

Catalunya Fruïters

exemplar gratuït



| Èxit de la Trobada del Gremi de Fruïters |

| Barcelona, capital mundial de l'alimentació durant una setmana |

| Consolidació del sistema de pagament de la TPG |

| Creix el nombre de seguidors a Facebook del Gremi de Fruïters |



TransDoliu siempre a punto

Nuestros camiones frigoríficos siempre continúan trabajando para no romper la cadena del frío. Mimamos cada fruta y hortaliza porque somos conscientes de qué transportamos. **Por responsabilidad y eficiencia, TransDoliu siempre a punto.**

**Transporte diario
a Mercabarna
y Perpignan**



TransDoliu
por responsabilidad, por eficiencia

Trans-Doliu, s.l.: 43512 Benifallet (Tarragona)
Tel. +34 977 46 20 62 - Fax +34 977 46 22 93 - transdoliu@transdoliu.com



SUMARI

ANY XXIV. ÈPOCA II. NÚM. 119. GENE - MARÇ DE 2018

EDITORIAL

3 El Gremi és actiu, dinàmic i operatiu**GREMI****6** Consolidació del sistema de pagament de la TPG**12** Èxit de la Trobada 2017 del Gremi de Fruïters**14** Canvis de consum en la venda al detall**15** Evolució de les vendes majoristes**16** Visió tècnica**17** Les imatges de la Trobada**19** Creix el nombre de seguidors a Facebook del Gremi de Fruïters

L'App fruitsaldia

Servei de promoció del Gremi de Fruïters

MERCABARNA**4** Barcelona, capital mundial de l'alimentació durant una setmana**MAJORISTES****22** L'associació de majoristes s'activa a les xarxes socials**NOTES****10** Hnos Fernández López renova la seva imatge corporativa
UNIQ completa el segon any al mercat sense incidències de qualitat**20** Promoció d'hivern de kiwis Zespri® exclusiva per als fruïters

Trops promou el mango al Mercat Central de Mercabarna

APARADOR**24** Degustacions de l'alvocat Exòtica Premium**27** CALENDARI 2018**EDICIÓ**

Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona

Mercabarna. C/Major, 75

Pavelló G, 3a planta, 5è despatx

08040 Barcelona

Tel 93 335 53 37 - 93 335 50 50

Fax 93 263 03 80

gremifruïters@gremifruïters.com

Segueix-nos a  Catalunya Fruïters**DIRECCIÓ**

Àlex Torres

COORDINACIÓ, DISSENY I**MAQUETACIÓ, REDACCIÓ I PUBLICITAT**

Oscar Ortega. 610 211 323

hola@oscarortega.biz

www.oscarortega.biz

 **ÒSCAR ORTEGA**
publicista | periodista
CONSELL DE REDACCIÓ

Tino Mora, Àlex Torres i O. Ortega.

ADMINISTRACIÓ

Servi Gremi, sl

Tel 93 335 53 37

Fax 93 263 03 80

PREIMPRESSIÓ I IMPRESSIÓ

Punt Dinàmic, sl

REVISIÓ LINGÜÍSTICA

Glòria Trias

DIPÒSIT LEGAL

B-13.866-03

COL·LABORADORS

AGEM, IMMB, MERCABARNA.

EDITORIAL

**Tino Mora i Esteve**

President del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona

El Gremi és actiu, dinàmic i operatiu

En el marc de la Trobada 2017 del Gremi de Detallistes vam repassar algunes de les iniciatives que estem duent a terme.

Les promocions de producte als mercats municipals, principalment mercats de la ciutat de Barcelona, perquè pensem que els fruïters som els veritables prescriptors del producte que venem.

La Targeta Pagament Gremi (TPG) que va assolir la xifra de dos milions de facturació el passat exercici 2017. Una iniciativa no només pensada per al fruïter sinó també per al majorista qui s'assegura el cobrament al comptat. De fet, es podria afirmar que la TPG és també una targeta de fidelització del Gremi.

La recent presència a les xarxes socials, en concret Facebook amb l'etiqueta Catalunya Fruïters, que ens permet estar en contacte directe amb el consumidor i el comprador final, és a dir, amb el nostre client.

Formació, facturació, riscos laborals... el Gremi treballa en diferents àmbits relacionats directament amb el desenvolupament de la nostra activitat comercial.

Som un col·lectiu molt present a la vida social i econòmica dels barris. De fet som la cara i veu de les fruïtes i hortalisses, aliments vinculats directament a una dieta sana i saludable.

Cal remarcar que el Gremi de Fruïters és un gremi actiu, dinàmic i operatiu que treballa iniciatives en benefici de tots els fruïters. Per això, cal animar als fruïters a fer pinya al voltant del Gremi i així tots plegats poder fer força per millorar la nostra feina i professió –moltes vegades vocacional– perquè tots hi sumem i així aconseguirem tenir més força com a col·lectiu •

L'opinió de la revista només s'expressa en l'editorial. Les opinions que s'exposen als articles d'aquesta publicació són responsabilitat únicament dels seus autors. Per reproduir parcialment el contingut de la revista cal demanar permís per escrit al Consell de Redacció i esmentar la font informativa. La inserció de publicitat no vol dir que l'entitat editora hagi aprovat el producte o servei que s'insereix.



El cuiner Ferran Adrià i l'ex ministre Josep M. Piqué seran alguns dels ponents

"Els Mercats del futur: eficients i responsables" serà el lema del congrés de mercats majoristes

Barcelona, capital mundial de l'alimentació durant una setmana

Mercabarna organitzarà el proper congrés de la Unió Mundial de Mercats en el marc d'Alimentària. Per a més informació sobre aquest congrés: www.wuwmconference.org.

Mercabarna organitzarà el **XXXII congrés internacional de la Unió Mundial de Mercats Majoristes** (WUWM, Word Union Wholesale Markets) a Barcelona. El congrés se celebrarà del 16 al 18 d'abril, en el marc d'Alimentària, sota el lema 'Els mercats de futur: eficients i responsables'.

El director general de Mercabarna, Josep Tejedo, ha explicat l'objectiu de fer-lo coincidir amb la fira Alimentària, "d'aquesta manera Barcelona es convertirà durant una setmana en la capital mundial de l'alimentació, amb la participació de representants de tota la cadena de valor d'arreu del món". Josep Tejedo, ha explicat també la importància que aquest esdeveniment té per Mercabarna, ja que la situarà en el punt de mira dels professionals del sector de tot el món.

El certamen acollirà uns 300 delegats, entre representants i empresaris dels mercats alimentaris més importants del món, sobretot majoristes però també detallistes, d'uns 30 països.

COM SERAN ELS MERCAT DEL FUTUR? El prestigiós economista Antonio Argandoña serà l'encarregat d'obrir el congrés explicant perquè els mercats del futur hauran d'ésser eficients i responsables.

La primera sessió sobre 'Mercats

la Unió Mundial de Mercats Majoristes

Fundada el 1955, la Unió Mundial de Mercats Majoristes (WUWM) és una associació sense ànim de lucre, dedicada a la promoció de l'intercanvi d'informació entre mercats majoristes i detallistes d'arreu del món, amb l'objectiu de millorar-ne la seva organització, gestió i construcció.

