

Catalunya Fruitera

exemplar gratuït

1r TRIMESTRE

Elle resultats de la TPG del primer trimestre superen les expectatives ||

El Facebook del Gremi de Fruitera segueix guanyant seguidors ||

Mercabarna ha clausurat amb èxit el Congrés Mundial de Mercats a Barcelona ||

Èxit de la campanya "Viu la temporada de calçots i carxofes amb molt de gust!" ||

Nuestra naranja ecológica.
Sin más

Biorange
100% ECOLÓGICA

MORALES
El nombre del cultivo

Morales Júcar, s. a.
Avda. de Alzira, 6. 46012 Carbera (Valencia) • Tel. +34 962 660 255 • Fax +34 962 583 845 • info@moralesjucar.es • www.moralesjucar.es

CE-100-00-00
Agricultura U.E.



**LA VERMELLA
AMB MÉS GUST**



caparrosnature.com
950 600 213



SUMARI

ANY XXIV. ÈPOCA II. NÚM. 120. ABRIL - JUNY DE 2018

EDITORIAL

3 Potenciem fruita i hortalissa**GREMI****6** Servei de promoció del Gremi de Fruïters**8** Campanya per potenciar el consum de fruita i hortalissa
L'app fruitsaldia

Carnet d'agremiat del Gremi de Fruïters

9 El Facebook del Gremi de Fruïters segueix guanyant seguidors

Servei de prevenció de riscos laborals

12 Els resultats de la TPG del primer trimestre superen les expectatives**MERCABARNA****5** Mercabarna ha clausurat amb èxit el Congrés Mundial de Mercats a Barcelona**MAJORISTES****14** Èxit de la campanya "Viu la temporada de calçots i carxofes amb molt de gust"**NOTES****18** Pantalles al frontal de les parades de Hnos. Fernández López

Segona campanya de les regions ultraperifèriques d'Europa

20 L'embalatge agrícola de cartró ondulat UNIQ va visitar Mercabarna

La IGP Poma de Girona va promoure l'alimentació saludable al torneig MIC

APARADOR**16** Degustacions de l'alvocat Exòtica Premium**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

**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

Potenciem fruita i hortalissa

Com ja hem dit altres vegades el Gremi de Fruïters treballa en iniciatives i projectes en benefici no només de fruiter, sinó també per a tot el col·lectiu. En aquest sentit estem acabant de tancar i enllestir una campanya, que veurà la llum en poc temps, que té com a objectiu bàsic potenciar i incentivar el consum de fruita i hortalissa, incidint en el concepte d'una alimentació equilibrada. De fet, els fruiters som la cara i la veu de les fruites i hortalisses, aliments vinculats directament a una dieta sana i saludable, i som els veritables prescriptors del producte que venem.

La bon trajectòria de la Targeta Pagament Gremi (TPG), iniciativa pensada per a fruiters i majoristes del Mercat Central, i el Facebook del Gremi amb l'etiqueta Catalunya Fruïters, iniciativa pensada per poder estar en contacte directe amb el consumidor i el comprador final, són dos aspectes a remarcar.

Els resultats de la TPG del primer trimestre d'aquest any 2018 han superat les expectatives previstes –resultat que ens fa ser optimisme de cara al tancament del l'any– i el nostra Facebook suma un gran nombre de seguidors, molts d'ells persones que desconeixien l'existència del Gremi.

Una vegada més recordar que un Gremi de Fruïters fort amb el suport del major nombre d'agremiats és un Gremi amb major capacitat davant dels diferents organismes oficials, ja sigui per posar en marxa nous projectes i iniciatives o per afrontar tots aquells reptes que ens planteja la nostra activitat.

El Gremi de Fruïters és un gremi actiu, dinàmic i operatiu que treballa iniciatives en benefici de tots els fruiters. Per això, animem a tots els fruiters que s'apropin al Gremi i formin part de la nostra entitat perquè tots hi sumem ●

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.

Mercabarna ha clausurat amb èxit el Congrés Mundial de Mercats a Barcelona

El congrés es va celebrar a Barcelona en el marc d'Alimentària on es van donar cita més de 250 directius de mercats i professionals de l'alimentació de 26 països.

Del 16 al 18 d'abril, Mercabarna va celebrar el Congrés de la Unió Mundial de Mercats Majoristes (World Union of Wholesale Markets-WUWM), que integra els principals mercats majoristes i minoristes de tot el món, a la seu d'Alimentària i coincidint amb aquesta fira internacional.

