

Nº91

SETEMBRE 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

burbuja

VIVÓ

La cervesa és la beguda preferida per a més del **75%** dels espanyols



Durant els mesos d'estiu i bon temps, el sortir de bars i terrasses per a gaudir d'una bona cervesa es converteix en una de les activitats preferides al nostre país. Així, segons les dades de l'estudi, més del 75% dels espanyols consumeix cervesa, convertint-se en la seva beguda preferida enfront d'altres opcions com el vi negre (53%), vi blanc (46%) i destil·lats com a Vodka o Whisky (51%).

Els homes són els que més tendeixen a consumir cervesa (82%), enfront del 71% de dones. Quant a generacions, la Generació X, compresos entre els 43 i 58 anys, són els que més beuen cervesa habitualment (82%).

Els espanyols consumeixen més cervesa nacional que internacional, així ho afirma el gairebé 90% d'enquestats, enfront de l'11% que consumeix més cervesa internacional. D'aquesta manera, la cervesa espanyola és la que més agrada consumir als espanyols, al costat de l'alemanya (41%).

Quant a la freqüència de consum de cervesa, destacar que el 51% d'enquestats sol consumir cervesa diverses vegades per setmana, el 15% ho

fa diàriament, i el 2% rarament. Els homes són més daus a beure aquest tipus de beguda de manera diària (19%), enfront del 9% de dones. Així, destaca que el 13% dels homes enquestats sol comprar cervesa diàriament per a tenir-la a casa, enfront de la meitat de dones (6%).

Els espanyols troben en la sostenibilitat un aspecte molt rellevant a tenir en compte durant la producció de les cerveseries. Així, el 72% dels espanyols considera important que s'apliquin pràctiques de producció sostenible, enfront del 7% que no li resulta un aspecte a tenir en compte.

Respecte a les pràctiques de sostenibilitat més valorades destaca el reciclatge de deixalles (52%), l'ús eficient de l'aigua (50%), comerç just (49%) i l'energia renovable (47%). En aquesta línia, el 60% d'enquestats a Espanya estaria disposat a pagar més per una cervesa produïda de manera sostenible, enfront del 17% que no ho faria.

Cerveceros.org

editorial

L'estiu porta amb si un increment enorme del turisme, especialment en les zones costaneres i destins populars. La majoria de distribuïdors de begudes i alimentació es preparen intensament per a aquest període, ajustant les seves operacions per a satisfer la demanda en aquestes àrees d'alta afluència. Però què passa en zones com la nostra sense molt de turisme i amb molts establiments que tanquen? És per a nosaltres el moment de buscar noves oportunitats en nous clients i poder estar més temps en els habituals, innovant i adaptant les nostres estratègies per a captar l'atenció i mantenir un flux constant de vendes durant tota la temporada. Aquesta dualitat en el seu enfocament ens permet maximitzar tots els esforços i enfortir la nostra presència en el mercat. GrupVIVÓ

sumari

- 1 El Cava augura una verema amb bones previsions de qualitat
- 2 Idilia Foods, el fabricant de Colacao, compra a Damm el 50% de Cacaolat
- 3 Els professionals lactis espanyols aposten per la sostenibilitat
- 4 Granini presenta dos nous sabors en el seu catàleg
- 5 Juver llança un nou etiquetat
- 6 Coca-Cola Europacific Partners redueix un 25,7% les seves emissions en cinc anys
- 7 Més del 70% del consum de begudes refrescants a Espanya es realitza en moments diürns



El Cava augura una verema amb bones previsions de qualitat

Després de tres anys marcats per una intensa i persistent sequera, les vinyes del cor del Penedès adscrits a la D.O. Cava, la principal zona productora, s'han recuperat amb les pluges de la primavera. S'espera una collita "excel·lent" quant als paràmetres qualitius. L'aigua de pluja ha mitigat una sequera que havia posat al límit la capacitat de supervivència d'algunes de les vinyes. Això fa preveure als Serveis Tècnics del Consell Regulador una verema de molt bona qualitat. El procés de maduració està sent l'adequat.

