

# Nº90

## MAYO 2024

Boletín de noticias, sugerencias  
y consejos editado en exclusiva para los clientes  
y amigos **GRUP VIVÓ**

Síguenos en Facebook y Instagram



www.facebook.com/grupvivo



@grupvivo

# burbujas

Vivó

## El consumo total de café en los '5 grandes' países europeos crece un 8%

El mercado mundial representa 36.000 millones de tazas



**C**ircana (asesora de Empresas) revela un aumento significativo en el consumo de café mundial, lo que indica una oportunidad prometedora para las marcas de café en Europa y en todo el mundo. De acuerdo con un análisis basado en los datos del panel Crest Commercial Foodservice de Circana, el consumo total de café en los '5 grandes' países europeos (Reino Unido, España, Francia, Italia y Alemania) ha experimentado un crecimiento interanual del +8%, superando así el +5 % registrado a nivel mundial (en los 12 países a los que da seguimiento).

China, país que tradicionalmente prefiere el té, ha emergido como líder mundial y ha experimentado la mayor tasa de crecimiento en el consumo de café (+15%) seguida de Francia (+11%) y, luego, Canadá (+10%). En los cuatro restantes grandes mercados europeos, Reino Unido se situó como el cuarto país con mejor tendencia, con un crecimiento interanual de un +10%, Italia el sexto con un +8%, España el séptimo con un +7% y Alemania el octavo con un +4%.

Eduarne Uranga, vicepresidenta de Foodservice

Europe, ha afirmado: "La industria del café se ha reinventado con éxito, pasando de ser uno de los sectores más afectados durante la pandemia de la COVID-19 a convertirse en uno de los de más rápido crecimiento del sector de la restauración. El café frío y las especialidades de café emergen como una tendencia destacada y han tenido un crecimiento considerable en todos los países a los que damos seguimiento. Sin embargo, el panorama competitivo, que abarca tanto los establecimientos de cadenas como los independientes, muestra características únicas en cada país. Comprender tanto las tendencias mundiales predominantes como la complejidad del mercado local es fundamental para el éxito en esta categoría".

El café superó tanto al té (+4%) como a los refrescos con gas (+3%) en términos de crecimiento interanual de consumiciones, lo que reafirma su posición como una de las categorías de bebidas de más rápido crecimiento a nivel mundial.

Circana.com

## editorial

En un mundo donde el cambio climático y la sequía son cada vez más evidentes, los fabricantes de bebidas y alimentos enfrentan desafíos significativos. Para adaptarse, es esencial que estas industrias adopten prácticas sostenibles en toda su cadena de suministro. Esto incluye la reducción del uso de recursos hídricos, la implementación de tecnologías de conservación de agua en la producción y el empaque, y la búsqueda de ingredientes cultivados de manera sostenible. La adopción de energías renovables y la optimización de la eficiencia energética son pasos cruciales. La educación del consumidor sobre la importancia de elegir productos sostenibles también desempeña un papel crucial. Al colaborar con agricultores locales y adoptar prácticas agrícolas más resistentes al cambio climático, los fabricantes pueden mitigar los impactos negativos de la sequía y contribuir a un futuro más sostenible. *GrupVIVÓ*

## sumario

- 1 La industria de alimentación y bebidas frena su crecimiento, pero mantiene su capacidad empleadora
- 2 La D.O. Cava pone en marcha una Provisión de Garantía Cualitativa
- 3 La facturación del almacenamiento en frío alcanza los 112,9 millones de euros en 2023
- 4 Los fines de semana y el verano, los momentos de mayor consumo de pipas de girasol
- 5 El 64% de los consumidores exigen el cumplimiento del bienestar animal a las empresas
- 6 Juver Disfruta renueva su imagen con los superhéroes de Marvel como protagonistas
- 7 La Generación Z española se aleja del alcohol





## La industria de alimentación y bebidas frena su crecimiento, pero mantiene su capacidad empleadora

Las presiones inflacionistas a las que se ha visto sometida la actividad de la industria de alimentación y bebidas en los últimos ejercicios y su efecto en el consumo han intensificado la desaceleración del sector en 2023. Los alimentos y bebidas se siguen consolidando como un sector fuerte y estratégico para la economía española, pero acusan el impacto de una situación macroeconómica global inestable.