La WUWM està formada per més de 800 mercats majoristes i detallistes de 42 països d'arreu del món.

La seva missió és promoure entre la comunitat internacional el paper essencial que desenvolupen els mercats en assegurar la disponibilitat i el proveïment d'una àmplia varietat d'aliments frescos de qualitat, a preus competitiu i amb els més elevats estàndards de seguretat alimentari.

responsables amb la societat' comptarà amb persones de la talla de Ferran Adrià, que parlarà sobre 'El producte fresc com a base de la gastronomia'; l'ex ministre Josep M. Piqué, participarà a la taula rodona 'Els mercats com espais generadors d'ocupació i la formació com a eix estratègic'.

En aquesta sessió també s'explicaran les millors iniciatives que porten a terme mercats d'arreu del món per

evitar el malbaratament alimentari i aconseguir una major eficiència medi ambientament i quan a mobilitat.

També es tractarà sobre la digitalització dels mercats i sobre per què els mercats detallistes són espais de cohesió social.

COM ADAPTAR-SE ALS NOUS CONSUMIDORS I CANALS DE VENDA. La segona sessió del congrés tractarà sobre 'Nous consumidors, nous canals i noves aliances'. En aquesta sessió es presentarà l'estudi elaborat per Kantar Worldpanel, 'Claus per adaptar els mercats a les demandes del nou consumidor de productes frescos (Europa, USA i Àsia). Així mateix, el professor de Direcció Estratègica de l'IESE, Jaume Llopis, tractarà sobre 'Les aliances estratègiques per sobreviure en un món global'.

VISITA A MERCABARNA DELS PROFESSIONALS D'ARREU DEL MÓN. L'últim dia del congrés, els professionals assistents d'arreu del món visitaran Mercabarna, on se'ls explicarà el funcionament del polígon alimentari i on tindran l'oportunitat de conèixer el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses •

Informació facilitada per Mercabarna



GREEN

GROWING  ORGANICS

CALLE TRANSVERSAL 7, Nº82
08040 MERCABARNA (BARCELONA)
T. 93.556.40.42

WWW.GREENORGANICS.BIO
INFO@GREENORGANICS.BIO



ràfolsfruits

fruita dolça • fruita exòtica

**imagina una fruita...
la tenim!**

mercabarna, pavelló G • 7029 / pavelló B • 2030 / 08040 • barcelona
tel. 93 335 26 93 • fax 93 335 28 50 • www.fruitsrafols.com

Consolidació del sistema de pagament de la TPG

Les dades del tancament de l'activitat de la **Targeta Pagament Gremi (TPG)** de l'exercici 2017 demostren que l'ús de la TPG continua creixent un any més i que s'ha aconseguit el repte d'arribar a la xifra de dos milions d'euros de facturació de la TPG que, de fet, s'han superat.

Aquesta dada reflecteix la consolidació de la TPG com un sistema de pagament de liquidacions de les compres dels clients de les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

L'increment, d'una banda, del nombre d'empreses majoristes adherides al sistema de pagament mitjançant la targeta TPG i, de l'altra, del nombre de targetes en circulació són dos fets que augmenten el nombre de operacions de la TPG.

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona impulsa i promou el sistema de pagament TPG entre els fruïters i les empreses majoristes

Tot plegat dibuixa una línia ascendent de la TPG des del seu inici i una projecció futura amb un clar recorregut de possibilitats de creixement.

Actualment hi ha 22 empreses majoristes adherides, que representen unes vuitanta parades del Mercat Central –vegeu quadre adjunt–, a aquest sistema de pagament on el fruïter pot pagar les seves compres amb la TPG.

La TPG és un exemple més dels projectes que dur a terme el Gremi de Fruïters en benefici de tot el col·lectiu. Cal recordar que aquesta iniciativa va comptar amb un treball previ bastant important, complexe i laboriós fins a arribar a la confecció d'aquesta targeta i al seu llançament a l'últim trimestre del 2014.

REpte 2018. El repte d'aquest any 2018 és arribar entre dos i mig i tres milions d'euros de facturació de la TPG.

Empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna adherides a la TPG

EMPRESA	PAVEL·LÓ	NÚMERO
Torres Hnos y Sucs	A	1021 - 1024
Ribera-Piqué	A	1033 - 1034
Capella Fruïtes	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A	1060 - 1062 i 1029 - 1030
Hnos. González Pastoret	B	2001 - 2003
Frutas Diego Martínez e Hijos	B F	2006 - 2010 i 2033 - 2035 6005 - 6011
Fruïtes Ràfols	B G	2030 7029 - 7031
Fruïtes Joan Serra	B	2050
Churry	C	3034 - 3036
Deltabarna	C	3041 - 3044
Fruïtes i Hort. Gavà	C	3057 - 3060
Visa Fruïtes	D	4022 - 4025 i 4028 - 4031
Plátanos Ruiz	D E	4038 5010
Fruïtes Artés	E	5001 - 5002
A. Martín Solà	E	5005 - 5006
Maleubre-Cano	F	6015 - 6018
Fruïtes i Verdures Ardiaca	F	6023 - 6024
Laumont	F	6029 - 6030
Fruïtes Figueres	F	6037 - 6039
Prats Fruïtes	F	6047 - 6050
Montse Fruïtes i Verdures	G	7011 - 7014
Fruïtes Llonch	G	7034 - 7037

>>>Actualment hi ha un total de 22 empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, associades a l'AGEM, adherides al sistema de pagament a través de la TPG, que sumen unes 80 de parades repartides entre els set pavellons del Mercat Central on el soci del Gremi de Fruïters pot pagar còmodament les seves compres amb la TPG.

Amb la targeta TPG, l'empresa majorista cobra al comptat, no a crèdit, i es facilita així immediatesa en el cobrament de les factures

Remarcar que és condició indispensable i necessària ser soci del Gremi de Fruïters per disposar i fer ús de la TPG

La TPG s'ha consolidat com un sistema de pagament de liquidació de les compres del clients dels majoristes del Mercat Central

En aquest sentit, la tasca constant de promoció i informació del Gremi de Fruïters entre compradors i majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna i també la pròpia dinàmica d'ús de la TPG són factors que ajuden a dibuixar l'esmentada línia ascendent de la TPG.

També ajuden les diferents campanyes promocionals que el Gremi de Fruïters duu a terme per potenciar la TPG entre els compradors i els majoristes del Mercat Central de Mercabarna.

Des del Gremi de Fruïters hi ha diverses converses amb empreses majoristes del Mercat Central per incrementar el llistat d'empreses majoristes adherides a la TPG (vegeu quadre adjunt).

CARACTERÍSTIQUES. La TPG és un sistema de pagament impulsat i promogut per al Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, i compta amb la col·laboració de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM), amb el suport logístic de Banc Sabadell i amb l'assistència tècnica de Reset Control.

SER SOCI DEL GREMI. Remarcar que és condició indispensable ser soci del Gremi de Fruïters per disposar i fer ús de la TPG.

QUÈ ÉS LA TPG? La TPG és una targeta de crèdit totalment gratuïta, sense cap cost de manteniment i personalitzada amb la imatge del Gremi de Fruïters de Barcelona.