L'inici de la verema s'espera que sigui una cosa posterior a les dates dels dos últims anys. Des dels Serveis Tècnics del Consell Regulador s'apunta que "la verema és llarga i encara queda camí per recórrer". No obstant això, es fa notar que hi ha "bones previsions de qualitat".

L'evolució meteorològica d'enguany, tant a nivell de temperatura com de precipitacions, fan que s'espera obtenir raïm amb bona acidesa i una composició fenòlica adequada per a l'elaboració de vi basi Cava amb potencial per a llargues criances. Aquesta collita ve marcada per un maig i juny frescos i amb precipitacions puntuals, i una primavera i estiu on les temperatures es mantenen, fins al moment, dins de la mitjana adequada. Aquestes característiques climàtiques han afavorit les diferents fases d'evolució de la vinya, des dels estats fenològics de floració fins al verol, que han gaudit de les condicions adequades que fan preveure una collita òptima quant a les característiques fisicoquímiques del raïm. A això se suma que la sanitat de les vinyes és bona.

idonial.com

Idilia Foods, el fabricant de Colacao, compra a Damm el 50% de Cacaolat



Idilia Foods, productor de marques com Colacao o Nocilla, ha comprat a la cervesera Damm el 50% de Cacaolat, la qual cosa permetrà crear el major grup de batuts d'Espanya. L'operació està valorada en uns 50 milions d'euros i està pendent d'aprovació per part de la Comissió Nacional dels Mercats i Competència (CNMC). Damm, que en 2021 va adquirir a Cobega el seu 50% de la signatura de batuts i va passar a tenir el 100%, retindrà l'altra meitat del capital.

A través d'aquesta operació, Cacaolat unirà a les seves marques -Cacaolat, Letona, i Laccao- la gestió, comercialització i distribució de les marques de batuts ColaCao Energy, ColaCao Shake i Okey. Amb això podrà continuar impulsant el desenvolupament de la categoria de batuts i la presència d'aquestes marques en el mercat nacional i internacional. L'acord manté l'elaboració dels productes de la marca Cacaolat en la seva planta situada en Santa Coloma de Gramanet, a Barcelona. Cacaolat continuarà operant de manera independent sota l'equip directiu liderat pel seu director general, Josep Barbena. L'objectiu que s'han marcat és accelerar encara més el creixement en el mercat dels batuts lactis a nivell nacional i internacional.

Elperiodico.com

Els professionals lactis espanyols aposten per la sostenibilitat

L'Organització Interprofessional Làctia (InLac) va presentar a Madrid el seu informe 'El que importa és la llet: Full de ruta per a un sector lacti, econòmic, social i mediambientalment sostenible'. Aquest document, coordinat pel professor Manuel Laínez Andrés, estableix les bases cap a un futur més sostenible per al sector lacti espanyol, destacant objectius globals de sostenibilitat ambiental, alineats amb l'estratègia europea 'De la granja a la taula' i recollint, al seu torn, compromisos d'avanç i un conjunt d'indicadors per a quantificar-los.

L'esdeveniment de presentació, celebrat en l'Espai Bertelsmann de Madrid, va reunir un bon nombre d'agents del sector lacti, des de proveïdors de matèries primeres per a l'alimentació animal a ramaders i ramaderes, membres de destacades cooperatives i de la indústria transformadora. Els representants de la cadena de valor han estat acompanyats en l'acte per autoritats, ecosistema associatiu, experts en sostenibilitat i mitjans de comunicació.

Un dels plats forts de la jornada va ser la presentació de l'espot 'Sostenibles sense saber-ho', una producció que forma part de la nova campanya llançada paral·lelament per la interprofessional, mitjançant la qual es vol posar en valor les iniciatives i esforços que ja s'estan duent a terme en el sector per a promoure la sostenibilitat.

Revistaaral.com



Granini presenta dos nous sabors en el seu catàleg

Granini amplia la seva gamma de llimonades amb el llançament de dues noves varietats: Llimonada amb Pera i Llimonada amb Síndria. "Elaborades amb la millor fruita, el seu deliciós sabor farà que degustis l'estiu en la seva màxima essència mentre mantens una dieta



sana i equilibrada. El seu contingut en fruita és el més alt del mercat i no contenen edulcorants", assenyalen des de la marca.

