuentes renovables. Por otro lado y enfocada también a optimizar el uso de la energía, en 2022 la compañía logró mantener el consumo energético respecto al año 2021, aunque la producción de sus plantas se incrementó un 18%. "Apoyamos firmemente la lucha contra el cambio climático como reto de carácter global y, en particular, por la incidencia sobre nuestra propia actividad. Nuestros vinos y espirituosos provienen de la naturaleza y es nuestra responsabilidad protegerla", ha comentado José María de Santiago, presidente de Zamora Company.

La compañía acaba de estrenar una instalación fotovoltaica en la planta de Cartagena con una capacidad de producción de energía de 218.330 kW. La medida permitirá a Zamora Company reducir su huella de carbono anualmente en más de 74 toneladas de CO2.

Revistaaral.com

La DO Cava alcanza las mejores cifras de su historia al incrementar sus ventas en un 4,5%



La D.O. Cava ha cerrado 2022 con una cifra destacada de 249 millones de botellas vendidas en el mundo. El presidente de la D.O. Cava, Javier Pagés, ha destacado en rueda de prensa que "a pesar de las dificultades económicas vividas en el ejercicio del 2021, 2022 ha sido un año de recuperación que ha cosechado resultados muy positivos".

Las ventas con destino a los mercados exteriores demuestran la universalidad del Cava y su capacidad de atravesar fronteras, representando el 69% de las ventas totales de la DO. En el exterior, Alemania mantiene su posición como principal país consumidor (+2,22%).

Las ventas del mercado interior han incrementado de manera muy destacada (+13,15%), alcanzándose los 77 millones de botellas. Ello, según el presidente de la DO Cava, "da pruebas de que cada vez hay más consumidores en nuestro país que prefieren Cava". El canal que mayor repercusión ha presentado es el de hostelería, con un notable ascenso del +32,3% en valor y un +30,4% en volumen.

Pagés ha remarcado la solidez del sector y ha añadido: "Cava ha demostrado su gran capacidad de resiliencia. Estas cifras suponen superar un nuevo listón histórico, alcanzando el valor más alto en toda la historia del Cava en expediciones, con un crecimiento de un +0,69% y registrándose por primera vez un volumen de 254 millones de botellas".

Agroinformacion.com

Coca-Cola recibe la certificación Zero Waste to Landfill

Coca-Cola Europacific Partners ha obtenido el sello Zero Waste to Landfill en sus siete plantas de la península Ibérica (seis en España: Barcelona, A Coruña, Bilbao, Sevilla, Valencia, Tenerife y una en Portugal: Azeitao), sus almacenes en Valencia, A Coruña y Teruel, así como en sus cuatro manantiales (Fontoira Lugo; Aguas del Maestrazgo, Teruel; Santolín, Burgos; Villas del Turbón, Huesca).

La certificación reconoce los esfuerzos reales de las empresas para una gestión de residuos respetuosa con el medio ambiente. Es un proceso de verificación con el que se pretende garantizar que las empresas cumplan el requisito de enviar cero residuos al vertedero y, al mismo tiempo, establecer unos mecanismos fiables de gestión de residuos.

Coca-Cola Europacific Partners apuesta, a través de su estrategia de sostenibilidad This is Forward, aplicar una jerarquía de la gestión de los residuos y el principio de economía circular mediante acciones de reducción de la generación de residuos, la reutilización y/o valorización de estos, para evitar su envío a vertedero.

Asimismo, contribuye a garantizar la sostenibilidad económica, conservar los recursos naturales y los ecosistemas.

"Conseguir la certificación Zero Waste to Landfill constituye un hito y,

además, un impulso en nuestra estrategia para convertirnos en una empresa cero residuos y cero emisiones. Demuestra que los esfuerzos que estamos realizando en todas nuestras instalaciones tienen unos resultados y nos ayudan a seguir avanzando en el resto de objetivos para convertirnos en una empresa cero emisiones en 2040", ha apuntado Ana Esquiús, responsable de Supply Chain de Coca-Cola Europacific Partners Iberia. Coca-Cola Europacific Partners ha conseguido evitar 28.316 toneladas de residuos mediante proyectos de reducción, y ha reutilizado o valorizado 24.035 toneladas.

Cocacola.es



Gourmet Selection reunirá más de 300 expositores en su 10ª edición



Gourmet Selection, uno de los eventos destacados para los profesionales de la alimentación, regresará con su 10ª edición los días 10 y 11 de septiembre en Paris Expo Porte de Versailles. El evento, que congregará a más de 300 expositores y 4.300 visitantes, girará en torno a la experiencia y la gastronomía gourmet.

Desde su 1ª edición en 2009, Gourmet Selection tiene como objetivo ser el lugar de encuentro para los distribuidores (productos selectos, hostelería, restauración, cafeterías o artesanos de la alimentación) y productores de productos gourmet. Chantal de Lamotte, directora de Gourmet Selection, ha afirmado: "Un lugar de encuentros, pero

también de descubrimientos, esta 10ª edición a la vanguardia de las tendencias se colocará bajo el signo de la convivencia y la excelencia. Nuestra capacidad para descubrir lo mejor de los productos gourmet y los conceptos de alta gama hace de Gourmet Selection el evento para los profesionales de la alimentación selecta y la restauración. Durante estos dos días, les ofrecemos la oportunidad de conocer a hombres y mujeres comprometidos con la promoción de sus zonas y degustar sus excepcionales productos para darlos a conocer al mayor número de personas posible".

salon-gourmet-selection.com

noticias breves

Martini presenta su gama sin alcohol

Martini ha lanzado la gama de productos non-alcohólicos elaborada con los mismos vinos empleados en el conjunto de los aperitivos de la marca.

