



El 77% de les empreses d'alimentació i begudes han sofert un ciber-incident en l'últim any



El 77% de les empreses espanyoles del sector alimentació i begudes reporten haver sofert un ciber-incident en els últims 12 mesos, segons l'estudi de ciber-preparació d'Hiscox, Hiscox Cyber Readiness Report 2019, presentat per l'asseguradora d'empreses en col·laboració amb Forrester Consulting. L'informe analitza la situació d'Espanya, els EUA, Gran Bretanya, Alemanya, Holanda, França i Bèlgica.

El 31% dels incidents va estar relacionat amb la pèrdua de dades, el 27% va ser a causa d'un virus, el 23% per atac de ransomware (encriptació del software d'una empresa), el 15% informa d'un equip extraviat, el 8% un atac que va provocar la denegació d'un servei i l'altre 23% una bretxa de seguretat amb pèrdua d'informació de clients.

Alan Abreu, subscriptor líder de Cyber de Hiscox, assegura que per a assenyalar un incident han d'haver-lo sofert i haver ocorregut. Afegeix que si altres sectors reporten menys incidents és perquè no estan conscienciats en aquesta qüestió. El que es tradueix en que "les empreses d'alimentació i begudes espanyoles estan conscienciades i ciber-preparades, per la qual cosa la seva capacitat de detecció i detenció d'atacs d'aquesta naturalesa és major".

Les empreses espanyoles de la IAB demostren una gran maduresa en termes de recursos ciber-segurs. Lideren la inversió reservant l'11,6% del seu pressupost de TU a aquest àrea, enfront del 9,2% que dediquen les empreses del mateix sector en altres països, o el 8,6% que reserven a aquesta partida de mitjana les empreses espanyoles en altres sectors. D'altra banda, l'informe d'Hiscox afirma que només el 46% de les empreses espanyoles d'aquesta indústria tenen previst augmentar la inversió en ciber-seguretat durant els pròxims 12 mesos, mentre que la mitjana de l'estudi està entorn del 65%.

El 70% d'aquestes empreses afirmen disposar d'un pla propi per a protegir-se. Un percentatge molt superior al 56% de les companyies del mateix sector en altres països que realitzen aquesta afirmació, o a la mitjana d'empreses espanyoles d'altres sectors, on només el 57% disposa d'una estratègia de ciber-seguretat definida.

Entre les preferències i els complements que les empreses IAB consideren més rellevants en les seves pòlisses destaca: disposar de hardware/software de prevenció (67%), accés a formació (53%), programes d'avaluació de risc (47%) i infraestructura per a realitzar simulacres (40%).

Consumer.es

editorial

Tornem a acabar un any i us volem desitjar a tots un Bon Nadal. Uns pensaran que per a una empresa només compten les vendes realitzades en concloure un any. Resumint-ho de la manera més senzilla: si són majors es considera un bon any i si no és així es considera dolent. Però deixin-me que els digui que no és així. Independentment de les xifres que obtinguem aquest any només ho podem considerar com un mal any per a Grup VIVÓ i això és pel fet que a l'Agost vam perdre, a causa d'un accident de trànsit, a una persona molt important per a tots nosaltres: Jose Antonio Vega. Era Delegat de vendes de la nostra empresa des de feia molts anys però per sobre de tot era una persona extremadament positiva, lluitadora i molt estimada per tots els companys i per tots els seus clients. En aquesta vida hi ha persones certament especials i ell ho era. Sempre estaràs en els nostres cors "Vegueta". No t'oblidem, amic. **Grup VIVÓ**

sumari

- 1 El 77% de les empreses d'alimentació i begudes han sofert un ciber-incident en l'últim any
- 2 Smart Spirits crea un sistema de càpsules per a elaborar licors
- 3 Damm inicia la seva comercialització de cervesa amb sabor a Whisky
- 4 Espanya va consumir 799 milions de litres de suc al 2018
- 5 Els xupitos representen 1 de cada 10 euros gastats ens hostaleria
- 6 Coca-Cola revoluciona el lliurament sota demanda
- 7 Uber Eats presenta el seu servei de recollida en local



Smart Spirits crea un sistema de càpsules per a elaborar licors

La companyia valenciana Smart Spirits ha creat un dispensador de begudes que transforma l'alcohol de gra neutre en licors mitjançant un sistema de càpsules d'essències (whisky, rom, vodka i ginebra) per a llars, hotels o establiments de restauració.

La idea es remunta a l'any 2014, quan els seus fundadors -Mark Smart, Ian Smart i Elisa Jarque-, es van adonar que a través d'alcohol de gra neutre d'alta qualitat i formulat per a ús alimentari podien crear una beguda amb el sabor desitjat a través de càpsules d'essències. Aquest sistema permet a més regular la graduació alcohòlica de cadascuna d'elles, des de 0 a 40 graus, afegint aigua i mantenint el seu sabor.

