

Nº90

MAIG 2024

Butlletí de notícies, suggerències
i consells editat en exclusiva per als clients
i amics **GRUP VIVÓ**

Segueix-nos a Facebook i Instagram



www.facebook.com/grupvivo



[@grupvivo](https://www.instagram.com/grupvivo)

burbuja

VIVÓ

El consum total de cafè en els '5 grans' països europeus creix un 8%



Circana (assessora d'Empreses) revela un augment significatiu en el consum de cafè mundial, la qual cosa indica una oportunitat prometedora per a les marques de cafè a Europa i a tot el món. D'acord amb una anàlisi basada en les dades del panell Crest Commercial Foodservice de Circana, el consum total de cafè en els '5 grans' països europeus (el Regne Unit, Espanya, França, Itàlia i Alemanya) ha experimentat un creixement interanual del +8%, superant així el +5% registrat a nivell mundial (en els 12 països als quals dona seguiment).

La Xina, país que tradicionalment prefereix el te, ha emergit com a líder mundial i ha experimentat la major taxa de creixement en el consum de cafè (+15%) seguida de França (+11%) i, després, el Canadà (+10%). En els quatre restants grans mercats europeus, el Regne Unit es va situar com el quart país amb millor tendència, amb un creixement interanual d'un +10%, Itàlia el sisè amb un +8%, Espanya el setè amb un +7% i Alemanya el vuitè amb un +4%.

Eduarne Uranga, vicepresidenta de Foodservice Europe, ha afirmat: "La indústria del cafè s'ha reinventat amb èxit, passant de ser un dels sectors més afectats durant la pandèmia de la COVID-19 a convertir-se en un dels de més ràpid creixement del sector de la restauració. El cafè fred i les especialitats de cafè emergeixen com una tendència destacada i han tingut un creixement considerable en tots els països als quals donem seguiment. No obstant això, el panorama competitiu, que abasta tant els establiments de cadenes com els independents, mostra característiques úniques en cada país. Comprendre tant les tendències mundials predominants com la complexitat del mercat local és fonamental per a l'èxit en aquesta categoria".

El cafè va superar tant al te (+4%) com als refrescos amb gas (+3%) en termes de creixement interanual de consumicions, la qual cosa reafirma la seva posició com una de les categories de begudes de més ràpid creixement a nivell mundial.

[Elespañol.com](https://www.lespañol.com)

editorial

En un món on el canvi climàtic i la sequera són cada vegada més evidents, els fabricants de begudes i aliments enfronten desafiaments significatius. Per a adaptar-se, és essencial que aquestes indústries adoptin pràctiques sostenibles en tota la seva cadena de subministrament. Això inclou la reducció de l'ús de recursos hídrics, la implementació de tecnologies de conservació d'aigua en la producció i l'empaquetatge, i la cerca d'ingredients conreats de manera sostenible. L'adopció d'energies renovables i l'optimització de l'eficiència energètica són passos crucials. L'educació del consumidor sobre la importància de triar productes sostenibles també exerceix un paper crucial. En col·laborar amb agricultors locals i adoptar pràctiques agrícoles més resistents al canvi climàtic, els fabricants poden mitigar els impactes negatius de la sequera i contribuir a un futur més sostenible. *GrupVIVÓ*

sumari

- 1 La indústria d'alimentació i begudes frena el seu creixement, però manté la seva capacitat ocupadora
- 2 La D.O. Cava posa en marxa una Provisió de Garantia Qualitativa
- 3 La facturació de l'emmagatzematge en fred aconsegueix els 112,9 milions d'euros en 2023
- 4 Els caps de setmana i l'estiu, els moments de major consum de pipes de gira-sol
- 5 El 64% dels consumidors exigeixen el compliment del benestar animal a les empreses
- 6 Juver Disfruta renova la seva imatge amb els superherois de Marvel com a protagonistes
- 7 La Generació Z espanyola s'allunya de l'alcohol



La indústria d'alimentació i begudes frena el seu creixement, però manté la seva capacitat ocupadora