Así se desprende del Informe Económico elaborado por la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (Fiab), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Mapa), y que recoge las principales magnitudes del sector durante 2023.

Este retroceso es el resultado de la influencia

inflacionaria en los costes de la industria, combinado con una debilidad en las exportaciones y la demanda interna, que se ha agudizado por los episodios de sequía prolongada en España. Esto llevó a que el valor real de la actividad fuera incluso inferior al de 2021, año en el que se iba perfilando un continuo proceso de ralentización del índice de producción industrial y que se ha visto confirmado durante 2023. Fiab ha querido señalar la importancia de que las empresas cuenten con marco regulatorio y fiscal estable, para incentivar su capacidad inversora. Esto repercutirá en un avance más rápido de sus políticas tanto de innovación, como de sostenibilidad, para afrontar un futuro para los alimentos y bebidas con mayores garantías.

Fiab.es

## La D.O. Cava pone en marcha una Provisión de Garantía Cualitativa



La situación de cambio climático actual y los retos que plantea, así como la excepcional situación de bajada de productividad de los viñedos en las dos últimas cosechas debido a una persistente sequía que afecta a la globalidad de la Denominación de Origen Protegida Cava, han llevado a la aprobación de una serie de medidas destinadas a paliar la caída de la producción de uva y de botellas. Para ello, la D.O. Cava ha puesto en marcha una Provisión de Garantía Cualitativa que hace frente a los escenarios que puedan derivarse de la sequía y garantizar la sostenibilidad de la Denominación y de todos sus operadores, desde los viticultores, hasta los elaboradores, ofreciendo sostenibilidad de un sector económico de más de 2.000 millones de euros.

La Provisión de Garantía Cualitativa consiste en tres medidas, sólo válidas para la vendimia de 2024. Se permitirá destinar al fondo climático el rendimiento entre 12 y 15 mil Kg/Ha. Se permitirá destinar a la provisión de garantía cualitativa, un rendimiento de extracción superior al 67%, hasta el 74%, el cual no podrá ser destinado a D.O. Cava sin la autorización y control previo de trazabilidad y calidad. Por último, se permitirá utilizar uvas de viñedos que se encuentran en parcelas situadas dentro del territorio de la D.O. Cava, no inscritas en el registro de explotaciones vitícolas del Consejo Regulador, con un máximo de hasta un 15% en la producción de cada bodega elaboradora de vino base.

Agroalimentación.com

## La facturación del almacenamiento en frío alcanza los 112,9 millones de euros en 2023

El mercado de los alimentos congelados se encuentra en un momento de expansión y evolución notable. Los consumidores valoran su carácter saludable, su disposición y su precio, especialmente en marcas de distribuidor. El consumo de platos preparados en España aumentó el 2,9% en 2023, alcanzando 742.377 toneladas y 16,30 kg por persona al año, con la pizza liderando la preferencia nacional. En la gama de congelados los platos basados en patata lideran el consumo. Las empresas del sector mejoran las cifras de explotación.

En 2023, la industria cárnica española mantuvo su liderazgo con una facturación superior a los 33.000 millones de euros, creciendo un 7,04% y contribuyendo con el 2,72% al PIB español. La carne de pollo ocupa el primer lugar en consumo, seguida de la de cerdo. China vuelve a permitir la importación de vacuno español.

La producción de vegetales congelados disminuyó un 1% en 2023, consolidando pese a todo a España como líder mundial en exportación de estos productos, con un notable crecimiento en diversas categorías y un aumento significativo en la facturación y la inversión de empresas clave.

En 2023, el sector lácteo español experimentó un notable crecimiento del 7,8%, con incrementos en todos los segmentos del mercado. El comercio exterior fue dinámico, destacando el aumento del 20% en las exportaciones. Sin embargo, el sector enfrenta desafíos por cambios en los patrones de consumo y la preferencia por la marca blanca.