El dispensador disposa també de connectivitat Bluetooth el que facilita el seu control a través de l'aplicació mòbil de la marca. Així, a través de qualsevol telèfon intel·ligent, el consumidor pot controlar totes les funcions de la màquina, utilitzar el bloqueig de seguretat per a evitar l'ús no autoritzat i tenir accés a receptes de còctels per a cadascun dels sabors actuals.



La màquina és un desenvolupament propi, mentre que l'alcohol procedeix de Bulgària i les essències es fabriquen a Liverpool i envasen a València. El pack d'inici, compost per l'equip, més l'ampolla d'alcohol i una caixa amb 30 càpsules, està a la venda per 225€. Posteriorment, tan sols és necessari adquirir l'alcohol i les càpsules. El producte ja està disponible a través de la pàgina web oficial i les primeres unitats s'han comercialitzat en països com Regne Unit, Taiwan, Itàlia i França.

Alimarket.es

Damm inicia la seva comercialització de cervesa amb sabor a Whisky



Innis & Gunn és una marca de cervesa escocesa, arribada a Espanya de la mà d'Estrella Damm. La cervesa, de varietat Ale (Innis & Gunn The Original) i Lager (Innis & Gunn Blood Xarxa Sky), va ser «descoberta» d'una forma peculiar:

Tot va començar quan un famós fabricant de whisky escocès es va posar en contacte amb el mestre cerveser Dougal Sharp, per a dir-li que volien elaborar un whisky acabat en barriques de cervesa. Molts altres fabricants ja havien intentat fer això, però cap ho havia aconseguit. Dougal va proposar un procediment diferent, utilitzant una tècnica molt especial: va crear una cervesa única que infonia un caràcter suau i únic a les barriques de roure, la qual cosa donava a la vegada un sabor exclusiu al whisky que es madurava dins. Els fabricants del whisky van quedar encantats amb el procés i el producte resultant, Ale Cask Reservi Whisky, va tenir molt d'èxit.

La primera degustació d'aquesta cervesa elaborada en "barriques de roure" va ser un moment que va fer història: era deliciosa i tenia un sabor com cap altra cervesa que Dougal havia provat en la seva vida. El temps en les barriques especials utilitzades en la destil·leria l'havia transformat per complet. I no era només Dougal qui pensava que s'havia descobert una cosa especial; un equip de tastadors a la fàbrica li va atorgar una nota sense precedents de nou sobre nou.

Dougal va creure tan fortament en el potencial del seu descobriment, que va deixar el seu treball per a concentrar-se a perfeccionar el procés i a portar el seu producte al mercat. Va ser un any de llargs dies i vetllis, tot per a refinar i perfeccionar aquesta cervesa pionera. Quan per fi va arribar el moment del llançament, havia nascut un nou estil de cervesa envellida en barrils de roure. Els molt cervesers estaven encantats amb el producte, així com els jutges de molts certàmens, que van donar molts premis a Innis and Gunn.

Disnova.es

Espanya va consumir 799 milions de litres de suc al 2018



L'informe anual elaborat per l'Associació Europea de Suc de Fruites (AIJN) indica que el consum europeu de suc i nèctars va ser de 9.067 milions de litres al 2018. El que suposa un descens del 1,4% respecte a l'any anterior. En concret, Espanya va consumir 799 milions de litres aquest any. Alemanya, quant a volum, és el país que més ha consumit amb 2.321 milions de litres, mentre que Espanya ocupa el cinquè lloc.

D'altra banda, la categoria més consumida a Espanya és la que es troba a temperatura ambient i a Irlanda, Suècia i Regne Unit obten més per la refrigeració.

Quant a les exportacions, Espanya se situa en els primers llocs de la UE amb gairebé 786 milions de quilos al 2018, la qual cosa es tradueix en 771,9 milions d'euros. Javier Valle, secretari general de Asozumos, declara que "aquestes xifres revelen que som un sector clau a Europa. Les nostres empreses continuen la seva aposta ferma per la qualitat, la sostenibilitat, la innovació i la seguretat alimentària".

A més, Valle indica que "gràcies a la gran disponibilitat i varietat de fruites i hortalisses que tenim durant tot l'any, sumat als nostres compromisos d'oferir un producte de gran valor, Espanya s'ha convertit en un bon jugador en el mercat internacional i els nostres suc s'han fet un lloc important".