Aquesta targeta és una alternativa de liquidació al comptat de les compres efectuades a les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna associades a l'AGEM que s'adhereixin de forma voluntària a aquest sistema de pagament.

AVANTATGES PER AL FRUITER. La TPG té com a principal al·licient per als



L'objectiu del Gremi de Fruïters és superar els 2,5 milions euros de facturació de la TPG al final de l'exercici 2018

La TPG és un exemple més dels projectes i iniciatives del Gremi de Fruïters en benefici del col·lectiu de fruïters

detallistes un interessant descompte d'un 2% cada 3 mesos de totes les compres efectuades a través d'aquesta targeta.

Altres avantatges són que amb la TPG el fruïter paga al comptat, sense necessitat de tràmits en metàl·lic ni xecs bancaris, i que amb la TPG pot gestionar millor les seves compres i es facilita el pagament a les empreses majoristes del Mercat.

AVANTATGES PER AL MAJORISTA. El principal benefici per als majoristes és que podran veure alleugerir-se les pòlisses de crèdit que demanen als bancs i, així, podran estalviar interessos en el volum de pòlisses de crèdit.

Altres avantatges són que, amb la TPG, el majorista cobra al comptat, no a crèdit, i es facilita així immediatesa en el cobrament de les factures, a través dels TPV de Banc Sabadell, i s'elimina el risc d'impagament.

WEB. A www.gremifruïters.com es pot descarregar el díptic informatiu sobre que és i com funciona la Targeta Pagament Gremi de Fruïters (TPG) ●



20 anys conreant qualitat

Aquest 2017 estem d'enhorabona, complim vint anys. Vint anys com a **referent en el sector de les fruites i les hortalisses** gràcies a l'aposta per **la qualitat i l'excel·lència**. Vint anys invertint grans esforços en **R+D+i** per crear i desenvolupar noves varietats que conservin el **gust deliciós i les propietats beneficioses** dels kiwis Zespri®.

Vint anys amb el suport de la **vostra confiança** ens han permès ser la marca preferida pels consumidors.

Ja estan disponibles els kiwis Zespri® de Nova Zelanda!

www.zespri.es

Segueixi'ns a:    

Zespri[®], 20 anys com a referent de qualitat en el sector hortofructícola

Zespri[®], primer productor de kiwi de Nova Zelanda, compleix aquest any el seu vintè aniversari. Dues dècades en què la marca s'ha posicionat com a un referent en el sector de les fruites i les hortalisses gràcies a la producció de kiwis de gran qualitat que es comercialitzen els 365 dies de l'any.

No obstant això, **durant aquests anys, Zespri[®] no s'ha limitat a conrear kiwis. La seva cerca constant de l'excel·lència implica oferir el millor producte en tot moment.** És per això que Zespri[®] dedica grans esforços en **R+D+i**, centrats en gran part en la creació i el desenvolupament de **noves varietats de kiwi amb un gust deliciós i amb excel·lents propietats nutricionals** que són avui dia les preferides pels consumidors.

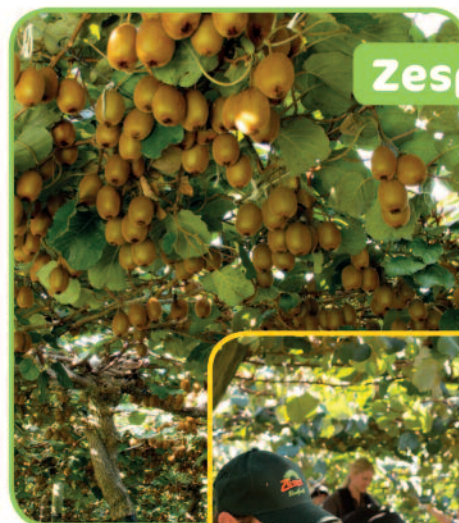
De fet, en el cas d'Espanya, el 83 % dels consumidors d'aquesta fruita escullen **Zespri Green i Zespri SunGold** en lloc d'altres varietats de kiwi verd i groc, respectivament¹. **Els motius d'aquesta elecció es basen en el gust, la qualitat i la confiança que transmet la marca.**



Per mantenir els alts estàndards de qualitat que exigeix l'empresa a tots els kiwis que es comercialitzen, tots els agricultors de Zespri[®] sense excepció han de treballar seguint les normes establertes pel Sistema Zespri. De creació pròpia, es tracta d'un mètode de producció mediant ambiental integrat que comprèn tot el procés de producció, des del conreu fins al transport.

Gràcies a aquesta unificació del procés, Zespri[®] conrea kiwis a països dels dos hemisferis i manté les mateixes característiques i els mateixos paràmetres de qualitat que a Nova Zelanda. Així, els consumidors poden trobar kiwis Zespri[®] al seu punt de compra habitual durant tot l'any, sense interrupcions.

En definitiva, **fa 20 anys que Zespri[®] es troba en una posició de lideratge en el sector i que aposta per la màxima qualitat i la cura de tots els detalls.** Un posicionament que s'ha vist reforçat pel suport i la relació de confiança mútua que manté amb distribuïdors i venedors i que, en última instància, s'estén fins al consumidor final.



Zespri Green



Zespri SunGold

1. Font: GFK-Zespri España. Medición de Marca (Març del 2017)

Hnos. Fernández López renova la seva imatge corporativa

Aquesta firma renova la seva imatge corporativa després de 40 anys de trajectòria en el sector hortofructícola.

En el marc de la passada edició de Fruit Attraction la firma **Hnos. Fernández López** va presentar la seva nova imatge corporativa al sector hortofructícola.

De la mateixa manera que el sector evoluciona, Hnos. Fernández López també ha evolucionat durant els seus 40 anys de trajectòria fins a transformar-se actualment en una organització internacional amb major capacitat de servei i major projecció de futur. En aquesta línia, el passat 2017 va ser l'any de la integració d'aquesta firma al **Grup Orsero** i, així, projectar un escenari de futur amb major fortalesa i amb major rellevància internacional.

La nova imatge corporativa comporta un canvi radical de logo i modificació de nom. En paraules de Montse Montané, responsable de màrqueting i comunicació de Hnos. Fernández López, "la nova imatge corporativa respon a la projecció de futur i fortalesa de la companyia" i afegeix que "la nova imatge conserva el nom Fernández perquè, alhora, aprofitem el bagatge de coneixement i experiència dels nostres fundadors, la família Fernández, i també el reconeixement del sector".

PROCÉS CREATIU. Tot el procés creatiu d'aquesta nova imatge corporativa va finalitzar amb la implantació d'un hexàgon, la inicial F i una osca. La forma de l'hexàgon representa la diversitat de línies de negoci, serveis i pro-



Parades de Hnos. Fernández López al Mercat Central de Mercabarna amb la nova imatge corporativa.

ductes de la companyia. La inicial F amb una tipografia de lletra gestual transmet la història de l'empresa des dels seus orígens, els de la família Fernández, i la confiança dipositada per als clients al llarg dels 40 anys. Per acabar, l'osca, que imita l'osca que s'origina a les fulles dels plataners, recordant els orígens de l'empresa o l'accent de Fernández i la seva forma de treballar ●

UNIQ completa el segon any al mercat sense incidències de qualitat

Amb l'App **tucajauniq** (www.tucajauniq.com) l'operador pot accedir al tipus d'envàs agrícola de cartró ondulat que més li convingui segons producte i transport.

