

Catalunya Fruïters

exemplar gratuït



| Renovació de la Junta Directiva del Gremi de Fruïters |

| Campanya d'estiu Gust d'Estiu amb 5 Gaspatsos |

| Projecció de futur de la targeta de pagament TPG |

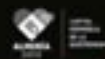
| Mercabarna convoca els primers premis contra el malbaratament alimentari |



www.grupocaparrós.com 950 600 213



LA VERMELLA
AMB MÉS GUST





Torres

También en verano!



SUMARI

ANY XXV. ÈPOCA II. NÚM. 124. ABRIL - JUNY DE 2019

EDITORIAL

3 Per un Gremi actiu, dinàmic i operatiu

GREMI

7 Nova Junta Directiva del Gremi de Fruïters

12 Projecció de futur de la targeta de pagament TPG

18 Distintiu del Gremi de Fruïters

Servei de promoció del Gremi de Fruïters

22 Calendari 2020 del Gremi de Fruïters

Facebook del Gremi de Fruïters

Carnet d'agremiat del Gremi de Fruïters

MERCABARNA

4 Mercabarna convoca els primers premis contra el malbaratament alimentari

MAJORISTES

14 Campanya d'estiu Gust d'Estiu amb 5 Gaspatxos

NOTES

15 La marca Mantiana cobreix de poma gairebé tot l'any

16 La marca Villa María patrocina la Unió Esportiva Santboiana

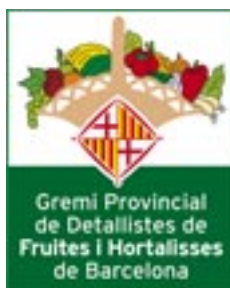
20 Novetat UNIQ: Barquetes sostenibles, eficients i fiables Mario Moreno, director comercial de Hortoventas

APARADOR

6 Consells de Plátanos Ruiz per conservar els plàtans a l'estiu

10 Campanya de "influencers" de Sandía Fashion

19 Nova campanya "El meló i la síndria del futur" de Bruñó



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


OSCAR 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

Publies, sl

REVISIÓ LINGÜÍSTICA

Glòria Trias

DIPÒSIT LEGAL

B-13.866-03

COL·LABORADORS

AGEM, IMMB, MERCABARNA.

EDITORIAL



Tino Mora i Boj

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

Per un Gremi actiu, dinàmic i operatiu

Com ja anunciàvem a la nostra revista Catalunya Fruïters, hi ha nova Junta Directiva del Gremi de Fruïters de la qual sóc ara president, juntament amb Marc Taribó, en el càrrec de vicepresident; Eduard Piñol, secretari; Jesús Puente, tresorer i Josep Fabregat, que segueix de vocal amb Manuel Moreno.

Les noves incorporacions a la Junta demostren que al sector hi ha interès per un Gremi actiu, dinàmic i operatiu amb futur.

Tots plegats tenim molta il·lusió amb aquesta tasca associativa al capdavant del Gremi. Estem convençuts que el Gremi ha d'estar obert a tothom i ha d'escoltar tots els socis per ser el Gremi de tots els fruiters.

Remarcar que tots els membres d'aquesta Junta vivim la mateixa realitat i patim la problemàtica derivada de l'exercici de la nostra activitat comercial de venda al detall de fruita i hortalissa. Tots comptem amb un grapat d'anys de dedicació al sector de la fruita.

Necessitem un Gremi de Fruïters fort amb el suport del major nombre de fruiters. Així tindrem més capacitat davant dels diferents organismes i administracions ja sigui per posar en marxa nous projectes i iniciatives com per afrontar tots aquells reptes que ens planteja la nostra activitat. Cal animar al fruiters a fer pinya al voltant del Gremi perquè tots hi sumen i és la manera d'aconseguir tenir més força com a col·lectiu •

Mercabarna convoca

els primers premis contra el malbaratament alimentari

Mercabarna convoca els primers **Premis Mercabarna Paco Muñoz**, per promoure i reconèixer iniciatives que es duguin a terme contra el malbaratament alimentari, en la baula de la producció i la distribució alimentària.

Mercabarna convoca els primers **Premis Mercabarna Paco Muñoz**, per promoure i reconèixer iniciatives que es duguin a terme contra el malbaratament alimentari, en la baula de la producció i la distribució alimentària.