Revistaaral.com

Els xupitos representen 1 de cada 10 euros gastats en hostaleria

Segons l'informe "Ways of Drinking" de Horeca Digital LAB de Nielsen, el xupito preferit dels espanyols és el licor d'herbes i prefereixen prendre'l a les tres del matí. Encara que el seu consum es reparteix entre el migdia, el menjar i el sopar. Tant és així que el xupito representa un de cada deu euros de despesa en hostaleria.

És a l'estiu quan es multiplica el seu consum, arribant fins i tot a duplicar-se el nombre de xupitos servits en els establiments nocturns. A més, en la nit, són múltiples les innovacions per a la posada en escena del producte, des de provetes fins a màquines que refreden el xupito, la qual cosa ha provocat que es consolidi el seu consum. Al mateix temps, si bé el 75% del consum nocturn està en mans del licor d'herbes i del tequila,

comencen a emergir altres referències, com el whisky amb canyella, que és el producte revelació.

Segons el responsable de Horeca Digital LAB de Nielsen, Jaime Lecuona, "si diem que l'hostaleria s'adapta a les noves necessitats del consumidor, no és menys cert dir que una manera d'aconseguir-lo és a través de nous formats de consum. Els refrescos es presenten cada vegada més grans, com les ampolles de vidre de més de 300ml; mentre que, en cerveses, la copa, el doble i les gerres superen en vendes clarament a la canya tradicional de menor grandària".

Revistaaral.com



Coca-Cola revoluciona el lliurament sota demanda

Coca-Cola European Partners (CCEP) ha invertit en dues innovadores startups per a explorar com les tecnologies de lliurament sota demanda i la tecnologia de conducció autònoma poden transformar l'experiència dels clients. Ja han implementat algunes innovacions en importants ciutats.

Kol, és un innovador servei de lliurament de begudes sota demanda que s'ha implementat en París. Distribueix directament a la localització dels clients en 30 minuts. CCEP Ventures prendrà un 25% de participació, la qual cosa permetrà a Kol expandir les seves operacions en les majors ciutats de França.

TeleRetail, una companyia de tecnologia de conducció autònoma, ha desenvolupat, amb el suport de l'Agència Espacial Europea, un robot autònom anomenat 'Aito' que utilitza avantguardistes imatges satel·litàries per a lliurar productes de manera ràpida i segura tant en plantes industrials com en àrees urbanes. CCEP Ventures es farà amb un 15%

de participació així com amb un lloc en el Consell de TeleRetail el que contribuirà a donar suport a l'empresa en les seves ambicions de desenvolupament en el futur.

Nik Jhangiani, chief Financial Officer de Coca-Cola va assenyalar: que "CCEP Ventures troba, finança i fomenta noves idees que ajudin a adaptar-se a les noves tendències al mateix temps que recolza a algunes de les millors startups del mercat a través de la nostra àmplia experiència i xarxa. A mesura que el ritme al qual canvien el comportament dels clients i les tecnologies s'accelera, busquem constantment vies que ens permetin evolucionar el nostre negoci i continuar oferint un gran servei als nostres clients".

Consumer.es



Uber Eats presenta el seu servei de recollida en local

La plataforma de comandes de menjar Uber Eats, operada a Espanya a través d'Uber Systems Spain, va llançar el 8 de novembre el nou servei 'Recollida' amb el qual els usuaris poden acudir pel seu menjar al restaurant triat, estalviant-se els costos de transport. Així ho ha anunciat Marta Anadón Rosinach, nova directora d'Uber Eats Espanya des d'el mes d'agost passat. Aquesta opció estarà inicialment disponible a Albacete, Almeria, Cadis, Castelló de la Plana, Girona, Huelva, Jerez, Lleida, Logronyo, Lugo, Orense, Palència, Segòvia, Toledo, Jaén i El Puerto de Santa María, si bé s'estendrà pròximament a la resta de ciutats en les quals està present la plataforma. El servei s'afegeix a les recents actualitzacions realitzades en l'aplicació, com la informació sobre al·lèrgens o la iniciativa de

reducció de plàstics d'un sol ús. D'igual manera, Uber Eats va obrir el passat estiu la seva plataforma a restaurants amb servei propi de repartiment. La companyia preveia arribar a mig centenar de localitats espanyoles i 8.000 restaurants al llarg de 2019, després d'iniciar activitats al nostre país en 2017 i haver conclòs l'any passat amb presència en 19 ciutats. A escala global, col·labora actualment amb més de 220.000 restaurants de més de 500 ciutats, en 36 països dels sis continents. La posada en marxa del nou servei de recollida d'Uber Eats a Espanya es realitza a penes uns dies després que la seva competidora Deliveroo anunciés una iniciativa similar.