L'envàs agrícola **UNIQ**, dissenyat i avalat pel conjunt de la indústria espanyola de cartró ondulat, respon a les expectatives i demostra el seu compromís després de completar el seu segon any al mercat, el 2017, sense incidències de qualitat. En aquesta línia de treball **AFCO, Associació Espanyola de Fabricants d'Envasos i Embalatges de Cartró Ondulat**, realitza un estudi d'envasos en els principals mercats centrals de fruites i hortalisses d'Espanya que demostra que UNIQ s'ha convertit en aquests 2 anys en l'envàs líder de cartró ondulat. Fa més de 20 anys que AFCO dur a terme aquest estudi de mercat d'envasos.

La clau de l'èxit d'aquest segell de qualitat se centra en haver sabut escoltar als operadors del sector i oferir una solució a mida per fer arri-

bar les fruites i hortalisses fresques al consumidor final en perfecte estat.

AVANTATGES. Els principals avantatges que aporta l'envàs agrícola de cartró ondulat UNIQ a la cadena de valor són resistència, protecció, higiene, imatge, ecologia, rendibilitat i eficiència, entre d'altres. Les caixes de cartró ondulat per a fruites i hortalisses que porten imprès el segell UNIQ ofereixen seguretat, garantia i confiança.

L'APP. UNIQ obre a tot el públic l'App **tucajauniq** (www.tucajauniq.com) perquè qualsevol operador pugui accedir al tipus d'envàs agrícola de cartró ondulat que més li convingui segons producte i transport. És una App intuitiva, fàcil i útil per a l'operador ●





www.fratelliorsero.es
#Orsero_es



Èxit de la Trobada 2017 del Gremi de Fruïters

Prop de dues-centes persones van assistir a la Trobada 2017, entre detallistes, majoristes, altres operadors hortofructícoles i representants de diverses entitats del sector.



La Trobada 2017 va ser tot un èxit. Amb aquesta frase es pot resumir la celebració del passat 29 de novembre de la **Trobada 2017 del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona** amb la presència de prop de 200 persones al llarg de tota la jornada.

La Trobada va seguir el mateix format de les últimes edicions amb tres grans apartats –tècnic, lúdic i sopar– donant més protagonisme al contingut de les taules rodones.

Enguany, sota el títol **Nous hàbits de consum** es van dur a terme tres taules rodones amb ponents experts, especialistes i qualificats en cadascuna de les matèries. Els temes de les taules van ser: Canvis de consum en la venda al detall; Evolució de les vendes majoristes i Visió tècnica.

Després de les interessants taules rodones i just abans de la cloenda i el sopar, Víctor Parrado, còmic, monologuista i artista polifacètic va delectar als assistents amb un monòleg fet a mida per a l'ocasió amb moments molt divertits i desenfadats i la participació dels assistents.

La Trobada es va tancar amb un sopar informal on els assistents van poder intercanviar opinions i, com no podia ser d'una altra manera, fruites i hortalisses van ser les protagonistes.

ENTITATS. Les entitats que van participar a la Trobada: Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Mercabarna, Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i província a Mercabarna (AGEM), Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) i Associació de Mercats de Catalunya (AMMC).

PRESENTACIÓ. Tino Mora, president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, va donar la benvinguda a tots els assistents a la Trobada 2017.

Va obrir el debat sobre el títol d'aquesta trobada: **Nous hàbits de consum**. Com de potent és el canvi de tendència de venda de pes a peça? Fins a quin punt influeix la reducció de la cistella de compra però, alhora, amb major rotació? i la manera de consumir, des de productes elaborats a cuinats. Tot un seguit de preguntes que es van respondre al llarg de les taules rodones.

CLOENDA. A la cloenda de la Trobada 2017 i abans de donar la paraula a **Muntsa Vilalta**, directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya, Tino Mora va convidar als assistents a extreure les seves pròpies conclusions sobre els continguts de les taules rodones.

Vilalta es va encarregar de tancar la Trobada. Al seu parlament va destacar que la Trobada "s'ha convertit en un punt de reunió per reflexionar sobre el sector" i també va remarcar "el paper dels detallistes com part del teixit empresarial de Catalunya".

Entre d'altres temes, va comentar que



A dalt, Tino Mora, president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, en una moment de la presentació de la Trobada. A baix, Muntsa Vilalta, directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya, en un moment del seu discurs de cloenda.

La Trobada del Gremi de Detallistes s'ha convertit en un punt de reunió per analitzar, reflexionar i debatre sobre temes que influeixen en el desenvolupament del sector de la fruita i hortalissa

“els nous consumidors busquen noves vivències” que donen peu a que el fruïter estableixi noves relacions amb aquests nous perfils de clients.

Del seu parlament també s'extreu que hi ha una marcada tendència de salut i nutrició on els aliments, destacant les fruites i hortalisses, juguen un paper fonamental i es vinculen amb conceptes com salut, proximitat, natural i dietètic •

Fotos de la Trobada: Vicenç Dorsé

>>Taules rodones



>>Com en edicions anteriors de la Trobada del Gremi de Fruïters, **Alfons Viñuela**, consultor de Retail Màrqueting, va moderar les tres taules rodones de manera elegant, àgil i neutre •

>>Evolució de les vendes al major

Ponents: Pere Prats, Jaume Flores, Carles Jiménez i Tom Ardiaca.



>>En la seva intervenció, **Pere Prats**, de Prats Fruits, va apuntar diversos aspectes que incideixen en la venda majorista com, per exemple, la renda econòmica ("a més renda, més exigència del consumidor com, per exemple, productes elaborats"), la demanda ("hi ha una tendència de venda unitària i peça petita que respon a la demanda del client, del consumidor"), el perfil del comprador final ("els tipus de família condicionen la demanda")...

Prats va insistir en què "cal escoltar i respondre al detallista perquè està en



La cadena de comunicació entre el detallista, el majorista i el productor és bàsica i vital per conèixer, satisfer i respondre la demanda de fruita i hortalissa del consumidor final

contacte amb el comprador final" i va afegir que "com a empresa majorista tenim relació amb productors, proveïdors... i tots hem d'anar a una".

En clau de mercat, va declarar que "el mercat és exigent en producte, servei...".

Va comentar que "som un país productor de fruita i hortalissa i això condiciona l'oferta". Sobre aquest darrer punt va posar l'exemple de la síndria on a Europa predomina la demanda de tamany petit i, en canvi, al mercat espanyol, tamany gran.

Carles Jiménez, de Fruïts Ràfols, va incidir amb la idea d'escoltar al client: "nosaltres, el majoristes, hem d'escoltar al nostre client i el detallista, al seu client, el consumidor final, per saber quin producte vol el consumidor". En aquesta línia de treball, Jiménez va apuntar que "la comunicació amb el client és important per saber i poder satisfer les seves exigències".

A partir d'aquí, va argumentar que "com a empresa majorista de fruita i hortalissa busquem el producte allà on es trobi sota el criteri de qualitat".