L'esdeveniment es va centrar sobre l'eficiència i responsabilitat social dels mercats i va reunir més de 250 directius de mercats i professionals de l'alimentació de 26 països. Durant el congrés es van compartir i debatre iniciatives dutes a terme amb èxit per alguns mercats del món en els temes relacionats amb la sostenibilitat, la generació d'ocupació i el compromís social, al costat de la presentació d'un estudi sobre tendències de compra i consum de productes frescos i altres aspectes importants com la digitalització.

NOU PROJECTE DE FERRAN ADRIÀ. Van destacar la participació de Ferran Adrià, president de elBullifoundation i considerat per molts el millor xef del món, amb la presentació d'un nou projecte que està desenvolupant elBullifoundation amb l'assessorament de Mercabarna. "No hi ha llibres -ha destacat el xef- que expliquin, d'una manera general i connectant coneixements, el producte, per això en elBullifoundation estem creant la Bullipèdia que constarà de 7 volums, 4 dels quals tractaran sobre producte fresc i per als quals comptarem amb l'assessorament d'experts en producte de Mercabarna".

NOVES TENDÈNCIES DEL CONSUMIDOR D'ALIMENTS FRESCOS. Durant el congrés es van presentar les conclusions de l'estudi encarregat per Mercabarna a Kantar Worldpanel sobre les claus per adaptar els mercats a les demandes del nou consumidor d'aliments frescos a Europa (amb especial referència a Espanya, França, Gran Bretanya i Alemanya), els Estats Units i Àsia (Xina).

Les grans tendències generals previstes, des de l'actualitat fins a 2030 des d'un punt de vista de consum de productes frescos, es resumeixen en 8 punts clau: Hi haurà més gent en el món, serà més gran, més rica, tindrà menys temps, serà més tecnològica i voldrà consumir aliments més saludables i locals. Tenint en compte aquestes tendències, hi haurà dos segments de consumidors molt importants en els països estudiats, amb dos tipus de demandes molt diferents, que ja s'estan albirant en l'actualitat. Tots dos segments estaran molt més sols que ara, pels canvis socioeconòmics que ja s'estan observant en l'actualitat (persones grans que viuen soles, descens de la natalitat, augment de la població single ...).

ELS CONSUMIDORS DE MÉS DE 60 ANYS. Les persones de més de 60 anys, que cada vegada seran més nombroses pels avenços de la medicina, compten amb més temps lliure i mostren preocupació per cuidar la seva alimentació. Per això, el 47% de la despesa en productes frescos que con-



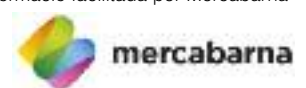
sumeixen actualment és de fruites i hortalisses, i aquesta partida anirà en augment. D'aquest consum, el 10% és de peix, xifra que es mantindrà. També ingereixen actualment un 44% de carn, però aquest percentatge anirà disminuint alhora que consumiran més pollastre i carns ecològiques. Com aquesta franja poblacional disposa de temps, anirà amb molta més freqüència a comprar i mostrarà preferència per adquirir packs petits a causa de les seves dificultats per transportar pes.

Aquest perfil d'edat més avançada mostra preferència pel petit comerç de proximitat o de conveniència, sempre que aquest s'adapti a les seves necessitats, un tracte personalitzat i una bona relació qualitat-preu donat que disposen de pocs diners, en general, però tenen molta experiència en el producte fresc.

ELS COMPRADORS MÉS JOVES. La població compradora de menys de 60 anys amb altres hàbits, tindrà un poder adquisitiu més elevat, en general, segons aquest estudi, però disposarà de menys temps per comprar i cuinar. A Espanya, de 2015 a 2017, el temps que es destina a la cuina s'ha reduït d'un 50 a un 45%, i es reduirà molt més. Per tant, la despesa alimentària de la llar disminuirà considerablement i augmentarà la despesa en el sector HORECA (hostaleria, restauració i càtering) i els productes alimentaris que estalviïn temps a la cuina. Això comporta un descens de la compra d'aliments frescos, a través dels canals tradicionals i un increment en els de fora de la llar.