La denominació d'aquests guardons, que s'atorgaran anualment, és un homenatge a Paco Muñoz per la seva llarga trajectòria professional en l'àmbit de la lluita contra el malbaratament alimentari, tant des de la Universitat Autònoma de Barcelona com des de la Plataforma Aprofitem els Aliments (PAA). Paco Muñoz és també un referent per a Mercabarna, ja que juntament amb el seu equip de la PAA, va realitzar un estudi per maximitzar l'aprofitament alimentari en aquest mercat.

5.000 EUROS. La dotació del premi serà de 5.000€ repartits en 4 categories diferents.

Primera: Productors catalans del sector hortofructícola, carni i pesquer que estiguin aplicant mesures que ajudin a reduir la pèrdua de producció.

Segona: Empreses majoristes amb seu a Catalunya dels sectors hortofructícola, carni i pesquer que implementin projectes per a reduir el malbaratament alimentari.

Tercera: Empreses minoristes catalanes dels sectors hortofructícola, carni o pesquer que hagin posat en marxa mesures en aquesta línia.

I quarta: Treball en xarxa - iniciatives que lluitin contra el malbaratament alimentari, promogudes entre dos o més agents de la cadena alimentària i d'entitats socials.

El termini d'admissió de projectes s'obrirà el 3 de juliol i finalitzarà el 15 d'octubre.

El lliurament dels premis tindrà lloc durant el mes de novembre de 2019.

Les bases per a participar es poden consultar al web de Mercabarna: www.mercabarna.es/premiospacomunoz.



EL JURAT. El jurat dels premis està format per experts de diferents institucions i entitats.

Arturo Angulo, expert en aliances en l'Organització de les Nacions Unides per a l'Agricultura i l'Alimentació (FAO); Glòria Cugat, subdirectora general d'Inspecció i Control Alimentari del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya; Elena Bagaria, tècnica del Departament de Prevenció i Eficiència dels Recursos a l'Agència Catalana de Residus; Carlos Vázquez, cap de Gestió de Residus de l'Ajuntament de Barcelona; Chema Gil, director del Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari (CREDA); i Gaby Susanna, directora de la Plataforma Aprofitem els Aliments (PAA).

5KG PER PERSONA I ANY. Un terç dels aliments que es produeixen al món es malbaraten.

A la Unió Europea, cada any es desaprofiten 88 milions de tones d'aliments, amb un cost associat de 143 bilions d'euros. Aquesta quantitat equival a uns 173 kg per persona. Es produeix malbaratament en tots els passos de la cadena alimentària. La producció i el processament

L'Agència de Residus de Catalunya indica que es malbaraten més de **260.000 tones d'aliments a l'any**, que servirien per nodrir 500.000 persones. Això equival a **34,9 kg / habitant** i llençar 841 milions d'euros anuals

generen el 30% dels aliments descartats, la comercialització el 5%. Al final del procés, en els serveis i les llars, s'acumula el 65% d'aquest fenomen, segons dades del Projecte Fusions de 2012.

Si acostem aquestes dades al territori català, l'Agència de Residus de Catalunya indica que es malbaraten més de 260.000 tones d'aliments a l'any, que servirien per nodrir 500.000 persones. Això equival a 34,9 kg / habitant i llençar 841 milions d'euros anuals •

Informació facilitada per Mercabarna



BARQUETAS UNIQ, TU ALTERNATIVA EN CARTÓN

RECICLABLE,
RENOVABLE Y
BIODEGRADABLE

SEGURA E
HIGIÉNICA

100% CARTÓN

INNOVADORA

IMPRIMIBLE,
HERRAMIENTA DE MARKETING

PROTEGIDA
Y FRESCA



CARTÓN
Sostenibilidad sin límites

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



sabor

frescor



salud



vida



la mejor
selección
de variedades de
frutas y
hortalizas





La Plataneria del mercat del Carmel és un exemple dels senzills i pràctics consells per mimar el plàtan fins al seu consum i mantenir-lo en òptimes condicions de textura i sabor. L'espectacular piràmide, on els plàtans són exposats de forma específica per evitar que xoquin



entre sí, es converteix en un punt d'atracció visual. La Plataneria del mercat del Carmel està pensada i dissenyada únicament i exclusivament per a la venda i l'exposició del plàtan de Canàries i la banana i facilitar l'experiència de compra del consumidor.