Tom Ardiaca, de Fruïtes i Verdures Ardiaca, va emfatitzar "la importància del feedback entre el productor i el detallista, i encara més si cal en un mercat tant exigent com l'actual" i també va opinar, com altres ponents, que "cal donar resposta a les exigències del consumidor" i va remarcar que "com a empresa hem de donar servei".

En clau client final, Ardiaca va comentar que "la fruita entra molt pels ulls" i aposta "per accions promocionals al carrer".

Del seu discurs es pot extraure que el públic està sotmès a una sobreinformació –"amb un mòbil ho podem saber gairebé tot"– i cal incidir amb la qualitat. Cada vegada hi ha més consumidors que tenen consciència del què mengen i valoren de forma molt positiva el producte de proximitat".

Jaume Flores, president de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i província (AGEM), va definir que "cal canalitzar les demandes del detallista per intentar proporcionar el producte que demana i, per aconseguir-ho, es important les aliances amb els productors perquè el productor ha de saber què demana el consumidor". En poques paraules, "cal satisfer les demandes del detallista i del consumidor".

De les diferents exposicions dels ponents s'extrau que hi ha una cadena de transmissió d'informació bàsica per oferir el producte que el públic demana i que inclou comprador final, detallista, majorista i productor ●

Des de dalt: Pere Prats, Carles Jiménez, Tom Ardiaca i Jaume Flores.

>>Canvis de consum en la venda al detall

Ponents: Josep Fabregat, Joaquim Clavaguera, Lluís Macià i Constantino Mora.

>>Sobre la figura del professional detallista, **Josep Fabregat**, vicepresident del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses del Barcelona, va afirmar que “ens hem de creure que els detallistes anem un pas endavant perquè sabem què vol el client” i va afegir que “escoltem al consumidor i, per això, sabem quines són les seves necessitats”.

Des de les parades dels mercats i les fruïteries del carrer al fruïter “estem en contacte i servim a molts perfils de consumidor –des de la mestressa de casa

El detallista de la parada de mercat i la fruïteria de carrer està en contacte directe i permanent amb el client i això permet al fruïter saber què vol el consumidor i poder satisfer la seva demanda

fins als nous tipus de família–, perquè els detallistes portem a la sang el servei al client”.

Fabregat, va comentar tres aspectes bàsics sobre la figura del fruïter: “l’empatia amb la clientela, el saber estar i la qualitat que oferim”.

Joaquim Clavaguera és la quarta generació al capdavant de Fruïtes i Verdures Cal Xeco on “l’aposta per la qualitat juga un paper fonamental”, va declarar Clavaguera.

També va comentar que “apostem pel producte de proximitat perquè podem controlar tota la traçabilitat” i en clau consumidor va manifestar que “cada vegada hi ha més consumidors que tenen consciència del què mengen i valoren de forma molt positiva el producte de proximitat”.

Joaquim Clavaguera va dir que “un producte de qualitat ha de ser bo de gust tot i que no tingui vistositat” i va recalcar que “encara que hi ha un percentatge de consumidors que compren per la vista el producte ha de tenir bon sabor”.

Lluís Macià, de Fruïtes Macià del mercat del Ninot, va emfatitzar que

“cada fruïter ha de buscar el seu públic objectiu segons el seu producte” i sobre el producte de proximitat va definir que “ha d’estar ben treballat i cuidat”.

Macià va descriure que “el detallista passa per escoltar al públic i saber transmetre al majorista i al productor les peticions del consumidor”.

Durant la seva intervenció, Lluís Macià també va comentar una de les tendències de canvis d’hàbits en la forma de compra “de pes a peces”.

Constantino Mora, de Fruïtes i Verdures Germans Mora del mercat de La Llibertat, i també tresorer del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, va afirmar que “cal mimar la clientela” i, en clau empresarial, que “som un negoci, som una empresa de servei”.

En la línia de transmissió d’informació va declarar que “els detallistes demanem el producte que ens demana la nostra clientela”. D’altra banda, de les seves paraules es desprèn que factors com el temps influeixin en els canvis dels hàbits de compra del consumidor.

Dels discursos dels ponents es conclou que cal escoltar i mimar al consumidor alhora que cal estar atent i satisfer les seves demandes. També que amb independència de l’origen del producte es fonamental que sigui un producte de qualitat ●.



Des de dalt: Josep Fabregat, Lluís Macià, Joaquim Clavaguera i Constantino Mora.

>>Visió tècnica

Ponents: Josep Tejedó, Màxim López, Àlex Goñi i Joan Llonch.



>>**Joan Llonch**, president de l'Associació de Concessionaris de Mercabarna (ASSOCOME), va repassar les principals funcions que dur a terme aquesta associació definint-la de forma breu com "la patronal de Mercabarna". També va comentar que "és positiu que hi hagi bon ambient entre nosaltres mateixos i les associacions de compradors".

Llonch va valorar que "Mercabarna sigui el millor mercat majorista de tot el món" i va descriure que "és un mercat efectiu". Va apuntar com a tendències

dels treballadors a Europa seran autònoms. En aquesta línia, va comentar que "són persones professionalment preparades que valoren la conciliació familiar i que prioritzen la sostenibilitat del producte; en altres paraules, no venen el seu temps, sinó la seva feina" i va afirmar que "estem immersos en un canvi de model de societat amb noves formes de consum". De les seves paraules es ressalta l'existència de nous perfils de consumidors i nous hàbits de consum i va posar com exemple "l'ús d'internet per part de la població jove".

Goñi va finalitzar la seva intervenció afirmant que "tot i els canvis tenim futur".

Josep Tejedó, director general de Mercabarna, va remarcar "la col·laboració entre l'àmbit públic i privat, és a dir, entre Mercabarna i les empreses majoristes que treballen al recinte" i va afegir que "des de Mercabarna intentem que l'empresa majorista disposi de les millors condicions per dur a terme la seva feina".

Quant a tendències va comentar el perfil dels millenians, la preocupació per no malbaratar els aliments, la creixent demanda de producte ecològic, l'increment de la línia de negoci d'exportació entre les empreses majoristes de Mercabarna, els fruiters nous...

També va parlar sobre la importància dels mercats amb "la seva funció de cohesió de barri, destacant l'empatia dels detallistes", i "de la col·laboració entre majorista i detallista".

En aquesta taula rodona es va posar de relleu que els professionals del sector de fruita i hortalissa estan preparats per afrontar el repte que presenten els canvis de la societat i, en alguns casos, fins i tot anar un pas endavant ●.



És una realitat que els professionals de la fruita i hortalissa estan preparats per afrontar els reptes que presenten els canvis de la societat i, en alguns casos, fins i tot anar un pas endavant

que "som més internacionals" i que "cada vegada es ven més a fora".

Màxim López, gerent de l'Institut de Mercats Municipals de Barcelona, va posar en valor el model de mercats de la ciutat de Barcelona i la gran tasca dels professionals que hi treballen.

López va recordar que "25 mercats ja s'han remodelat creant millors condicions per a la venda i per a la compra" i va parlar "d'experiències de compra del consumidor".

Durant el seu parlament va emfatitzar les iniciatives individuals i col·lectives dels operadors dels mercats com els repartiments a domicili i la targeta de fidelització.

També va fer referència al comprador del futur, els joves, manifestant que "hem d'educar a qui ha de venir a comprar al mercat".