Aquest segment de població comprarà més en els supermercats perquè allà es podran proveir de tot d'una sola vegada. Tindrà un perfil més tecnològic (a Europa, dins de 8 o 10 anys, el ecommerce tindrà, de mitjana, el 10% de la quota de mercat pel que fa a l'alimentació). Es tracta d'un segment exigent pel que fa a la informació sobre el producte amb preferència sobre els aliments saludables, locals i ecològics, i estan disposats a pagar el sobre cost que això pugui suposar. sobreviure en un món global" •

Informació facilitada per Mercabarna



Servei de promoció del Gremi de Fruïters

El Gremi compta amb professionals titulats i experts en comunicació i màrqueting per dur a terme qualsevol campanya promocional des de la idea fins a produir tot el material necessari, a més de tenir en compte accions de seguiment i estudis de mercat.



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.

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:

- Disseny de l'estratègia promocional amb selecció i programació de mercats municipals.
- Definició de pressupost a mida per a cada promoció.
- Gestió de llicències i permisos.
- Enquestes al consumidor final, al fruïter i també a l'operador majorista del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.
- Coordinació i control de les diferents accions de la promoció.

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

- Contractació de professionals especialitzats i de personal amb carnet de manipulador d'aliments.
- Disseny i producció del material promocional, com taulells, cartells, bosses, marxandatge...
- Logística de la promoció.

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 ●

quin 
 ANIMAL
 series?
 Jo escullo
 la Marieta



Per una Agricultura
 Sostenible



Consell Català de la
 Producció Integrada



Amb la col·laboració de:
 Generalitat de Catalunya
 Departament d'Agricultura,
 Ramaderia, Pesca i Alimentació



* Fons Europeu Agrícola de
 Desenvolupament Rural
 Europa Inverteix en zones rurals

>> **Campanya** per potenciar el consum de fruita i hortalissa

El contacte directe i personal que té el fruïter amb el seu client comporta un valor afegit que és únic, diferencial i particular.

Un dels objectius essencials del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona com a entitat és potenciar i incentivar el consum de fruita i hortalissa entre la població. Sota aquesta línia de treball el Gremi de Fruïters està preparant una campanya on els socis jugaran un paper molt important.

En aquests moments encara falta enllestir uns quants serells i tancar definitivament la campanya tot i que ja es pot avançar que els socis del Gremi de Fruïters a través de les seves parades dels mercats i de les seves botigues del carrer seran part activa de la campanya.

PRESCRIPTOR. No cal recordar que els fruïters són els professionals prescriptors d'una alimentació sana i equilibrada quant a fruita i hortalissa a través de les recomenacions als seus compradors i clients sobre els productes que vénen.

El contacte directe i personal que té el fruïter amb el seu client comporta un valor afegit que és únic, diferencial i particular que cap altre format comercial pot establir, arribant moltes vegades a un elevat vincle de confiança entre fruïter i comprador.



CAMPANYA. Missatges clars i definits, cartelleria impactant i obsequis són alguns elements de què constaran aquesta campanya que durà a terme el Gremi de Fruïters que, com altres iniciatives i projectes, és benefici de tot el sector de fruita i hortalissa •

>>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 •

>> **Carnet d'agremiat** del Gremi de Fruïters

El Carnet d'agremiat neix amb la idea de ser una eina útil per al fruïter.

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona fa mesos que ha posat en marxa el **Carnet d'agremiat**. Aquest carnet és de caràcter personal i intransferible i compleix una funció identificativa que posa en valor la figura del professional del comerç al detall de fruita i hortalissa.

AVANTATGES. El Carnet d'agremiat neix amb la idea d'oferir un conjunt de descomptes a l'agremiat en tota una sèrie de serveis i productes relacionats amb el desenvolupament de la mateixa activitat comercial i relacionats amb l'esfera personal.

Aquest carnet és una vella reivindicació de fa temps que, per fi, s'ha convertit en una realitat amb la finalitat de ser una eina útil per a tots els socis del Gremi de Fruïters •



El Carnet d'agremiat posa en valor la figura del professional fruïter.

El Facebook del Gremi de Fruïters segueix guanyant seguidors

A prop de 12.000 seguidors compta el **Facebook** del Gremi. Des del pasat mes de març el Gremi de Fruïters està present a Facebook amb l'etiqueta Catalunya Fruïters i des de llavors el nombre de followers no para d'incrementar.

Entre aquests seguidors hi ha tot tipus de perfil de població; característica molt notòria ja que vol dir que el nostre Facebook és interessant per a tothom.

OBJECTIU. Cal recordar que 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 ●

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

L'objectiu és utilitzar la difusió de Facebook per incrementar el consum de fruita i hortalissa a l'àmbit de Catalunya



Servei de prevenció de riscos laborals

El Gremi de Fruïters dur a terme una campanya d'informació dirigida a tots els agremiats sobre el compliment de la normativa relacionada amb la prevenció de riscos laborals.