Consells de **Plátanos Ruiz** per conservar els plàtans a l'estiu

Aquesta empresa familiar, especialitzada des de 1964 en el plàtan de Canàries, ha desenvolupat un procés de maduració artesanal que replica de la millor manera possible el que seguiria el plàtan a la planta, gràcies a un mètode propi que combina tecnologia, coneixement i experiència.

Plátanos Ruiz, dedicat en exclusiva a la maduració i distribució de plàtans al major i al detall, brinda pràctics i senzills consells fruit de la seva experiència i especialització per mimar el plàtan fins al seu consum, i mantenir-lo en les millors condicions de textura i sabor. Els plàtans són una fruita de clima tropical molt delicada, que es talla verda per poder manipular-la i empaquetar-la, i requereix un procés de maduració en càmeres a la zona de consum abans d'arribar a la seva destinació.

MADURACIÓ ARTESANAL. Gràcies a la maduració artesanal els plàtans poden conservar-se en millors condicions durant més temps i és molt habitual que fins i tot 10 dies després de la sortida de la càmera estiguin en perfecte estat de conservació. Tot i que el plàtan estigui negre per fora, la polpa està en el seu punt de textura i de sabor.

A l'estiu, amb les altes temperatures, el plàtan tendeix a coure i no madura. Directament es posa tou i perd el seu sabor. Per això cal seguir uns consells destinats al venedor i al consumidor final que ajudin a mantenir el plàtan el major temps possible.

PER ALS VENEDORS. A l'estiu és fonamental seguir aquests consells per respectar el procés de maduració dels plàtans i que arribin als clients en les millors condicions. Primer: mai deixar els plàtans exposats a una font de calor, com un camió o furgoneta a l'espera de ser descarregats, perquè amb la calor els plàtans literalment es couen.

Segon: evitar els cops i deixar caure les caixes a terra perquè el seu impacte fa xocar als plàtans que comencen

a enfosquir-se en les zones de fricció per dins i per fora perdent brillantor i qualitat.

Tercer: és molt important la temperatura de conservació dels plàtans per mantenir-los en les millors condicions. Entre 10 i 20°C el plàtan segueix el seu procés de maduració, manté el seu aspecte, el seu excepcional sabor i duren més. És habitual guardar-los en una càmera abans d'exposar-los al punt de venda, però cal tenir en compte que si es guarden a una temperatura inferior a 10° haurien de tapar-se amb una lona perquè amb el fred el plàtan es queda sense madurar i es posa negre.

I quart: a la botiga recomanem no apilar els plàtans sinó distribuir-los en un taulell, penjats o en expositors específics que eviten que els plàtans xoquin entre si.

PER AL CONSUMIDOR. Per al consumidor els consells també són pràctics i senzills i se centren en seguir el procés òptim de maduració.

Primer: evitar cops, fregaments i friccions.

Segon: no suportar altres fruites a sobre; i especialment cal separar-los de les que desprenen etilè com la poma o el kiwi, ja que acceleraria la seva maduració.

Tercer: allunyar el plàtan de fonts de calor i fred; i també dels corrents, com l'aire condicionat.

I quart: a casa i durant l'estiu, els plàtans també haurien d'estar entre 10 i 20°C. Cal tirar mà del termòmetre per buscar on poden conservar aquesta temperatura i si no tenim cap cambra adient, guardar-los a la nevera a l'apartat de menys fred i protegits en la seva bossa de paper, paper de diari o drap ●

Nova Junta Directiva del Gremi de Fruïters

S'obra una nova etapa amb la intenció de consolidar aquelles accions ja iniciades i propulsar altres de noves en benefici del conjunt del col·lectiu de fruïters.

El decés de Tino Mora i Esteve ha comportat la reorganització de la Junta Directiva del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona.

La reorganització ha consistit en la renovació de càrrecs d'alguns membres de la Junta i la incorporació de nous.

NOVES INCORPORACIONS. Destacar les incorporacions de Marc Taribó, de Camarasa Fruïtes, com a vicepresident del Gremi de Fruïters; Eduard Piñol, del mercat de Sants, secretari; i Manuel Moreno i Llamas, del mercat del Carmel, vocal.

Tino Mora i Boj, del mercat de la Llibertat, ha passat de tresorer a president i Josep Fabregat i Basagañas, del mercat de Les Corts, de vicepresident a vocal.

La Junta Directiva aposta perquè el Gremi de Fruïters estigui obert a tothom i escolti tots els socis i, així, fomentar la participació de tots els agremiats

Alguns membres d'aquesta nova Junta Directiva porten una llarga trajectòria en entitats associatives relacionades amb els mercats municipals i amb la pròpia activitat professional.