Les pressions inflacionistes a les quals s'ha vist sotmesa l'activitat de la indústria d'alimentació i begudes en els últims exercicis i el seu efecte en el consum han intensificat la desacceleració del sector en 2023. Els aliments i begudes es continuen consolidant com un sector fort i estratègic per a l'economia espanyola, però acusen l'impacte d'una situació macroeconòmica global inestable. Així es desprèn de l'Informe Econòmic elaborat per la Federació Espanyola d'Indústries d'Alimentació i Begudes (Fiab), amb el suport del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (Mapa), i que recull les principals magnituds del sector durant 2023. Aquest retrocés és el resultat de la influència inflacionària en els costos de la indústria,

combinat amb una feblesa en les exportacions i la demanda interna, que s'ha aguditzat pels episodis de sequera prolongada a Espanya. Això va portar al fet que el valor real de l'activitat fos fins i tot inferior al de 2021, any en què s'anava perfilant un continu procés d'alentiment de l'índex de producció industrial i que s'ha vist confirmat durant 2023. Fiab ha volgut assenyalar la importància que les empreses comptin amb marc regulador i fiscal estable, per a incentivar la seva capacitat inversora. Això repercutirà en un avanç més ràpid de les seves polítiques tant d'innovació, com de sostenibilitat, per a afrontar un futur per als aliments i begudes amb majors garanties.

Fiab.es

La D.O. Cava posa en marxa una Provisió de Garantia Qualitativa



La situació de canvi climàtic actual i els reptes que planteja, així com l'excepcional situació de baixada de productivitat de les vinyes en les dues últimes collites a causa d'una persistent sequera que afecta la globalitat de la Denominació d'Origen Protegida Cava, han portat a l'aprovació d'una sèrie de mesures destinades a pal·liar la caiguda de la producció de raïm i d'ampolles. Per a això, la D.O. Cava ha posat en marxa una Provisió de Garantia Qualitativa que fa front als escenaris que puguin derivar-se de la sequera i garantir la sostenibilitat de la Denominació i de tots els seus operadors, des dels viticultors, fins als elaboradors, oferint sostenibilitat d'un sector econòmic de més de 2.000 milions d'euros.

La Provisió de Garantia Qualitativa consisteix en tres mesures, només vàlides per a la verema de 2024. Es permetrà destinar al fons climàtic el rendiment entre 12 i 15 mil Kg/Ha. Es permetrà destinar a la provisió de garantia qualitativa, un rendiment d'extracció superior al 67%, fins al 74%, el qual no podrà ser destinat a D.O. Cava sense l'autorització i control previ de traçabilitat i qualitat. Finalment, es permetrà utilitzar raïm de vinyes que es troben en parcel·les situades dins del territori de la D.O. Cava, no inscrites en el registre d'explotacions vitícoles del Consell Regulador, amb un màxim de fins a un 15% en la producció de cada celler elaborador de vi base.

Agroalimentación.com

La facturació de l'emmagatzematge en fred aconseguix els 112,9 milions d'euros en 2023

El mercat dels aliments congelats es troba en un moment d'expansió i evolució notable. Els consumidors valoren el seu caràcter saludable, la seva disposició i el seu preu, especialment en marques de distribuïdor. El consum de plats preparats a Espanya va augmentar el 2,9% en 2023, aconseguint 742.377 tones i 16,30 kg per persona a l'any, amb la pizza liderant la preferència nacional. En la gamma de congelats els plats basats en patata lideren el consum. Les empreses del sector milloren les xifres d'explotació.

En 2023, la indústria càrnia espanyola va mantenir el seu lideratge amb una facturació superior als 33.000 milions d'euros, creixent un 7,04% i contribuint amb el 2,72% al PIB espanyol. La carn de pollastre ocupa el primer lloc en consum, seguida de la de porc. La Xina torna a permetre la importació de boví espanyol.

La producció de vegetals congelats va disminuir un 1% en 2023, consolidant malgrat tot a Espanya com a líder mundial en exportació d'aquests productes, amb un notable creixement en diverses categories i un augment significatiu en la facturació i la inversió d'empreses clau.