Fa uns mesos el Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona va activar el nou **servei de prevenció de riscos laborals**, amb una tarifa econòmica molt ajustada i raonable, amb la finalitat que tot agremiat pugui accedir a complir la normativa de prevenció de riscos laborals.

En paral·lel també va posar en marxa una campanya d'informació dirigida a tots els agremiats sobre el compliment amb la llei 31/1995, de 8 de novembre, de prevenció de riscos laborals.

SEGURETAT I SALUT DEL TREBALLADOR. L'objecte i caràcter de la norma és promoure la seguretat i la salut dels treballadors mitjançant l'aplicació de mesures i el desenvolupament de les activitats necessàries per a la prevenció de riscos derivats del treball.

El compliment d'aquesta norma requereix un estudi confeccionat per un professional qualificat i amb la titulació corresponent; estudi que cada any ha de ser revistat i modificat en el supòsit d'alguna modificació del negoci i/o contractació de

nou personal i rescissió de contracte d'algun treballador que consti a l'estudi ●



ESTIMEM-NOS

Diuen que estimar-se a un mateix
fa que vulguis més als altres.

Per què no provem?

Rics en fibra i amb alt contingut en vitamina C.

El kiwi, un snack saludable a mig matí



Tot i que tenim clar que cal portar hàbits de vida saludables, de vegades és difícil mantenir-los quan sentim un atac de fam a mig matí. **Triar snacks saludables** per menjar entre hores ens ajudarà a aguantar fins al dinar aportant al mateix temps beneficis a l'organisme.

La fruita és l'aliment perfecte per picar a mig matí. El seu alt contingut en aigua, vitamines i minerals proporciona els nutrients essencials que necessita el nostre cos per al seu bon funcionament. Per aquesta raó, és aconsellable que des de petits tinguem l'hàbit de prendre tres peces de fruita al dia i evitar productes processats, rics en greixos saturats.

El kiwi, alt en vitamina C

Els kiwis **Zespri Green** i **Zespri SunGold**, a més de ser deliciosos són especialment rics en **vitamina C** i **fibra**, per la qual cosa t'ajudaran a tenir les defenses altes i mantenir un bon funcionament del sistema digestiu. Un kiwi **Zespri SunGold** té tres vegades més vitamina C que una taronja així que no dubtis a triar quan et sentis refredat o amb poca vitalitat.

Pots prendre el kiwi directament al natural o donar-li un toc original al teu **snack saludable de mig matí** seguint la recepta que et proposem.

Torrada Integral amb formatge, pernil de gall dindi i kiwi Zespri Green

INGREDIENTS

- 1 llesca de pa de motlle integral
- 25 g de formatge ricotta
- 1 talls de pernil de gall dindi rostit
- 1 kiwis Zespri Green
- 2 nous

MÈTODE

- 1 **Torra lleugerament** la llesca de pa de motlle integral i afegeix el formatge ricotta.
Pela el kiwis Zespri Green i talla'l a rodanxes fines.

- 2 **Cobreix la llesca** amb el pernil de gall dindi rostit i els talls de kiwi i gaudeix d'un snack ric i saludable.



Descobreix aquesta i moltes altres formes saboroses i originals incorporar el kiwi a la teva dieta a la nostra web
<https://www.zespri.eu/es/>



La TPG supera les expectatives del primer trimestre de l'any

Els resultats del primer trimestre de 2018 ha estat superior a l'expectatives estimades sobre l'activitat de la **Targeta Pagament Gremi (TPG)**, superant els 500.000€ de facturació. Els responsables del Gremi de Fruïters apuntat que aquesta xifra continua el dibuix alcista del passat exercici 2017 i que la TPG es consolida 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.

Creix el nombre de compradors que utilitzen la TPG com a sistema de pagament de liquidacions de les seves compres a les empreses majoristes del Mercat Central

REpte 2018. Amb aquest resultat del primer trimestre de l'any, que normalment no es caracteritza per aconseguir valors alts, la previsió es assolir el repte d'aquest any 2018: arribar entre dos i mig i tres milions d'euros de facturació de la TPG.

El nombre d'empreses majoristes adherides al sistema de pagament mitjançant la targeta TPG i l'increment del nombre de targetes en circulació són dos fets que incideixen de forma directa en l'augment del nombre de operacions de la TPG.