MILLOR SERVEI. Comença una nova etapa amb la intenció de consolidar aquelles accions ja iniciades i propulsar altres de noves en benefici del conjunt del col·lectiu de fruïters i amb l'objectiu de poder servir millor a tots els agremiats.

La Junta Directiva aposta perquè el Gremi de Fruïters estigui obert a tothom i escolti tots els seus socis. Així, es pretén fomentar la participació de tots els agremiats i que aquesta participació es tradueixi en sumar més força per poder defensar els interessos del fruïters davant les diferents administracions.



Tino Mora i Boj, nou president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, en la Trobada 2017.

Quadre directiu del Gremi de Fruïters

CÀRREC	NOM
>> President	Tino Mora i Boj
>> Vicepresident	Marc Taribó i Tena
>> Secretari	Eduard Piñol i Manzano
>> Tresorer	Jesús Puente i Cabrerizo
>> Vocals	Josep Fabregat i Basagañas Manuel Moreno i Llamas

CONSOLIDAR OBJECTIUS. Hi ha una llista important d'objectius arrossegada de l'anterior junta directiva que continuarà en l'actual: millorar i incrementar els serveis per als socis; promoure el reconeixement de la professionalitat del nostre ofici; acabar amb l'intrusisme i integrar els novvinguts a la xarxa de comerç hortofructícola.

Un altre dels reptes és potenciar el consum de fruites i hortalisses entre la població •



ESTIMEM-NOS

Cuidar-te cada dia amb els kiwis Zespri® és estimar-te a tu mateix.
Centra la teva vitalitat a cuidar-te i estimar més els altres.
Provem-ho!

Kiwis Zespri®, la teva aportació diària i natural de fibra i de vitamina C.

Zespri
Kiwifruit

ZESPRI® T'AJUDA A ENTRENAR LA TEVA VITALITAT



La vitalitat potencia el millor de tu mateix, et mou a perseguir nous reptes i a lluitar per aconseguir-los. A Zespri®, et volem ajudar a entrenar aquesta vitalitat perquè gaudeixis encara més del teu dia a dia.

Els pilars que defineixen la vitalitat són actituds i accions que pots entrenar i millorar fent petits canvis a la teva rutina diària.

Un dels consells vitals més importants és incorporar hàbits saludables a la teva vida, com ara incloure fruita i verdura a la teva dieta diària i practicar cada dia entre 20 i 30 minuts d'exercici físic.

LA IMPORTÀNCIA DE L'ALIMENTACIÓ

Perquè aquestes accions funcionin i et sentis realment vital, cal una alimentació saludable. Les presses i la temptació per consumir menjar ràpid fan que no mengis prou verdura i fruita fresca cada dia.



Si incloues una alimentació rica i variada entre els teus hàbits saludables, afrontaràs la jornada d'una manera més vital. Per començar el dia amb vitalitat, afegeix sempre fruita a l'esmorzar, com els kiwis Zespri®, en qualsevol de les seves varietats, Zespri Green i Zespri SunGold. Aquesta fruita aporta nutrients essencials que

necessites, com ara la vitamina C, que redueix el cansament i la fatiga i millora la teva vitalitat.

Des de Zespri®, et proposem un esmorzar deliciós i nutritiu, ideal per a tota la família:

flocs de civada amb llet d'ametlla i kiwi Zespri Green.



INGREDIENTS

- 200 g de flocs de civada
- 5 dl de beguda vegetal d'ametlla
- 4 kiwis Zespri Green
- 100 g de maduixes
- 4 culleradetes de festucs picats
- 4 culleradetes de mel

ELABORACIÓ

1. Prepara la civada seguint les instruccions de l'envàs.
2. Aboca-la en una paella, afegeix-hi la beguda vegetal d'ametlla i cuina-ho a foc lent durant 5 minuts, remenant constantment, fins que tingui una textura cremosa.
3. Posa la barreja en un bol i col·loca-hi per sobre el kiwi Zespri®, maduixes, festucs, una culleradeta de mel i... gaudeix d'un dia ple de vitalitat!

COM POTS ENTRENAR LA VITALITAT?

Entra a espaciovitalidad.es i hi descobriràs consells i receptes per entrenar la teva vitalitat cada dia. Centra la teva vitalitat a cuidar-te i estimar-te cada dia i estimar més els altres.