En 2023, el sector lacti espanyol va experimentar un notable creixement del 7,8%, amb increments en tots els segments del mercat. El comerç exterior va ser dinàmic, destacant l'augment del 20% en les exportacions. No obstant això, el sector enfronta desafiaments per canvis en els patrons de consum i la preferència per la marca blanca.

Revistaaraal.com



Els caps de setmana i l'estiu, els moments de major consum de pipes de gira-sol

Les pipes de gira-sol es continuen alçant com un dels snacks preferits dels espanyols, perquè més de la meitat de la població espanyola (56%) declara haver-les consumit en l'últim any. L'estudi "El consum de pipes de gira-sol a Espanya", realitzat per Metroscopia per a Pipes USA per tercer any consecutiu, revela aquesta i altres conclusions sobre els hàbits dels espanyols a l'hora de consumir pipes de gira-sol.

Encara que existeix una tendència generalitzada d'un consum setmanal de pipes de gira-sol, els caps de setmana són el moment favorit dels espanyols (26%) per a gaudir d'aquest snack, especialment dels més joves (16 i 19 anys) i dels adults amb edats compreses entre els 30 i 39 anys.

La majoria dels enquestats (41%) considera que qualsevol època de l'any és bona per a consumir pipes de gira-sol, especialment els ciutadans del



nord-oest i de Canàries. No obstant això, l'estació que destaca per la seva preferència de consum amb diferència respecte a les altres, és l'estiu (33%), enfront de l'hivern (9%), la primavera (9%) o la tardor (5%). Els que més les consumeixen en aquesta època són els més joves amb 16 i 19 anys (55%).

Metroscopia.org

El 64% dels consumidors exigeixen el compliment del benestar animal a les empreses

NSF, una organització global líder en salut pública, va anunciar les seves troballes de recerca sobre les actituds i expectatives dels consumidors espanyols cap al benestar animal. D'acord amb la recerca realitzada entre una mostra representativa de 1.000 consumidors a Espanya, el benestar animal influeix significativament en l'elecció del consumidor. "El benestar animal ja no hauria de ser una preocupació

marginal per a les marques; és una característica definitiva del consum ètic que està impactant cada vegada més en les decisions de compra", va assenyalar Elaine Vanier, veterinària i líder del programa de benestar animal d'NSF. "El benestar animal es tracta de fer el correcte per l'animal i es refereix a la qualitat de vida experimentada pels animals en la cadena de subministrament d'aliments. Això inclou la salut física i psicològica, les condicions de vida i com es manegen i tracten els animals. Impacta substancialment en la sostenibilitat, la seguretat alimentària del producte i l'ús responsable d'antibiòtics i medicaments. La nostra recerca reitera el pes que els consumidors donen a aquest assumpte. Cada vegada més, se'ns crida a fer costat a les marques compromeses a posar aquests valors en pràctica al llarg de tota la seva cadena de subministrament de proteïnes".

Consumer.es



Juver Disfruta renova la seva imatge amb els superherois de Marvel com a protagonistes

Juver omple els lineals amb noves aventures amb el llançament de la nova imatge en els formats de pack de la gamma Juver Disfruta. En concret, alguns dels superherois de l'univers Marvel són els protagonistes dels envasos individuals d'aquesta línia, oferint així una visió renovada per als més joves.

En aquest sentit, el nou embalatge presenta sis dissenys diferents amb Iron Man, Hulk, Capitana Marvel, Capità Amèrica, Thor i Vídua Negra com a protagonistes de tots els sabors de la gamma Juver Disfruta (pinya, préssec, taronja-raïm, fruites tropicals, pera-pinya, poma i 10+10) en els formats minibrik packs de 3 i 6 unitats.

D'aquesta manera, i en línia amb la seva ambició de donar sempre el millor, Joaquín Jiménez Mazuela, director Comercial i de Màrqueting de

Juver Alimentació, assenyala: "Ofereix una proposta de valor atractiva i interessant per als nostres clients, sobre la base del compromís amb la qualitat dels nostres productes, és un dels nostres objectius estratègics. La col·laboració amb Marvel és, sens dubte, un clar exemple de la nostra constant cerca per brindar experiències úniques i adaptar-nos a les necessitats i preferències de totes les edats".