Per la seva banda, **Àlex Goñi**, president de Micro, petita i mitjana empresa de Catalunya (PIMEC Comerç), va esmentar una de les conclusions d'un estudi de tendències laborals dut a terme per una universitat anglesa que indica que en un futur immediat, el 40%



Des de dalt: Joan Llonch, Màxim López, Àlex Goñi i Josep Tejedó.



>> **Les imatges de la Trobada 2017.** Recull d'imatges que vol ser un tast de la Trobada 2017 del Gremi de Fruïters: taules rodones, intervencions, intercanvis d'opinió, sopar... i, en especial, el monòleg de Víctor Parrado que va interactuar amb els assistents de forma molt divertida i simpàtica.



Torres

Sanguinelli



naranjas rojas - zumo

Creix el nombre de seguidors a Facebook del Gremi de Fruïters

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses és en aquesta xarxa social amb l'etiqueta Catalunya Fruïters.

El **Facebook** del Gremi ja compta amb gairebé 9.000 seguidors. Des del passat mes de març el Gremi de Fruïters està present a Facebook amb l'etiqueta Catalunya Fruïters.

OBJECTIU. L'objectiu final de participar a Facebook és utilitzar el ressò i difusió d'aquesta xarxa social per incrementar el consum de fruita i hortalissa a l'àmbit de Catalunya.

Per això, hi trobareu tot tipus d'informació relacionada amb la fruita i hortalisses com, per exemple, receptes, característiques del producte, productes de temporada...

INFORMACIÓ. En el web **www.gremifruïters.com**, la revista **Catalunya Fruïters** que publiquem cada 3 mesos, **Facebook**, i fins i tot a l'aplicació **fruitsaldia**, des del Gremi de Fruïters es vol facilitar l'accés a la informació del sector al fruïter, en particular, i a la resta d'agents del sector, en general ●



>>L'App fruitsaldia. Aquesta App és una iniciativa del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, amb la col·laboració de la firma Reset Control en la part tecnològica, dirigida exclusivament als venedors i als compradors del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

Aquesta App per a telèfons mòbils intel·ligents i tauletes tàctils pretén ser un plafó virtual de publicació diària i en temps

real d'ofertes de fruites i hortalisses, a través d'aquests dispositius, de les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, dirigides al col·lectiu de fruïters.

La finalitat del desenvolupament de l'App fruitsaldia és crear una eina útil per als majoristes i per als detallistes de fruites i hortalisses; en definitiva, una font més de noves possibilitats de negoci ●

Servei de promoció del Gremi de Fruïters

El servei de promoció va dirigit a les empreses que vulguin promoure les seves marques i productes entre els fruïters de la demarcació de Barcelona.

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona disposa d'un fulletó informatiu dirigit a aquelles empreses que vulguin promoure les seves marques, productes o serveis entre el col·lectiu de fruïters de la demarcació de Barcelona. Des de fa anys, el Gremi de Fruïters duu a terme aquesta línia de treball, ara amb més visibilitat.

En aquest sentit, el fulletó informatiu està publicat en català, en castellà i en anglès.

EXPERIÈNCIA. Fins ara les experiències han estat molt positives amb diferents marques de fruita com, per exemple, kiwi **Zespri**, meló **Bruñó** 5 estrelles, pinya **F.lli Orsero** i alvocat **Exòtica Premium** de Cultivar.

El Gremi de Fruïters compta amb professionals titulats i amb experiència en comunicació, màrqueting i publicitat per dur a terme aquesta tasca.

SERVEI INTEGRAL DE PROMOCIÓ. La gestió promocional del Gremi de Fruïters abasta tot els aspectes necessaris per dur a terme una campanya promocional des de la seva idea primària fins a produir les diferents peces:

ACCIONS DE SEGUIMENT. Aquest servei integral de promocions també contempla accions de seguiment posteriors com, per exemple, estudis de mercat per avaluar el ressò de la promoció.

El Gremi de Fruïters també posa al servei de les promocions les seves eines de comunicació:

–La revista *Catalunya Fruïters* per inserir-hi publicitat i notes informatives.

–Enllaços al web del Gremi **www.gremifruïters.com** ●

Promoció d'hivern de kiwis Zespri® exclusiva per als fruiters

Zespri® premia la fidelitat del fruïter amb una jaqueta d'hivern.

El passat 22 de gener la marca de kiwis Zespri® va visitar el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna en el marc de la seva promoció d'hivern: Zespri®, la qualitat que et vesteix, dirigida de forma exclusiva als fruiters.

Aquesta promoció vol premiar la fidelitat dels fruiters amb una jaqueta d'hivern i té com a objectiu incrementar la presència de marca en els diferents punts de venda i fomentar, al mateix temps, una comunicació més propera entre Zespri® i els fruiters a través del seu portal digital **Club de Fruterers**.

Amb més de 5.100 fruiters registrats el Club de Fruterers s'ha convertit en un canal clau de comunicació bidireccional per a la companyia.

RELACIÓ SÒLIDA. En aquest sentit, el desenvolupament d'eines digitals com la web del Club del Fruterers, o presencials a través dels mercats majoristes i amb degustacions a mercats detallistes i fruïteries, permet que la companyia reforci la seva relació amb el professional fruïter creant una relació sòlida, de confiança i sostenible al llarg dels anys.

En clau consumidor, cal recordar que des de fa molts anys Zespri®, amb la col·laboració del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**, dur a terme una àmplia programació de degustacions als mercats detallistes.



Imatge publicitària de la promoció d'hivern Zespri®, la qualitat que et vesteix.

PROMOCIÓ. La mecànica de participació per part dels detallistes en la promoció és molt senzilla. Zespri® envia als fruiters un SMS de convocatòria en el seu mercat majorista on s'ubicarà un estand promocional de la companyia. En aquest estand els fruiters han de presentar l'SMS rebut juntament amb la factura de compra de kiwis Zespri®. En aquest moment se li lliurarà un "kit" promocional –10 bosses reutilitzables de Zespri®, 1 pin i 1 inflable de la marca– i un fulletó amb un codi promocional que permetrà al fruïter sol·licitar la seva jaqueta d'hivern a través del lloc digital promocional que trobarà a Club de Fruterers: **www.zespri.es** •



Trops promou el mango al Mercat Central de Mercabarna

Aquesta cooperativa comercialitza la producció de fruita tropical de més de 2.000 agricultors associats.

Durant l'últim trimestre del 2017, la cooperativa **Trops** va dur a terme una campanya de publicitat a través dels cartells exteriors repartits pels pavellons del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

La campanya es va centrar en el mango, un dels seus productes estrelles. Sota el títol Allibera els teus sentits, aquesta campanya s'emmarca en la filosofia de Trops de socialitzar el consum del mango pels seus atributs nutricionals.

10.000 TONES. Durant el passat exercici 2017, segons dades de la pròpia cooperativa, es van comercialitzar 10.000 tones d'aquesta fruita tropical cultivada en prop de 2.000 hectàrees a la zona productora de l'Aixarquia, Màlaga, que es caracteritza per ser una zona de clima temperat i mediterrani.

