

Nº86

JUNY 2023

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



La indústria d'alimentació i begudes espera baixar els preus en un termini “molt raonable” si la sequera no impacta



El director general de la Federació Espanyola d'Indústries d'Alimentació i Begudes (FIAB), Mauricio García de Quevedo, va assenyalar aquest dimarts que els preus del sector aniran descendant “en un termini molt raonable”, encara que dependrà de la situació concreta de cada empresa i de l'impacte que produeixi la sequera en la producció.

Així ho va indicar durant la presentació del ‘Informe Econòmic 2022’, amb els resultats de l'exercici 2022 del sector industrial d'alimentació i begudes a Espanya, en els quals va comparèixer juntament amb el secretari general d'Agricultura i Alimentació del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, Fernando Miranda, i la directora de Finances, Estudis Econòmics i Talent de FIAB, Karina Pereira.

“Si la sequera no afecta a la inflació, si no hi ha altres elements com els d'aquest any d'efectes climatològics, vaga de transports o situacions de guerra, si tot es va tranquil·litzant, els preus

aniran baixant en un termini molt raonable”, va apuntar el director general de FIAB.

Quant a l'impacte de la sequera, el ‘número dos’ d'Agricultura va reconèixer que la precipitació acumulada en 2023 està per sota de la de l'any passat, que ja va ser un any “dolent”. “En la mesura que l'absència de precipitacions pugui provocar una collita més escassa, això reduirà l'oferta i generar una certa tendència inflacionària”, va assenyalar.

No obstant això, va assenyalar que caldrà analitzar l'impacte “sector per sector”, ja que l'any passat també va haver-hi males collites en la resta d'Europa i als Estats Units. Així, productes que majoritàriament Espanya importa com els cereals o les oleaginoses tindran “preus normals” si la collita es comporta bé en els llocs d'origen. En canvi, l'olivera o les fruites d'os estaran més subjectes a la sequera que es produeixi a Espanya.

[Lavanguardia.com](https://lavanguardia.com)

editorial

El sector de la distribució sempre ha tendit a ser bastant recelós als canvis però la pandèmia va obligar la majoria de nosaltres a entendre que la manera tradicional de fer les coses havia de coexistir amb les noves tecnologies si volíem continuar sent competitius i adaptar-nos als nous hàbits dels consumidors.

A GrupVIVÓ ja fa temps que treballem per a impulsar aquest canvi, no sols amb eines per als clients sinó també per als nostres treballadors en tots els departaments per a poder agilitzar processos i guanyar temps on hem d'invertir-ho amb més força: en el servei que donem. Cal conviure amb aquests canvis, amb la tecnologia posada al nostre abast i veure-la com un aliat, mai com un enemic però adaptant-nos al ritme d'assimilació que necessitin, tant els clients com els nostres equips. No tots anem al mateix ritme però tots hem de continuar avançant sense aturar-nos.

GrupVIVÓ

sumari

- 1 La indústria d'alimentació i begudes espera baixar els preus en un termini “molt raonable” si la sequera no impacta
- 2 Coca-Cola i Jack Daniel's s'uneixen per a llançar una nova beguda
- 3 El 90% del consum energètic de Zamora Company procedirà d'energies renovables en 2025
- 4 La DO Cava aconsegueix les millors xifres de la seva història en incrementar les seves vendes en un 4,5%
- 5 Grup Freixenet i Serveto proven biocombustibles renovables de Repsol en els seus camions
- 6 Coca-Cola rep la certificació Zero Waste to Landfill
- 7 Gourmet Selection reunirà més de 300 expositors en la seva 10è edició



Coca-Cola i Jack Daniel's s'uneixen per a llançar una nova beguda



Coca-Cola i Jack Daniel's han anunciat el llançament conjunt a Espanya d'una nova beguda llesta per a prendre. Elaborada amb Jack Daniel's Tennessee Whiskey i Coca-Cola, la nova Jack Daniel's & Coca-Cola RTD s'inspira en el clàssic còctel. El producte resultant d'aquest acord global entre les dues marques, que el mes de novembre passat va debutar a Mèxic, sortirà a la venda a Espanya en les pròximes setmanes, juntament amb altres mercats a Europa. Posteriorment, continuarà la seva expansió a altres mercats globals a Amèrica Llatina i Àsia al llarg d'enguany. Nikos Koumettis, president per a Europa de The Coca-Cola Company, ha declarat: "Jack Daniel's & Coca-Cola RTD va néixer disposada a convertir-se en una de les favorites dels fans, unint

Cocacola.es

audaçment els nostres sabors per a formar aquest icònic maridatge. Les nostres dues marques s'inspiren en la inesgotable innovació dels nostres consumidors a l'hora de barrejar el millor, per a aconseguir el millor, i estem desitjant que provin aquesta nova beguda".