La nova llimonada Granini amb pera és la combinació adequada per als quals prefereixen sabors subtils i lleugers. Una beguda suau i refrescant que barreja la llimonada amb la dolçor de la pera. "El toc sucós i revitalitzant de la nova llimonada Granini amb síndria et portarà a un oasi de frescor. El seu sabor exòtic i estiuenc farà d'aquesta beguda l'acompanyament perfecte per a barbacoes a l'aire lliure amb els amics o qualsevol pool party. Una beguda per als més atrevits que busquen sabors diferents", assenyalen.

Granini.es

Juver llança un nou etiquetat



Sucs Juver anuncia el llançament del nou etiquetatge per a la seva Llimonada Tradicional que ressalta el compromís de Juver amb l'excel·lència i autenticitat, destacant que la seva llimonada s'elabora "només amb llimones de Múrcia".

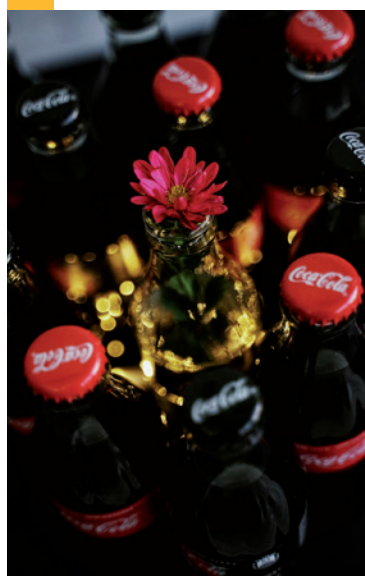
Aquest canvi reflecteix la dedicació de Juver a la comunitat de la Regió de Múrcia, utilitzant exclusivament llimones d'agricultors de la zona. La companyia col·labora amb aproximadament 150 agricultors de la regió, promovent així el desenvolupament econòmic i social.

En 2024, Juver planeja utilitzar més de 2.168 tones de llimones provinents exclusivament de la Regió de Múrcia, demostrant el seu compromís amb l'economia regional i la sostenibilitat ambiental. L'empresa s'enfoca a oferir productes de qualitat mentre fa costat a les comunitats de la zona. L'ús exclusiu de llimones de Múrcia en la seva llimonada garanteix frescor i autenticitat, a més de recolzar als agricultors de la regió i promoure el creixement econòmic i social.

Amb aquest nou etiquetatge, Sucs Juver reafirma el seu compromís amb els productes de Marca Espanya i la seva col·laboració amb els agricultors de la Regió de Múrcia. L'empresa continua un camí cap a un futur més sostenible i compromès amb les comunitats locals, oferint als consumidors productes naturals de la més alta qualitat.

Juver.com

Coca-Cola Europacific Partners redueix un 25,7% les seves emissions en cinc anys



Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) accelera su ritmo hacia la descarbonización de su negocio en España y está más cerca de alcanzar su primer objetivo en materia de clima: reducir en un 30% sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a lo largo de toda su cadena de valor en 2030 con respecto a las de 2019. Según el Informe de Sostenibilidad de Coca-Cola Europacific Partners en España presentado hoy, la compañía logró alcanzar una reducción del 25,7% de estas emisiones en los últimos cinco años. Es decir, redujo el volumen de sus emisiones de GEI en más de 240.000 toneladas en 2023 respecto a 2019 gracias a las acciones realizadas en los alcances 1, 2 y 3.

Aquellas que más se han reducido en los últimos cinco años han sido las de alcance 3, que, aunque representan el 90% de su huella de carbono, son las que provienen de sus proveedores y no dependen directamente de la compañía.

Con el fin de ser un agente de cambio y de liderazgo en la lucha contra el calentamiento global, CCEP continúa reimaginando la manera en que hace llegar sus bebidas a los consumidores para generar un impacto positivo en el medio ambiente.