Juver.com



notícies breus

Aire de Protos, un nou vi de la D.O Cigales

Procedent de vinyes amb edats entre 10 i 100 anys Protos llança Aire de Protos 2023, vi rosat elaborat en el celler propi d'elaboració que Protos posseeix a Cubillas de Santa Marta.

Agroalimentacion.com

Freixenet llança Elyssia Brut Nature completant la seva gamma de caves premium

Freixenet llança Elyssia Brut Nature, un cava premium que combina varietats autòctones, macabeu i parellada, amb varietats foranes, chardonnay i pinot noir. Aquest producte complementa els dos caves que ja componien aquesta gamma, Elyssia Brut i Elyssia Pinot Noir, amb la finalitat de consolidar-la dins del sector premium.

Consumer.es

Puerto d'Índies presenta la seva versió de Maduixa 0,0

La marca sevillana Puerto d'Índies, que va treure al mercat la ginebra de maduixes naturals, llança una nova versió de Puerto d'Índies 0,0. La beguda saboritzada però sense alcohol està elaborada sense sucres, amb estèvia, sense gluten, vegana i només 9,2 kcal per copa.

Ginpuertodeindias.com

La Generació Z espanyola s'allunya de l'alcohol

L'any 2023 ha demostrat ser un període desafiador però revelador per al mercat de begudes fredes a Espanya, on el context econòmic inflacionari ha modelat de manera significativa les tendències de consum. Segons un estudi recent de Kantar Worldpanel, el sector de begudes ha registrat un creixement del 2,1% en valor, encara que no sense enfrontar la contenció en els volums consumits, tant dins com fora de la llar. No obstant això si la comparativa s'estableix respecte a l'any 2019, previ a la pandèmia, el descens acumulat suposaria un 6,8%.

El mercat de begudes l'any passat a Espanya aconseguia els 14.491 milions d'euros procedents del consum en el total dins i fora de la llar, exclouent la despesa aportada pel turisme. Les dades de Kantar Worldpanel inclouen espirituosos, vins, cerveses, refrescos, aigües, suc i altres begudes com kombuchas. Per sectors, el món de begudes amb alcohol és l'únic que no creix en valor

malgrat la inflació, amb un lleuger descens del -0,2% en 2023. Per part seva, els refrescos, aigües i suc, respectivament, van créixer un +5%, +4,4% i +2,2%; mentre la resta de begudes incrementaven el seu valor el 8,9% l'any passat.

Dins d'aquest panorama, els majors de 50 anys emergeixen com un grup demogràfic crucial, sent responsables de la meitat de les ocasions de consum de begudes fredes. Aquest segment no sols ha incrementat la seva despesa en un notable 9,3% dins de la llar -amb preferència per la cervesa i el vi, encara que també s'observa un augment en el consum de refrescos amb i sense gas- sinó que també ha augmentat la seva despesa fora de casa en un 2,7%, amb la cervesa representant el 45% de la seva despesa total, encara que aquesta ha perdut terreny lleugerament en favor d'altres opcions. D'aquesta manera, els més adults van compensar la caiguda de la despesa dels joves dins de casa.



Destaca en la compra de begudes el pes del canal hipermercat, amb un 19,5% de quota; encara que el canal principal continua sent el dels supermercats. Els súper, sense Mercadona, representen un 32,7% i els establiments d'assortiment curt, entre els quals s'inclou la cadena de Juan Roig, suposen el 35,7% de quota. I la compra per internet, mentrestant, és lleugerament major a la d'altres productes d'alimentació, amb el 3,2% del mercat.

Una altra derivada interessant és que si bé la quota de valor de les marques de la distribució es va situar en el 23,5% (enfrent del 22,2% de 2022), el mercat continua estant dominat per marques de fabricants. Respecte a l'evolució del mercat, 2024 comença en positiu, però creixent a menor ritme que ho feia en 2023.

Revistaaraal.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



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.