Per part seva, Marshall Farrer, vicepresident executiu, director de Creixement Estratègic i president per a Europa de Brown-Forman, propietària de Jack Daniel's, ha assenyalat: "Estem entusiasmats amb l'expansió de Jack Daniel's & Coca-Cola RTD a nous mercats. El llançament ens permet portar als nostres fans europeus aquest sabor únic que es va crear per a ser un referent en els bars de tot el món". La beguda estarà disponible en format llauna de 33 cl, amb un disseny que integra elements destacats de totes dues marques: el logotip vermell de Coca-Cola escrit en la seva clàssica font spenceriana, combinat amb el negre de Jack Daniel's Old Núm. 7.

El 90% del consum energètic de Zamora Company procedirà d'energies renovables en 2025



El 90% del consum energètic que Zamora Company, companyia propietària de Licor 43, Ramón Bilbao o Martin Miller's Gin, realitzi l'any 2025 procedirà d'energies renovables. Aquest objectiu s'emmarca en l'àrea ambiental de la seva estratègia de 'Empresa Conscient' dirigida, entre altres aspectes, a optimitzar el consum energètic i reduir les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle a l'atmosfera i el seu conseqüent impacte en el canvi climàtic.

Actualment, el grup està treballant en la consecució d'aquest objectiu i avui dia el 63% del seu consum energètic procedeix de fonts renovables. D'altra banda i enfocada també a optimitzar l'ús de l'energia, el 2022 la companyia va aconseguir mantenir el consum energètic respecte a l'any 2021, encara que la producció de les seves plantes es va incrementar un 18%. "Secundem fermament la lluita contra el canvi climàtic com a rept de caràcter global i, en particular, per la incidència sobre la nostra pròpia activitat. Els nostres vins i espírituosos provenen de la naturalesa i és la nostra responsabilitat protegir-la", ha comentat José María de Santiago, president de Zamora Company.

La companyia acaba d'estrenar una instal·lació fotovoltaica a la planta de Cartagena amb una capacitat de producció d'energia de 218.330 kW. La mesura permetrà a Zamora Company reduir la seva petjada de carboni anualment en més de 74 tones de CO₂.

Revistaaral.com

La DO Cava aconsegueix les millors xifres de la seva història en incrementar les seves vendes en un 4,5%



La D.O. Cava ha tancat 2022 amb una xifra destacada de 249 milions d'ampolles venudes en el món. El president de la D.O. Cava, Javier Pagés, ha destacat en roda de premsa que "malgrat les dificultats econòmiques viscudes en l'exercici del 2021, 2022 ha estat un any de recuperació que ha collit resultats molt positius".

Les vendes amb destinació als mercats exteriors demostren la universalitat del Cava i la seva capacitat de travessar fronteres, representant el 69% de les vendes totals de la DO. En l'exterior, Alemanya manté la seva posició com a principal país consumidor (+2,22%).

Les vendes del mercat interior han incrementat de manera molt destacada (+13,15%), aconseguint-se els 77 milions d'ampolles. Això, segons el president de la DO Cava, "dona proves que cada vegada hi ha més consumidors al nostre país que prefereixen Cava". El canal que major repercussió ha presentat és el d'hostaleria, amb un notable ascens del +32,3% en valor i un +30,4% en volum.

Pagés ha remarcat la solidesa del sector i ha afegit: "Cava ha demostrat la seva gran capacitat de resiliència. Aquestes xifres suposen superar un nou llistó històric, aconseguint el valor més alt en tota la història del Cava en expedicions, amb un creixement d'un +0,69% i registrant-se per primera vegada un volum de 254 milions d'ampolles".

Agroinformacion.com

Grup Freixenet i Serveto proven biocombustibles renovables de Repsol en els seus camions

Grup Freixenet i Serveto participen en una prova pilot liderada per la multinacional energètica Repsol per a contribuir a la descarbonització del transport de mercaderies a través de l'ús de biocombustibles renovables, concretament, un biocombustible de segona generació la matèria primera de la qual és únicament olis procedents de residus, com a olis de cuina usat, i que permet reduir les emissions de CO₂ en un 85%. Per a garantir l'origen residual d'aquest nou combustible, es disposa de totes les certificacions auditades per un tercer que exigeix la Directiva d'Energia Renovable (XARXA) de la Unió Europea. Repsol està construint la primera planta de la Península Ibèrica de biocombustibles avançats a Cartagena, (Regió de Múrcia), un projecte que compta amb el suport del Banc Europeu d'Inversions. Tindrà una capacitat de 250.000 tones anuals.