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 vintena d'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

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
Capella Fruïtes	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A	1060 - 1062 i 1029 - 1030
Hnos. González Pastoret	B	2001 - 2003
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
F. Pau	G	7009 - 7010
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.

laboriós fins a arribar a la confecció d'aquesta targeta i al seu llançament a l'últim trimestre del 2014.

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.

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 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.

El Gremi de Fruïters impulsa i promou el sistema de pagament TPG entre els fruïters i les empreses majoristes

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



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

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

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 immediata 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) ●

L'objectiu és promoure un major coneixement de les verdures i hortalisses de proximitat, en aquest cas, les carxofes i els calçots, i com treure'n tot el partit en el seu moment òptim de sabor i qualitat

Èxit de la campanya

“Viu la temporada de calçots i carxofes amb molt de gust”

Majoristes i detallistes de fruites i hortalisses, junts en la promoció de producte de temporada.

L'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) i el Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona van de la mà en la promoció del producte de temporada.

L'any s'ha iniciat amb una exitosa campanya per promoure un major consum de calçots i carxofes, dues de les hortalisses més típiques de l'hivern. Entre les novetats incorporades enguany destaquen la implicació de Mercabarna com a organitzadora conjuntament amb el dos gremis i els tallers infantils per contribuir als bons hàbits alimentaris entre els més petits, en la línia de “5 al dia”. Ambdós gremis treballen ja en noves iniciatives de cara a l'estiu i potenciar el coneixement sobre la riquesa de fruites de proximitat que ens arriben amb aquesta estació.

“Viu la temporada de calçots i carxofes amb Molt de gust” ha donat nom a la nova iniciativa que els majoristes de fruites i hortalisses de Mercabarna, els fruïters de Barcelona, i Mercabarna van celebrar de l'1 al 15 de març als mercats municipals de la capital catalana. Durant aquests dies, es van repartir gratuïtament 30.000 exemplars d'una guia receptari amb consells i trucs per triar, conservar i cuinar a casa aquestes hortalisses. La guia, a més, va comptar amb l'assessorament gastronòmic de la cuinera Maria Espín. L'objectiu va ser promoure un major coneixement de les verdures i hortalisses de proximitat, en aquest cas, la carxofa i els calçots, i com treure'n tot el partit en el seu moment òptim de sabor i qualitat.

ACTE CENTRAL. L'acte central de la campanya va ser el dia 3 de març, quan es va celebrar el II Gran Tast Popular amb 1.000 bunyols de calçot acompanyats de la salsa tradicional preparada artesanalment. El tast es va celebrar al Mercat del Ninot a partir de les 11.00 del matí i va comptar amb els consells de la cuinera Maria Espín. Una altra novetat van ser els dos tallers infantils sobre les hortalisses més festives que van encantar tan a grans com petits.



Des de l'esquerra, Toni Marrugat, gerent d'AGEM; els xefs Marc Castells i Maria Espín; Elisabet Flores, Relacions Públiques d'AGEM; Josep Pañella, especialista en calçots i carxofes i membre de la Junta Directiva de l'AGEM; i Tino Mora, president del Gremi de Fruïters.

Aquesta és la segona edició de la campanya dedicada a les hortalisses d'hivern. La proposta de majoristes i detallistes s'estrenava l'any passat amb molt bona acollida entre els fruïters i la clientela dels mercats. En aquesta nova edició, Mercabarna s'ha sumat a la proposta.

GUIA RECEPTARI. Durant la campanya, els compradors i les compradores dels 42 mercats municipals van rebre, de la mà dels mateixos fruïters, una guia receptari sobre la temporada de calçots i carxofes.

La cuinera Maria Espín ha col·laborat en la seva elaboració amb trucs per cuinar a casa aquestes hortalisses de manera molt senzilla i gustosa, i també per triar-les quan fem la compra i conservar-les fins al seu consum.

La guia està accessible a la web www.deproximitat-detemporada.cat ●

Informació facilitada per l'AGEM



Torres



Degustacions de l'alvocat Exótica Premium

La novetat d'aquesta edició de les degustacions del l'alvocat Exótica Premium de Cultivar, amb la col·laboració del Gremi de detallistes, és la realització d'un *show cooking*.

Entre maig i juny la firma Cultivar du a terme degustacions de l'alvocat de la seva marca **Exótica Premium** a diferents mercats municipals de les ciutats de Barcelona i de Cornellà de Llobregat, amb la col·laboració del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**.

SHOW COOKING. Una novetat d'aquestes degustacions és la realització d'un **show cooking** on l'alvocat serà el protagonista. El show cooking es durà a terme al mercat del Ninot.