Cocacola.com

notícies breus

Arriba a Espanya la nova ginebra Porcelain de Hisúmer

Hisúmer ha llançat Porcelain és una ginebra d'origen exòtic, a triar entre la seva opció clàssica al més pur estil Dry Gin o la seva opció Tangerine per als amants de la mandarina. Elaborades a la província xinesa de Liaoning (Xangai).

Revistaaral.com



Lactalis Espanya inverteix 30,32 milions d'euros en 2023

Lactalis Espanya supera, un any més, la seva inversió global en 2023. La companyia ha invertit 30,32 milions d'euros en les seves plantes espanyoles durant 2023, un 23,23% més que l'any anterior.

Lactalis.es

Osborne distribueix a Espanya 818 Tequila de Kendall Jenner

Osborne, continuant amb la seva aposta per la internacionalització i diversificació del seu catàleg, acaba de signar un acord per a distribuir a Espanya 818 Tequila.

Revistaaral.com

Més del 70% del consum de begudes refrescants a Espanya es realitza en moments diürns

L'Associació de Begudes Refrescants ha celebrat la seva Trobada Anual sota el lema de 'Oci Positiu', en el qual han participat la secretària d'Estat d'Agricultura i Alimentació, Begoña García Bernal; el comissionat especial per al Perte Agroalimentari, Jordi Carbonell i Sebarroja, i el vice conseller de Turisme, Cultura i Esport de la Comunitat de Madrid, Luis Martín Izquierdo; al costat dels principals representants del sector de les begudes refrescants i altres sectors com l'hostaleria. En la jornada s'ha exposat una radiografia del consum de begudes refrescants en la població espanyola: un consum social, associat a moments d'oci i gaudi en hostaleria i en el qual destaquen els moments diürns i el creixement de les varietats sense sucre.

El consum de begudes refrescants a Espanya presenta un patró diferent del d'altres països, estretament vinculat a la trobada social i al canal Horeca. En hostaleria es veu com l'evolució del consum de begudes refrescants manté una senda positiva des de 2022, any que se sol prendre de referència com a nova normalitat, amb un lleuger creixement pròxim al 2%, tal com reflecteixen les dades de Kantar WorldPanel Division.

S'observa una tendència general que beneficia a les begudes sense alcohol com són les begudes refrescants i, dins dels refrescos, destaca el creixement de les varietats sense sucre que destaquen com l'única beguda que creix per sobre dels nivells pre-pandèmia (al costat de l'aigua amb gas): un 2%.

Al mateix temps, es confirma en els últims anys un canvi en els horaris i ocasions de consum a favor dels moments diürns com són els menjars i aperitius. Aquests moments representen el 72% del consum de begudes refrescants que realitza la població espanyola.

El creixement de les varietats sense sucre i l'auge dels moments diürns semblen estar connectats, de fet, el 59% del creixement de les varietats sense sucre es relaciona amb el consum a vegades de dia. Encara que el consum de begudes refrescants es manté molt equilibrat entre la població adulta, especialment a partir dels 30 anys, s'observa un creixement en l'anomenada generació 'silver' (els majors de 60 anys).

El perfil de consumidor de begudes refrescants majoritari continua sent el de 35-49 anys (representa més del 30% del consum realitzat pels espanyols). No obstant això, el que més creix des de 2019 és el segment 60-75 anys (que passa del 19% al 29%). Aquest creixement del consum de begudes refrescants entre els majors de 60 no és casual, perquè es tracta d'una generació cada vegada més nombrosa i cada vegada més activa en el que a hàbits d'oci es refereix.

Les dades del panell de Kantar també assenyalen un canvi de tendència en l'últim any, fruit del context d'inflació generalitzada que afecta la butxaca dels espanyols. No obstant això, els moments associats al gaudi i l'oci són els que millor resisteixen. Un bon exemple és el consum de cap de setmana, clarament associat a moments de plaer, que augmenta gairebé un punt a vegades de consum realitzades pels residents a Espanya.

Refrescantes.es



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.