Alimarket.es



notícies breus

Damm presenta per sisè any consecutiu la seva cervesa de Nadal

Elaborat 100% amb ingredients naturals, la Cervesa de Nadal de Damm es presenta en forma d'edició limitada, en una ampolla que evoca el record d'aquelles primeres cerveses que els mestres cervesers de Damm elaboraven especialment per a regalar als seus col·laboradors i amics en els anys 50 per Nadal. Damm.es

Rècord d'empreses en alimentació i begudes

La indústria d'alimentació i begudes va créixer en 2.324 empreses, passant de 29.000 a 31.324, un 8 per cent més que l'any anterior, segons dades aportades per la Fiab (Federació Espanyola d'Aliments i Begudes).

Eleconomista.es

Central Hisúmer presenta tres noves ginebres molt afruitades

Central Hisúmer presenta les últimes creacions de Penderyn Distillery, diverses ginebres de sabors, opció que ha augmentat la seva presència considerablement durant els últims anys. Revistaaral.com



Què té aquest vi espanyol per a ser el millor del món?

Tío Pepe Cuatro Palmas, de palomino fino, envellit per González Byass durant 53 anys, és reconegut com una joia enològica.

Va rebre un dels màxims guardons que es pot aconseguir en el sector vinícola. El International Wine Challenge, celebrat a Londres i considerada la gran cita del vi internacional, va premiar Tío Pepe Cuatro Palmas amb el Champions of Champions Trophy, un reconeixement que el va situar com el millor vi del món de l'any. El concurs reuneix les millors referències de tot el planeta, que competeixen per a emportar-se tan preuat títol, que en la 36a edició va reconèixer, per primera vegada en tota la seva història, la qualitat i singularitat enològica d'un vi de Jerez.

El secret Tío Pepe Cuatro Palmas, es troba en una sèrie de trets únics i irrepetibles, que defineixen la personalitat d'aquest vi molt vell i que mostren la capacitat del raïm palomino fino per a envellir amb elegància i noblesa. Procedeix de només una de les sis botes que romanen, des de fa 53 anys, en La Constança Solera Museu de González Byass esperant el seu moment per a enlluernar al món. Ha esperat durant més de mig segle fins que Antonio Flores, enòleg de González Byass, juntament amb la màster of wine Natasha Hughes, han recorregut el celler a la seva cerca. És la bota on el temps i el celler han anat perfilant un vi amb el qual es recupera un llegat històric.

El resultat és un vi de cria biològica de Jerez, net i brillant, que posseeix un color

caoba intens amb reflexos ambarins. En nas és complex, profund i desperta aromes a moble antic, cedre, laques i vernissos. En boca és contundent, molt sec, directe i salvatge, que acaba en un final imponent reflex del perfecte equilibri entre acidesa i vellesa. "Combina el que ha de tenir un gran vi, la vinya i el celler, i d'aquí procedeixen les seves sorprenents qualitats, una salinitat que li proporciona l'albariza (un tipus de sòl que cobreix el camp del Marc de Jerez) i les notes de fruita seca pròpies del palomino fino", explica l'enòleg.

El vi ha estat durant tots aquests anys en una bota de roure americà, la qual cosa ha li ha permès concentrar totes les seves virtuts. "Moltes vegades es pensa que el vell és bo, però no sempre és així. Per a ser triat el millor del món ha de ser el millor vi de Jerez fortificat", afegeix Flores, que detalla que d'aquest vi sol s'ha posat a la venda mitja bota, o cosa que és el mateix, 250 litres, un total de 500 ampolles.

Aquest premi reconeix alguna cosa més que un únic vi, ja que Jerez tradicionalment ha tingut més reconeixement fora d'Espanya que dins, encara que tot això està canviant, a causa del suport de l'alta restauració i dels sommeliers, que destaquen les bonances d'una cosa única en el món. De fet, afegeix l'enòleg, amb aquest premi Espanya se situa en el centre mundial del panorama vitivinícola actual i, a més i suposa un pas més en la #Sherryrevolution, un moviment global i imparabile, impulsat per González Byass, i que té per objectiu donar a conèixer a tot el món la

singularitat d'aquests vins, així com la cultura i essència d'una de les grans regions vitivinícoles del planeta, com és Jerez.

TIO PEPE



Al llarg de les últimes dècades, González Byass ha anat incorporant cellers d'altres zones d'Espanya. Entre elles es troben Cellers Beronia, a Rioja, Viñas del Vero, a la denominació d'origen Somontano, Caves Vilarnau, Finca Constància, a Castella, Finca Moncloa, a Cadis, Beronia Verdejo, a Rueda, Pazos de Lusco, a Ries Baixas, i Fournier, a la Ribera del Duero. Al 2016, va adquirir el celler familiar xilè Vinyes Vera-monte, i al 2017 va comprar la marca Pedro Domecq (brandis i vins), la principal activitat dels quals està a Mèxic.

Agroinformación.com

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.