Com última programació de degustacions de l'alvocat Exótica Premium i per fruir encara més i millor d'aquesta fruita, aquest alvocat s'acompanya d'un preparat d'espècies: "guacamole mix".

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

Durant els dies de la degustació es regalarà una bossa de la marca Exótica Premium a cada client dels fruïters que compri aquest alvocat.

SELECCIÓ. Sobre la marca, els responsables de Cultivar comenten que "vam crear la marca Exótica Premium per tal d'oferir als nostres clients més exigents fruita exòtica a l'alçada de les seves expectatives. Nosaltres mateixos seleccionem cadascuna de les peces de fruita que envasem sota la marca Exótica Premium, i només admetem aquelles fruites amb la millor qualitat gustativa. Fruïtes en el seu just punt de maduració que garanteixen el millor gust i textura". I afegeix que en clau de selecció, "sabem que no és fàcil distingir externament un bon alvocat d'un dolent. Per això els nostres professionals seleccionen amb la darrera tecnologia només les millors fruites, aquelles amb suficient proporció de matèria seca per garantir la textura i el sabor. A més, envasem només



Els mercats

Programació de les degustacions de l'alvocat Exótica Premium als següents mercats:

25 de maig:

- La Mercé
- Horta

26 de maig:

- La Concepció
- La Llibertat

1 de juny:

- Ninot
- Sants

2 de juny:

- Sagrada Família
- Sant Ildefons (Cornellà de Llobregat)

aquells avocats en el seu punt just de maduració, llestos per ser consumits. Així evitem que l'alvocat passi massa dies en el punt de venda o a les llars, sense poder ser consumit en el seu millor moment".

PROPIETATS. En els últims anys, l'alvocat s'ha convertit en un dels productes més comercialitzats de Cultivar. L'alvocat està de moda: no només és una fruita amb un gust exquisit, gairebé addictiu, sinó que es tracta d'un superaliment. En aquest sentit, investigacions recents han demostrat que l'alvocat posseeix més potassi que els plàtans, alts nivells de greixos bons o monoinsaturats que ajuden a reduir els nivells de colesterol dolent i, fins i tot, poden contribuir a la pèrdua de pes per la seva capacitat saciant i gran quantitat de fibra ●

Una cosa és dir que treballem en PRO del seu negoci.
Una altra és fer-ho:

Compte Expansió Negocis 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%

+

Gratis

+

0

+

Gratis

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

Servei Kelvin Retail, informació sobre el comportament del teu negoci.¹

comissions d'administració i manteniment.²

Una targeta de crèdit i una de dèbit per titular i autoritzat.

I molts avantatges més. El **Compte Expansió Negocis PRO** és el compte pensat per tal que despatxos professionals, autònoms, comerços i petites empreses es facin grans.

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

*Bonificació del 10% de la quota d'associat, associat o agremiat amb un màxim de 50 € per compte amb la quota domiciliada, per a nous clients de captació. La bonificació es realitzarà un únic any per a les quotes domiciliades durant els 12 primers mesos, comptant com a primer mes, el de l'obertura del compte. El pagament es realitzarà en compte el mes següent dels 12 primers mesos.

1. Comptador 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'ofereix el TPV en condicions preferents.
2. Rendibilitat: 0% TAE. (Campanya var_ServeiNoFinan) CREDITWARE CONSULTING SERVICES, S.L.U. és l'entitat encarregada del servei d'orientació jurídica telefònica i PEOPLE VALUE, S.L. és l'entitat encarregada del servei de descomptes i beneficis. Els serveis esmentats seran prestats d'acord amb les condicions que aquestes entitats tinguin establertes en cada moment, sense cap intervenció ni responsabilitat de Banco de Sabadell, S.A. El banc és aliè a qualsevol incidència i/o circumstància derivada o relacionada amb la prestació dels serveis, els quals, en tot cas, estan subjectes al fet que es mantinguin vigents els acords signats entre el banc i les entitats indicades. El servei d'orientació jurídica telefònica no inclourà les qüestions o possibles incidències de factibilitat del client que puguin afectar les seves relacions amb empreses del grup Banc Sabadell, filials o participades.