Los lanzamientos están formados por: Martini Aperitivo Sin Alcohol Vibrante, con aromas cítricos que se reparten de manera homogénea y Martini Aperitivo Sin Alcohol Floreale, adecuado para degustar los aromas de la manzanilla romana.

Revistaaral.com

La DO Navarra elige Blaneo Garnacha 2021 como mejor vino tinto garnacha

El vino tinto Blaneo Garnacha 2021 elaborado por Bodega Pagos de Araiz, perteneciente a Masaveu Bodegas, ha sido escogido en la Selección de los Vinos DO Navarra 2023 como mejor vino garnacha. La cata ciega, que garantiza el anonimato y estuvo formada por un panel externo de catadores profesionales, se celebró la semana pasada en el Consejo Regulador de Navarra.

Agroalimentacion.com

Cada producto de Lactalis pasa por al menos 80 controles de seguridad y calidad

El Grupo Lactalis cuenta con un equipo de Calidad compuesto en España por más de 150 profesionales, la compañía trabaja cada día para ofrecer a los consumidores la máxima seguridad en todos sus productos. Los controles se inician incluso antes de que la leche llegue a sus plantas y se extienden hasta que los productos llegan al lineal. Cada lácteo de Grupo Lactalis pasa un mínimo de 80 controles y análisis de calidad y seguridad.

Lactalis.es

España vuelve a ser el segundo mayor productor de cerveza de la UE



España recupera la segunda posición en producción de la UE en 2022, al elaborar 41,1 millones de hectolitros de cerveza. En relación con las exportaciones, el crecimiento ha sido notable, tanto con respecto al 2021 (16,3%), como en el último trienio (36,8% con respecto a 2019), alcanzando un total de 4,1 millones de hectolitros exportados. Sin embargo, aún no se ha alcanzado la recuperación del consumo en hostelería: con respecto a 2019 el consumo de cerveza fuera del hogar descendió un 4,1%, cuando cerca del 70% se consumía en este ámbito.

Estos datos han sido ofrecidos por Cerveceros de España en su Asamblea General, celebrada en el Consejo Superior de Deportes, donde se ha destacado la unión histórica del sector cervecero con el deporte, aprovechando que se cumplen cinco años del compromiso público del sector a este respecto. En 2022, el sector de la cerveza invirtió más de 41 millones de euros en apoyar al deporte español, patrocinando a cerca de 100 entidades deportivas de más de 20 disciplinas diferentes. Y en este marco se incluyen desde deportes y clubes mayoritarios hasta otros más modestos o de prácticas minoritarias, demostrando así su compromiso con la promoción de un estilo de vida activo, equilibrado, saludable y propio de nuestra cultura mediterránea.

José Manuel Franco Pardo, secretario de Estado para el Deporte y Presidente del Consejo Superior de Deportes, ha destacado en la clausura del acto que “el sector cervecero respalda los valores de una sociedad responsable y con ganas de superarse” y ha subrayado su “firme compromiso con el deporte a través de un amplio campo de patrocinios deportivos, así como con la marca país, apoyando eventos con impacto internacional”.

Esta asamblea también ha contado con la participación del director general de Coordinación del Mercado Interior del Ministerio de Asuntos

Exteriores, Alejandro Abellán García de Diego. El director general ha remarcado, ante la inminente Presidencia Española de la UE, la relevancia de la armonización de las políticas públicas europeas. Por otra parte, José Juan Ruiz, presidente del Real Instituto Elcano, ha realizado una exposición sobre el futuro geoestratégico global, a lo que no es ajena la producción de cerveza y su consumo. Con una producción de 41,1 millones de hectolitros, España ha superado a Polonia en producción de cerveza y solo queda por detrás de Alemania en el contexto de la Unión Europea. Esto ha sido posible por diferentes factores como la recuperación del turismo, que se ha duplicado con respecto a 2021 (51,6 millones de visitantes, turistas más excursionistas, en 2021, vs 104,9 millones en 2022); la permanencia de hábitos de consumo de cerveza en el hogar adquiridos durante la pandemia, fundamentalmente acompañada de otros alimentos y el notable incremento de las exportaciones.

Esta producción tiene un impacto muy positivo en nuestro país, pues contribuye a la creación de más de 400.000 puestos de trabajo (el 90% de ellos en el sector hostelero), lo que convierte a España en el segundo país en el que el sector cervecero genera más empleo, solo por detrás de Alemania. Además, el 87% de la cerveza consumida en nuestro país se elabora dentro de nuestras fronteras, incorporando materias primas de nuestro entorno. Respecto al consumo, sigue siendo social y moderado: más del 90% de las ocasiones de consumo de cerveza, ya sea en el hogar o fuera, se asociaron con momentos de consumo de otros alimentos. Sin embargo, el consumo en hostelería aún no se ha recuperado con respecto a niveles prepandemia: si en 2019, cerca del 70% de la cerveza se consumía fuera del hogar, en el 2022 este índice se quedó por debajo del 60%.

Cerveceros.org

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



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.