Revistaaral.com



# Los fines de semana y el verano, los momentos de mayor consumo de pipas de girasol

Las pipas de girasol se siguen alzando como uno de los snacks favoritos de los españoles, pues más de la mitad de la población española (56%) declara haberlas consumido en el último año. El estudio “El consumo de pipas de girasol en España”, realizado por Metroscopia para Pipas USA por tercer año consecutivo, desvela esta y otras conclusiones sobre los hábitos de los españoles a la hora de consumir pipas de girasol.

Aunque existe una tendencia generalizada de un consumo semanal de pipas de girasol, los fines de semana son el momento favorito de los españoles (26%) para disfrutar de este snack, especialmente de los más jóvenes (16 y 19 años) y de los adultos con edades comprendidas entre los 30 y 39 años.

La mayoría de los encuestados (41%) considera que cualquier época del año es buena para



consumir pipas de girasol, especialmente los ciudadanos del noroeste y de Canarias. Sin embargo, la estación que destaca por su preferencia de consumo con diferencia respecto a las demás, es el verano (33%), frente al invierno (9%), la primavera (9%) o el otoño (5%). Los que más las consumen en esta época son los más jóvenes con 16 y 19 años (55%).

[Metroscopia.org](http://Metroscopia.org)

## noticias breves

### Aire de Protos, un nuevo vino de la D.O Cigales

Procedente de viñedos con edades entre 10 y 100 años Protos lanza Aire de Protos 2023, vino rosado elaborado en la bodega propia de elaboración que Protos posee en Cubillas de Santa Marta.

[Agroalimentacion.com](http://Agroalimentacion.com)

### Freixenet lanza Elyssia Brut Nature completando su gama de cavas premium

Freixenet lanza Elyssia Brut Nature, un cava premium que combina variedades autóctonas, macabeo y parellada, con variedades foráneas, chardonnay y pinot noir. Este producto complementa los dos cavas que ya componían esta gama, Elyssia Brut y Elyssia Pinot Noir, con el fin de consolidarla dentro del sector premium.

[Consumer.es](http://Consumer.es)

## El 64% de los consumidores exigen el cumplimiento del bienestar animal a las empresas

NSF, una organización global líder en salud pública, anunció sus hallazgos de investigación sobre las actitudes y expectativas de los consumidores españoles hacia el bienestar animal. De acuerdo con la investigación realizada entre una muestra representativa de 1.000 consumidores en España, el bienestar animal influye significativamente en la elección del consumidor.

“El bienestar animal ya no debería ser una preocupa-

ción marginal para las marcas; es una característica definitoria del consumo ético que está impactando cada vez más en las decisiones de compra”, señaló Elaine Vanier, veterinaria y líder del programa de bienestar animal de NSF. “El bienestar animal se trata de hacer lo correcto por el animal y se refiere a la calidad de vida experimentada por los animales en la cadena de suministro de alimentos. Esto incluye la salud física y psicológica, las condiciones de vida y cómo se manejan y tratan los animales. Impacta sustancialmente en la sostenibilidad, la seguridad alimentaria del producto y el uso responsable de antibióticos y medicamentos. Nuestra investigación reitera el peso que los consumidores dan a este asunto. Cada vez más, se nos llama a apoyar a las marcas comprometidas a poner estos valores en práctica a lo largo de toda su cadena de suministro de proteínas”.

[Consumer.es](http://Consumer.es)



## Juver Disfruta renueva su imagen con los superhéroes de Marvel como protagonistas

Juver llena los lineales con nuevas aventuras con el lanzamiento de la nueva imagen en los formatos de pack de la gama Juver Disfruta. En concreto, algunos de los superhéroes del universo Marvel son los protagonistas de los envases individuales de esta línea, ofreciendo así una visión renovada para los más jóvenes.