La mateixa cooperativa argumenta que són l'empresa líder de comercialització de mangos amb un 40% del total comercialitzat. Aquesta cooperativa compta amb uns 2.000 socis-productors.

Trops treballa amb la filosofia de garantir als agricultors una comercialització justa i als consumidors les millors fruites tropicals.

12 MESOS. Uns dels aspectes més valorats pels operadors del sector és que Trops garanteix el subministrament de mango de qualitat durant els dotze mesos de l'any i una àmplia gamma d'embalatges segons el canal de venda •

Un compte Pensat per tal que els autònoms, els comerços, els despatxos professionals i les petites empreses es facin grans.

Compte Expansió Negocis Plus PRO

Bonifiquem la teva quota d'associat

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

10% + 0 + Fins a 20€ mes + Gratis

de la teva quota d'associat màxim 50 euros*.

comissions d'administració i manteniment.¹

bonificació de l'1% en l'emissió de nòmines i assegurances socials, abonament efectiu a partir del 3r mes.²

Servei Kelvin Retail, informació sobre el comportament del teu negoci.³

Truca'ns al 900 500 170, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

* Abonem el 10% de la quota d'associat, amb un màxim de 50€ per compte, per a quotes domiciliades en un compte de la gamma Expansió, per a nous clients de captació. La bonificació es fa un únic any per a les quotes domiciliades durant els 12 primers mesos. En aquest sentit, es compta com a primer mes el de l'obertura del compte. El pagament s'ha de fer en el compte el mes següent als 12 primers mesos.

1. Rendibilitat 0% TAE.

2. Si hi domicilies conjuntament l'emissió de nòmines i assegurances socials, a partir del tercer mes de l'obertura del compte, et bonifiquem l'1% amb un màxim de 20 € bruts/mes. El primer abonament s'efectuarà durant el quart mes a partir de l'obertura del compte i es calcularà prenent com a base els càrrecs del tercer mes realitzats en concepte nòmina i assegurances socials. Els següents processos de revisió/bonificació es faran mensualment.

3. Comptaràs amb un servei periòdic d'informació actualitzada sobre el comportament del teu comerç, els teus clients i el teu sector, per ajudar-te en la presa de decisions. També t'oferim el TPV en condicions preferents.

Aquestes condicions es mantindran mentre es compleixin els requisits establerts en el contracte:

-Tenir un ingrés regular trimestral per un import mínim de 10.000 euros (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular).

-I complir, com a mínim, dos dels requisits següents: un càrrec en concepte d'emissió de nòmina, un càrrec en concepte d'assegurances socials, un càrrec en concepte d'impostos o dos càrrecs en concepte de rebuts. En cas que el titular sigui un comerç, és un requisit obligatori disposar de TPV amb la nostra entitat. Es consideren comerç a l'efecte de la contractació d'aquest compte els que figuren en el llistat publicat a www.bancsabadell.com/compteexpansionenegocisplus.

Aquests requisits són de compliment mensual, de manera que si al tercer mes no es compleixen aquestes condicions, automàticament el Compte Expansió Negocis Plus PRO passarà a ser un Compte Professional.

bancsabadell.com

**Captura el codi QR i
coneix la nostra news
'Professional Informa'**



L'associació de majoristes s'activa a les xarxes socials

L'AGEM i les seves empreses associades donen a conèixer la seva feina i promouen els productes hortofructícoles.

Des del passat mes de novembre, l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) ha iniciat la presència a les xarxes socials **Facebook, Twitter i Instagram** amb l'objectiu d'incrementar la visibilitat de l'Associació, dels seus associats i associades, i de propiciar un major consum de fruites i hortalisses entre la població, especialment barcelonina i també de la resta de Catalunya.

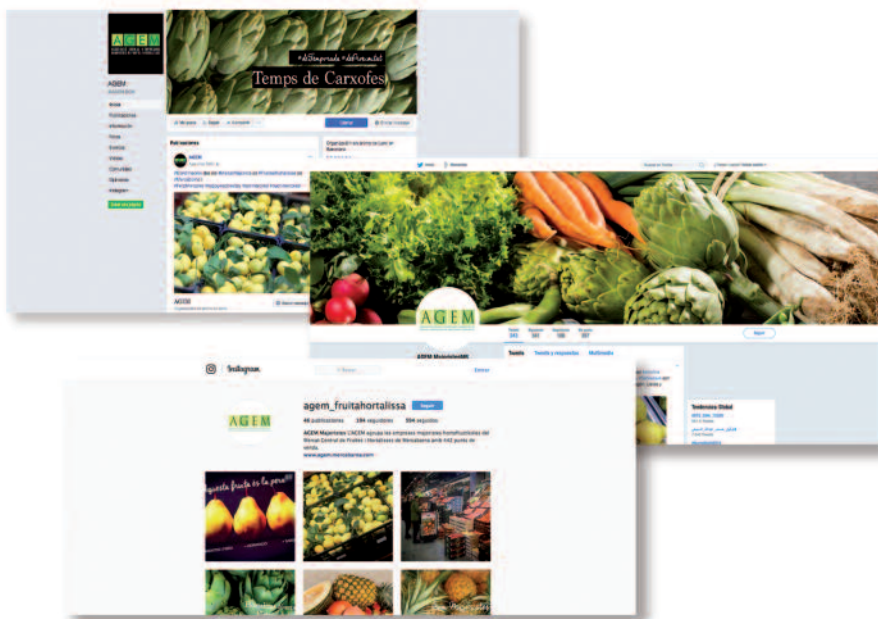
Actualitzacions diàries amb continguts acurats. La majoria de les imatges són originals i captades al mateix Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna o bé corresponen a les iniciatives que desenvolupa l'AGEM, com les campanyes de tardor o Nadal, entre d'altres, amb les quals l'AGEM compta habitualment amb la col·laboració del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona.

PUNT DE TROBADA AMB ELS DETALLISTES. Les xarxes també poden ser un bon punt de trobada entre majoristes i detallistes. Per això convidem als detallistes a visitar-les, seguir-les i així poder millorar-les entre tots dia a dia tot propiciant sinergies.

Els detallistes podeu fer arribar els vostres suggeriments al correu electrònic de la responsable de relacions públiques de l'AGEM, Eli Flores, i us atendrem amb molt de gust: eli@agem.mercabarna.com

PÀGINA WEB. La pàgina web de l'AGEM, **www.agem.mercabarna.com**, intensifica els seus continguts amb articles rigorosos sobre fruites i hortalisses de temporada així com noves tendències i nous productes al Mercat Central de Mercabarna, sempre amb la voluntat d'afavorir l'acostament a la societat del conjunt del sector hortofructícola i els seus diferents actors, des dels productors fins als detallistes ●

Informació facilitada per l'AGEM



Les actualitzacions són diàries i la majoria d'imatges són originals i captades al mateix Mercat Central de Mercabarna

Les xarxes socials poden ser també un bon espai que propiciï les sinergies entre **majoristes i detallistes**

Les adreces:

- >> Facebook: <https://www.facebook.com/AGEM.BCN/>
- >> Instagram: https://www.instagram.com/agem_fruitahortalissa/
- >> Twitter: https://twitter.com/Agem_majoristes
- >> Web: www.agem.mercabarna.com

Monte-Aguares

Pera per a tots els gustos.