La companyia es converteix en la primera empresa del sector vitivinícola a participar en la prova pilot de Repsol per a utilitzar aquests nous combustibles de segona generació en el marc de la seva estratègia de mobilitat enfocada a la descarbonització. La correcta aplicació d'aquesta prova pilot permet reduir les emissions de CO₂ en un 85% amb la flota actual de vehicles sense necessitat de fer canvis en el motor. El seu principal avantatge és que poden utilitzar-se en qualsevol vehicle actual i aprofitar les infraestructures existents de distribució i proveïment de carburant. A més, es tracta d'una mesura complementària a l'electrificació dels vehicles.

Consumer.es



Coca-Cola rep la certificació Zero Waste to Landfill

Coca-Cola Europacific Partners ha obtingut el segell Zero Waste to Landfill a les seves set plantes de la península Ibèrica (sis a Espanya: Barcelona, la Corunya, Bilbao, Sevilla, València, Tenerife i una a Portugal: Azeitao), els seus magatzems a València, la Corunya i Terol, així com als seus quatre manantials (Fontoira Lugo; Aigües del Maestrazgo, Teruel; Santolín, Burgos; Viles del Turbón, Osca).

La certificació reconeix els esforços reals de les empreses per a una gestió de residus respectuosa amb el medi ambient. És un procés de verificació amb el qual es pretén garantir que les empreses compleixin el requisit d'enviar zero residus a l'abocador i, al mateix temps, establir uns mecanismes fiables de gestió de residus.

Coca-Cola Europacific Partners aposta, a través de la seva estratègia de sostenibilitat This is Forward, aplicar una jerarquia de la gestió dels residus i el principi d'economia circular mitjançant accions de reducció de la generació de residus, la reutilització i/o valorització d'aquests, per a evitar el seu envia-

ment a abocador. Així mateix, contribueix a garantir la sostenibilitat econòmica, conservar els recursos naturals i els ecosistemes.

"Aconseguir la certificació Zero Waste to Landfill constitueix una fita i, a més, un impuls en la nostra estratègia per a convertir-nos en una empresa zero residus i zero emissions. Demostra que els esforços que estem realitzant en totes les nostres instal·lacions tenen uns resultats i ens ajuden a continuar avançant en la resta d'objectius per a convertir-nos en una empresa zero emissions al 2040", ha apuntat Ana Esquius, responsable de Supply Chain de Coca-Cola Europacific Partners Ibèria.

Coca-Cola Europacific Partners ha aconseguit evitar 28.316 tones de residus mitjançant projectes de reducció, i ha reutilitzat o valorat 24.035 tones.

Cocacola.es



Gourmet Selection reunirà més de 300 expositors en la seva 10è edició



Gourmet Selection, un dels esdeveniments destacats per als professionals de l'alimentació, tornarà amb la seva 10a edició els dies 10 i 11 de setembre a la Paris Expo Port de Versailles. L'esdeveniment, que congrega a més de 300 expositors i 4.300 visitants, girarà entorn de l'experiència i la gastronomia gourmet.

Des de la seva 1a edició al 2009, Gourmet Selection té com a objectiu ser el lloc de trobada per als distribuïdors (productes selectes, hostaleria, restauració, cafeteries o artesans de l'alimentació) i productors de productes gourmet. Chantal de Lamotte, directora de Gourmet Selection, ha afirmat: "Un lloc de trobades, però

també de descobriments, aquesta 10a edició a l'avantguarda de les tendències es col·locarà sota el signe de la convivència i l'excel·lència. La nostra capacitat per a descobrir el millor dels productes gourmet i els conceptes d'alta gamma fa de Gourmet Selection l'esdeveniment per als professionals de l'alimentació selecta i la restauració. Durant aquests dos dies, els oferim l'oportunitat de conèixer a homes i dones compromesos amb la promoció de les seves zones i degustar els seus excepcionals productes per a donar-los a conèixer al major nombre de persones possible".

salon-gourmet-selection.com

notícies breus

Martini presenta la seva gamma sense alcohol

Martini ha llançat la gamma de productes non-alcoholic elaborada amb els mateixos vins emprats en el conjunt dels aperitius de la marca. Els llançaments estan formats per: Martini Aperitiu Sense Alcohol Vibrant, amb aromes cítrics que es reparteixen de manera homogènia i Martini Aperitiu Sense Alcohol Floreale, adequat per a degustar les aromes de la camamilla romana.

Revistaaral.com

La DO Navarra tria Blaneo Garnacha 2021 com a millor vi negre garnacha

El vi negre Blaneo Garnacha 2021 elaborat per Celler Pagaments de Araiz, pertanyent a Masaveu Cellers, ha estat triat en la Selecció dels Vins DO Navarra 2023 com a millor vi garnacha. El tast a cegues, que garanteix l'anonimat i va estar formada per un panell extern de tastadors professionals, es va celebrar la setmana passada en el Consell Regulador de Navarra.