En este sentido, el nuevo packaging presenta seis diseños diferentes con Iron Man, Hulk, Capitana Marvel, Capitán América, Thor y Viuda Negra como protagonistas de todos los sabores de la gama Juver Disfruta (piña, melocotón, naranja-uva, frutas tropicales, pera-piña, manzana y 10+10) en los formatos minibrik packs de 3 y 6 unidades.

De este modo, y en línea con su ambición de dar siempre lo mejor, Joaquín Jiménez Mazuela, director Comercial y de Marketing de Juver

Alimentación, señala: “Ofrecer una propuesta de valor atractiva e interesante para nuestros clientes, en base al compromiso con la calidad de nuestros productos, es uno de nuestros objetivos estratégicos. La colaboración con Marvel es, sin duda, un claro ejemplo de nuestra constante búsqueda por brindar experiencias únicas y adaptarnos a las necesidades y preferencias de todas las edades”.

[Juver.com](http://Juver.com)



### Puerto de Indias presenta su versión de Fresa 0,0

La marca sevillana Puerto de Indias, que sacó al mercado la ginebra de fresas naturales, lanza una nueva versión de Puerto de Indias 0,0. La bebida saborizada pero sin alcohol está elaborada sin azúcares, con estevia, sin gluten, vegana y solo 9,2 kcal por copa.

[Ginpuertodeindias.com](http://Ginpuertodeindias.com)

# La Generación Z española se aleja del alcohol

**E**l año 2023 ha demostrado ser un período desafiante pero revelador para el mercado de bebidas frías en España, donde el contexto económico inflacionario ha modificado de manera significativa las tendencias de consumo. Según un estudio reciente de Kantar Worldpanel, el sector de bebidas ha registrado un crecimiento del 2,1% en valor, aunque no sin enfrentar la contención en los volúmenes consumidos, tanto dentro como fuera del hogar. Sin embargo si la comparativa se establece con respecto al año 2019, previo a la pandemia, el descenso acumulado supondría un 6,8%.

El mercado de bebidas el pasado año en España alcanzaba los 14.491 millones de euros procedentes del consumo en el total dentro y fuera del hogar, excluyendo el gasto aportado por el turismo. Los datos de Kantar Worldpanel incluyen espirituosos, vinos, cervezas, refrescos, aguas, zumos y otras bebidas como kombuchas. Por sectores, el

mundo de bebidas con alcohol es el único que no crece en valor a pesar de la inflación, con un ligero descenso del -0,2% en 2023. Por su parte, los refrescos, aguas y zumos, respectivamente, crecieron un +5%, +4,4% y +2,2%; mientras el resto de bebidas incrementaban su valor el 8,9% el pasado año.

Dentro de este panorama, los mayores de 50 años emergen como un grupo demográfico crucial, siendo responsables de la mitad de las ocasiones de consumo de bebidas frías. Este segmento no solo ha incrementado su gasto en un notable 9,3% dentro del hogar -con preferencia por la cerveza y el vino, aunque también se observa un aumento en el consumo de refrescos con y sin gas- sino que también ha aumentado su gasto fuera de casa en un 2,7%, con la cerveza representando el 45% de su gasto total, aunque esta ha perdido terreno ligeramente en favor de otras opciones. De esta forma, los más adultos compensaron la caída del gasto de los jóvenes dentro de casa.

Destaca en la compra de bebidas el peso del canal hipermercado, con un 19,5% de cuota; aunque el canal principal sigue siendo el de los supermercados. Los súper, sin Mercadona, representan un 32,7% y los establecimientos de surtido corto, entre los que se incluye la cadena de Juan Roig, suponen el 35,7% de cuota. Y la compra por internet, mientras, es ligeramente mayor a la de otros productos de alimentación, con el 3,2% del mercado.

Otra derivada interesante es que si bien la cuota de valor de las marcas de la distribución se situó en el 23,5% (frente al 22,2% de 2022), el mercado sigue estando dominado por marcas de fabricantes. Con respecto a la evolución del mercado, 2024 comienza en positivo, pero creciendo a menor ritmo que lo hacía en 2023.

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



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.