..... Ercolina

..... Conferencia

..... Blanquilla

A la comarca del Somontano, en terres de la ribera del Cinca i a les portes del Pirineu, cultivem pera d'altura.

Som especialistes amb producció pròpia en pera del Somontano, pera amb gust.

Pera **Monte-Aguares**, del Somontano amb gust.

Monte-Aguares és una marca de Prats Fruits

Oficina i vendes a Mercabarna (08040 Barcelona). Pavelló F, 6046-6050
Tel. +34 935 562 647. Fax: +34 935 562 646. comercial@pratsfruits.com

www.pratsfruits.com



FRUITS SOLANAS

- ☀️ Frutas
- ☀️ Hortalizas
- ☀️ Verduras
- ☀️ Exóticos

*Especialistas en
Uva del Vinalopó*

Mercabarna

Pabellón F • 6002 - 3 - 4

Tel.: 93 335 28 90

Fax: 93 263 24 79

xaviersolanas@hotmail.com

08040 BARCELONA



>> Degustacions de l'alvocat **Exòtica Premium**

La firma Cultivar, amb la col·laboració del Gremi de Fruïters, va programar degustacions de l'alvocat Exòtica Premium a diversos mercats municipals de la ciutat de Barcelona.

Durant els passats mesos de novembre i desembre, la firma **Cultivar** va dur a terme degustacions d'alvocats de la seva marca **Exòtica Premium** a vuit mercats municipals de la ciutat de Barcelona amb la col·laboració del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**.

Els mercats visitats van estar Santa Caterina, Sants, El Ninot, La Concepció, Les Corts, Galvany, Sarrià i La Llibertat.

A les degustacions d'enguany, i per fruitar encara més i millor d'aquesta fruita, l'alvocat Exòtica Premium s'acompanya d'un preparat d'espècies: "guacamole mix".

Donar a conèixer al comprador de fruites dels mercats municipals les propietats que diferencien aquest alvocat dels altres és l'objectiu principal d'aquestes degustacions.

Les degustacions són molt ben acceptades pel consumidor final i pel fruïter. Remarcar que, dies abans de les degustacions se'n informa als fruïters de cada mercat amb la finalitat de poder oferir el producte al seu client i aprofitar, encara més, el ressò d'aquesta acció promocional.

Durant el dies de la degustació es va regalar una bossa de la marca Exòtica Premium a cada client dels fruïters que comprés aquesta fruita ●



En aquestes degustacions per fruitar més i millor d'aquesta fruita, l'alvocat **Exòtica Premium**, marca de la firma **Cultivar**, s'acompanya d'un preparat d'espècies: "guacamole mix"





Selección en origen

EN EXCLUSIVA

GHERSA
5 ESTRELLAS
DE EUROPLATANO



EN EXCLUSIVA

MANOJITOS
CANARY GOLD
DE EUROPLATANO

EN EXCLUSIVA

PALMERITA
GOURMET
DE CUPALMA



MANOJITOS
PALMERITA
DE CUPALMA

SOL PONIENTE
DE REMO



EN EXCLUSIVA

LOS MANOJITOS
DEL REMO

EN EXCLUSIVA

COMOE
PREMIUM
QUALITY



DEL MONTE
PREMIUM
QUALITY

Maduración Artesanal



Síguenos en Facebook y en Instagram.



platanosruiz.com



platanosruiz.com

OFICINAS CENTRALES 93 336 14 11 / MERCABARNA Pabellón E - 93 335 23 88, Pabellón D - 93 335 51 45 www.platanosruiz.com

gironafruits

la nostra **fruita**
naturalment



**GIRONA
FRUITS**

Ctra. Palamós, 7 - 17462 **Bordils - Girona**
Tel. 972 490 002 - Fax 972 490 029
www.gironafruits.com



escriggourmet



de la **huerta**
a su **mesa**

www.frutasescrig.com



MERCAMADRID

madrid@frutasescrig.com

EXFORPE S.L.

46512 Faura (Valencia)
Tel. 96 260 23 01
Fax. 96 260 28 09
frutasescrig@frutasescrig.com

MERCABARNA

barcelona@frutasescrig.com



Calendari del Mercat Central de Fruites i Hortalisses de Mercabarna 2018

Gener

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
1	1	2	3	4	5	6	7
2	8	9	10	11	12	13	14
3	15	16	17	18	19	20	21
4	22	23	24	25	26	27	28
5	29	30	31				

Febrer

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
5				1	2	3	4
6	5	6	7	8	9	10	11
7	12	13	14	15	16	17	18
8	19	20	21	22	23	24	25
9	26	27	28				

Març

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
9				1	2	3	4
10	5	6	7	8	9	10	11
11	12	13	14	15	16	17	18
12	19	20	21	22	23	24	25
13	26	27	28	29	30	31	

Abril

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
13							1
14	2	3	4	5	6	7	8
15	9	10	11	12	13	14	15
16	16	17	18	19	20	21	22
17	23	24	25	26	27	28	29
18	30						

Maig

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
18		1	2	3	4	5	6
19	7	8	9	10	11	12	13
20	14	15	16	17	18	19	20
21	21	22	23	24	25	26	27
22	28	29	30	31			

Juny

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
22					1	2	3
23	4	5	6	7	8	9	10
24	11	12	13	14	15	16	17
25	18	19	20	21	22	23	24
26	25	26	27	28	29	30	

Juliol

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
26							1
27	2	3	4	5	6	7	8
28	9	10	11	12	13	14	15
29	16	17	18	19	20	21	22
30	23	24	25	26	27	28	29
31	30	31					

Agost

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
31			1	2	3	4	5
32	6	7	8	9	10	11	12
33	13	14	15	16	17	18	19
34	20	21	22	23	24	25	26
35	27	28	29	30	31		

Setembre

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
35						1	2
36	3	4	5	6	7	8	9
37	10	11	12	13	14	15	16
38	17	18	19	20	21	22	23
39	24	25	26	27	28	29	30

Octubre

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
40	1	2	3	4	5	6	7
41	8	9	10	11	12	13	14
42	15	16	17	18	19	20	21
43	22	23	24	25	26	27	28
44	29	30	31				

Novembre

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
44				1	2	3	4
45	5	6	7	8	9	10	11
46	12	13	14	15	16	17	18
47	19	20	21	22	23	24	25
48	26	27	28	29	30		

Desembre

	DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DG
48						1	2
49	3	4	5	6	7	8	9
50	10	11	12	13	14	15	16
51	17	18	19	20	21	22	23
52	24	25	26	27	28	29	30
53	31						

mercant tancat

EL PENJADÍS
per sucar-hi pa.

Encara no el coneixes?
Els teus clients segur que sí.
El penjadís, el tomàquet per sucar que més es ven.

Qualitat superior

Els tomàquets El Penjadís, els trobaràs als pabellons de Mercabarna i es distribueixen en diverses presentacions. Informa't, truca al

93 336 34 53
o envia'ns un e-mail a elpenjadis@elpenjadis.com

www.elpenjadis.com

Descubre más en Fruit Logística 2018
Del 7 al 9 de febrero
Visítenos en:
Hall 11.2 /Stand A08



CONFIANZA SIN FIANZA



SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD, SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es