Agroalimentacion.com

Cada producte de Lactalis passa per almenys 80 controls de seguretat i qualitat

El Grup Lactalis compta amb un equip de Qualitat compost a Espanya per més de 150 professionals, la companyia treballa cada dia per a oferir als consumidors la màxima seguretat en tots els seus productes. Els controls s'inicien fins i tot abans que la llet arribi a les seves plantes i s'estenen fins que els productes arriben al lineal. Cada lacti de Grup Lactalis passa un mínim de 80 controls i anàlisis de qualitat i seguretat.

Lactalis.es

Espanya torna a ser el segon major productor de cervesa de la UE



Espanya recupera la segona posició en producció de la UE en 2022, en elaborar 41,1 milions d'hectolitres de cervesa. En relació amb les exportacions, el creixement ha estat notable, tant respecte al 2021 (16,3%), com en l'últim trienni (36,8% respecte a 2019), aconseguint un total de 4,1 milions d'hectolitres exportats. No obstant això, encara no s'ha aconseguit la recuperació del consum en hostaleria: respecte a 2019 el consum de cervesa fora de la llar va descendir un 4,1%, quan prop del 70% es consumia en aquest àmbit.

Aquestes dades han estat oferts per Cervezers d'Espanya en la seva Assemblea General, celebrada en el Consell Superior d'Esports, on s'ha destacat la unió històrica del sector cerveser amb l'esport, aprofitant que es compleixen cinc anys del compromís públic del sector referent a això. En 2022, el sector de la cervesa va invertir més de 41 milions d'euros a fer costat a l'esport espanyol, patrocinant a prop de 100 entitats esportives de més de 20 disciplines diferents. I en aquest marc s'inclouen des d'esports i clubs majoritaris fins uns altres més modestos o de pràctiques minoritàries, demostrant així el seu compromís amb la promoció d'un estil de vida actiu, equilibrat, saludable i propi de la nostra cultura mediterrània.

José Manuel Franco Pardo, secretari d'Estat per a l'Esport i President del Consell Superior d'Esports, ha destacat en la clausura de l'acte que "el sector cerveser recolza els valors d'una societat responsable i amb ganes de superar-se" i ha subratllat el seu "ferm compromís amb l'esport a través d'un ampli camp de patrocinis esportius, així com amb la marca país, donant suport a esdeveniments amb impacte internacional".

Aquesta assemblea també ha comptat amb la participació del director general de Coordinació del Mercat Interior del Ministeri d'Afers exteriors, Alejandro Abellán García de Diego. El director general ha remarcat, davant la imminent Presidència Espanyola de la UE,

la rellevància de l'harmonització de les polítiques públiques europees. D'altra banda, José Juan Ruiz, president del Real Institut Elcano, ha realitzat una exposició sobre el futur geoestratègic global, al que no és aliena la producció de cervesa i el seu consum.

Amb una producció de 41,1 milions d'hectolitres, Espanya ha superat a Polònia en producció de cervesa i només queda per darrere d'Alemanya en el context de la Unió Europea. Això ha estat possible per diferents factors com la recuperació del turisme, que s'ha duplicat respecte a 2021 (51,6 milions de visitants, turistes més excursionistes, en 2021, vs 104,9 milions en 2022); la permanència d'hàbits de consum de cervesa en la llar adquirits durant la pandèmia, fonamentalment acompanyada d'altres aliments i el notable increment de les exportacions.

Aquesta producció té un impacte molt positiu al nostre país, perquè contribueix a la creació de més de 400.000 llocs de treball (el 90% d'ells en el sector hostaler), la qual cosa converteix a Espanya en el segon país en el qual el sector cerveser genera més ocupació, només per darrere d'Alemanya. A més, el 87% de la cervesa consumida al nostre país s'elabora dins de les nostres fronteres, incorporant matèries primeres del nostre entorn.

Respecte al consum, continua sent social i moderat: més del 90% de les ocasions de consum de cervesa, ja sigui en la llar o fora, es van associar amb moments de consum d'altres aliments. No obstant això, el consum en hostaleria encara no s'ha recuperat respecte a nivells pre-pandèmia: si en 2019, prop del 70% de la cervesa es consumia fora de la llar, en el 2022 aquest índex es va quedar per sota del 60%.

Cervceros.org

Burbujas
vivo
Butlletí editat per GRUP VIVÓ
(CAVISA - SUBESA - COVICAT - VIVOCAFÉ)

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



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.