Les excel·lents condicions esmentades anteriorment del Compte Expansió Negocis PRO es mantindran mentre es compleixin els requisits establerts en el contracte. Actualment, com a mínim s'ha de complir un 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. Aquests requisits són de compliment mensual si al tercer mes no es compleixen aquestes condicions, automàticament el Compte Expansió Negocis PRO passarà a ser un Compte Professional.

bancsabadell.com

Captura el codi QR i
conex la nostra news
Professional Informa



Pantalles al frontal de les parades de Hnos. Fernández López

Les parades del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna són les primeres d'aquesta firma que incorporen les pantalles al seu frontal com una plataforma de comunicació més eficient i moderna.

A la passada edició de Fruit Attraction a l'octubre de 2017 la firma **Hnos. Fernández López** va presentar la seva nova imatge corporativa al sector hortofructícola i, des de llavors, ha implantat aquesta nova imatge als diferents nivells de l'empresa: web, papereria, retolació de les parades als diferents mercats centrals... En aquest sentit, als punts de venda del Mercat Central de Mercabarna Hnos. Fernández López presenten la novetat més recent amb la col·locació de pantalles als extrems del frontal de les parades.

MOSTRAR CONTINGUTS. Amb aquesta novetat Hnos. Fernández López dona un pas endavant a l'àmbit de la comunicació amb l'aposta per una nova forma de mostrar continguts que va en la línia de les noves tecnologies i que permet ser una plataforma de comunicació més eficient i moderna. Així, la integració de les pantalles permet mostrar continguts corporatius relacionats amb l'activitat comercial de l'empresa i dels seus productes com també dels seus proveïdors.

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. La nova imatge corporativa comporta un canvi radical de logo i modificació



Parades de Hnos. Fernández López al Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna amb la nova imatge corporativa i pantalles als extrems.

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 fortaleça de la companyia" i afegeix que "la nova imatge conserva el nom Fernández perquè, ahora, aprofitem el bagatge de coneixement i experiència dels nostres fundadors, la família Fernández, i també el reconeixement del sector" ●

Segona campanya de les regions ultraperifèriques d'Europa

L'escala del veler històric Le Marité a Alacant i la inauguració de la mostra fotogràfica "Exotic Taste of Europe" a bord del mateix són les primeres accions de la segona campanya de les regions ultraperifèriques d'Europa presentada a la ciutat llevantina el passat més d'abril.

Tres organitzacions agrícoles de les esmentades regions productores de plàtans (ASPROCAN, Espanya) i bananes (Gesba, Portugal i UGPBAN, Martinica i Guadalupe) lideren la campanya que difon la qualitat dels seus productes agrícoles i el logo europeu que els certifiquen, així com la importància del sector per a l'economia i el medi ambient de les RUP.

COMPETITIVITAT. La campanya cofinançada per la UE i sota l'eslògan "El logo de les regions ultraperifèriques, nascut amb estrella europea" es desenvoluparà així mateix en altres països europeus: Portugal, França, Bèlgica, Alemanya i Polònia.

El logo RUP ha estat creat per la Unió Europea per millorar la competitivitat de les regions europees ultraperifèriques en el mercat interior i enfront dels productes procedents de tercers països, que no formen part de l'espai comunitari.

La campanya, que es va iniciar el 2017, continuarà fins 2019. A més de l'exposició itinerant a bord del veler Le Marité, el programa també inclou exposicions fotogràfi-



ques a les capitals dels països citats, a més d'Espanya, així com activitats pedagògiques sobre els productes agrícoles amb la participació de professors i alumnes d'escoles del continent europeu i de les regions ultraperifèriques d'Europa.

Aquesta campanya col·lectiva i trienal difon també informació a la web www.exotictasteofeurope.eu i a xarxes socials a través de facebook ("Exotic Taste of Europe") ●

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



MELÓ



DUNAMAR



Gaudeix del gust

www.dunamar.es
950 40 71 80

L'embalatge agrícola de cartró ondulat UNIQ va visitar Mercabarna

UNIQ ha editat un vídeo d'instruccions de muntatge, paletitzat i càrrega d'envasos UNIQ.

Com és habitual els darrers anys, el **segell de qualitat UNIQ**, l'envàs agrícola dissenyat i avalat pel conjunt de la indústria espanyola de cartró ondulat, va visitar el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna i va observar amb un detall a cada empresa majorista. La promoció es va dur a terme durant la segona quinzena del mes d'abril. La mateixa promoció també es va dur a terme al mercat majorista de fruites i hortalisses de Mercamadrid.

El saber fer i l'experiència d'**AFCO, Associació Espanyola de Fabricants d'Envasos i Embal·latges de Cartró Ondulat**, han permès desenvolupar el segell de qualitat UNIQ, envàs de referència de cartró ondulat per al sector agrícola, on la clau del seu èxit se centra en haver sabut escoltar als operadors del sector i oferir una solució a mida per fer arribar les fruites i hortalisses fresques al consumidor final en perfecte estat.

AVANTATGES. UNIQ aporta valor afegit als productes hortícoles. 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.



VIDEO. UNIQ ha editat recentment un vídeo amb les instruccions de muntatge, paletitzat i càrrega d'envasos UNIQ.

El vídeo conté diverses recomanacions sobre les caixes UNIQ, entre d'altres, de com col·locar les caixes per a una correcta ventilació del producte, com muntar les caixes per no perdre la verticalitat del palet, com calibrar adequadament el producte i la pressió interior... Tot un conjunt d'informació presentada de forma útil, pràctica i simple com una eina més a les mans dels operadors de fruites i hortalisses per millorar encara més l'ús de les caixes agrícoles UNIQ.



La IGP Poma de Girona va promoure l'alimentació saludable al torneig MIC

La Indicació Geogràfica Protegida **Poma de Girona** va promoure l'alimentació saludable en un dels tornejos de futbol i bàsquet base més importants del món, el MIC –Mediterranean International Cup. Per aconseguir-ho, Poma de Girona va lliurar una poma després de cada partit a tots els nois i noies que va participar al torneig. La competició es va dur a terme del 28 de març a l'1 d'abril i va portar a equips d'arreu del món a diverses seus de les comarques gironines, on es disputaran els partits.

Llorenç Frigola, president de la IGP Poma de Girona, va explicar que formar part del MIC els hi ha permès "donar a conèixer els beneficis de la fruita a nois i noies que participin al torneig", i va assegurar que d'aquesta manera "estenen la IGP Poma de Girona arreu del món". Frigola va recalcar la importància de "promocionar els hàbits saludables en un entorn on els esportistes són els protagonistes principals", i va recordar que "consumir almenys cinc racions de fruita i verdura és clau pel correcte desenvolupament vital i esportiu de les persones, especialment dels més joves".

LA IGP POMA DE GIRONA. Poma de Girona és una Indicació Geogràfica Protegida (IGP) en la que s'agrupen tres empreses que s'ocupen de la comercialització de la poma: **Girona Fruits** (Bordils), **Giropoma Costa Brava** (Ullà) i **Fructícola Empordà** (Sant Pere Pescador). La IGP Poma de Girona compta amb 79 socis productors que representen un total de 1.700 hectàrees productives distribuïdes entre el Baix Empordà, l'Alt Empordà, La Selva i el Gironès. Poma de Girona cultiva quatre varietats entre les quals trobem Gala, Golden, Red Delicious i Granny Smith.

La proximitat del mar Mediterrani i dels Pirineus fa que les plantacions gaudeixin d'un clima privilegiat. A més, la Poma de Girona està mundialment reconeguda com un producte de qualitat, segur, de confiança i sostenible. Els productors són fructicultors molt qualificats que usen tècniques de producció integrada respectuoses amb el medi ambient, responsables i sostenibles. Alhora fan controls de qualitat estrictes i implanten sistemes de traçabilitat.

TARGETA PAGAMENT GREMI



TPG

Informa-te'n!

Gremi Provincial de Detallistes de Fruites i Hortalisses de Barcelona

Mercabarna. c/ Major, 75. Pavelló G, 3a planta, 5è despatx.

08040 Barcelona. www.gremifruiters.com



 Sabadell

 AGEM

 reset control, s.a.



sabor

frescor

salud

vida



ESCANDELL

Frutas Escandell, s.a.
Mercabarna
Tel. 93 335 31 91 - Fax 93 335 02 74
info@frutasescandell.com
www.frutasescandell.com



la mejor
selección
de variedades de
frutas y
hortalizas



escandell.com



La més
dolça

www.sandiafashion.com



*Sandia Fashion és un aliment amb molt baix contingut de sucres, 44 mg / 100g. * Un menor consum de sucres contribueix a mantenir la pressió arterial normal, la funció dels vasos i el colesterol i a reduir el risc de malalties cardiovasculars i de tipus 2 de diabetis. Si tens algun problema de salut, consulta a un professional de la salut. Les autoritats sanitàries no aconsellen consumir més de 5 g de sucres al dia. * Més informació a: www.sandiafashion.com



unIQ

garantía · calidad · cartón

Descomposición:
2 meses



Descomposición:
400 años



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