>> Campanya de “influencers” de Sandía Fashion

Els 14 *influencers* de la campanya acumulen una audiència de 3 milions de seguidors.

En el marc de la comunicació de **Sandía Fashion** aquesta temporada la seva potent campanya a les xarxes socials compta amb 14 *influencers*, que acumulen una audiència de prop 3 milions de seguidors. Entre ells, 5 *macroinfluencers* amb gran reconeixement al nostre país i 9 *microinfluencers* que aportaran proximitat i naturalitat.

Entre els *macroinfluencers*, Carlos Ríos, conegut a les xarxes pel seu moviment RealFooding; el maratonista Raúl Gómez; Miri Masterchef, finalista de la cinquena edició del famós talent show culinari...

Objectiu. L'objectiu d'aquesta campanya que va començar al juny i acabarà a l'agost, els mesos de més consum de Fashion, és influenciar i augmentar la preferència de marca en el consumidor de Fashion gràcies al gran poder prescriptor d'aquests *influencers*.

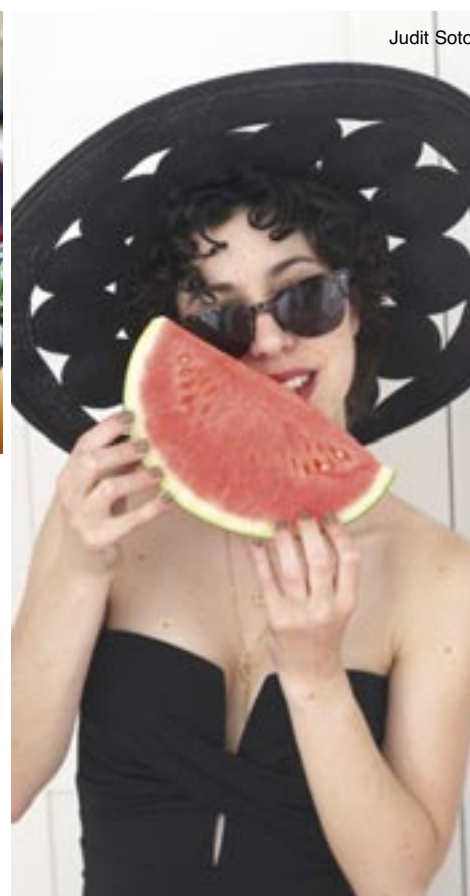
Les accions se centren a Instagram per ser la xarxa social amb major concentració de target i creixement en els últims anys.

Els fils de contingut versen sobre els quatre eixos, emblemes de comunicació de màxima importància per a la marca: salut, esport, cuina i família ●

Els fils de contingut versen sobre els quatre eixos de major importància, ja emblemes de comunicació, per a **Sandía Fashion**: salut, esport, cuina i família



Gema Payá



Judit Soto



Curly Azahara



Raúl Gómez

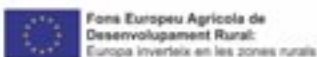


Gloria Carrión

Agricultura Sostenible



Amb la col·laboració de:



producciointegrada

producciointegrada.cat

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.

Projecció de futur de la targeta de pagament

TPG



La consolidació de la **Targeta Pagament Gremi (TPG)** és tangible any rere any com a sistema de pagament de liquidacions de les compres dels clients de les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

En termes generals, el nombre d'empreses majoristes adherides al sistema de pagament mitjançant la targeta TPG i el nombre de targetes en circulació són dos fets que incrementen el volum d'operacions de la TPG.

LÍNIA ASCENDENT. Cal afegir 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, que són factors que ajuden a dibuixar la línia ascendent de la TPG.

En aquesta línia de treball, també sumen les campanyes promocionals específiques que el Gremi de Fruïters

du a terme per potenciar la TPG entre els compradors i els majoristes del Mercat Central de Mercabarna.

Tot plegat dibuixa una línia ascendent de la TPG i una projecció de futur amb un clar recorregut de possibilitats i d'opcions de creixement en nombre d'empreses majoristes adherides i en nombre de titulars de la targeta.

COL·LECTIU. La TPG és un exemple més dels projectes que dur a terme el Gremi de Fruïters en benefici de tot el col·lectiu. 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.

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

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

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

La TPG es consolida com un sistema de pagament de liquidació de les compres dels clients dels majoristes del Mercat Central

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

EMPRESA	PAVELLÓ	NÚMERO
Torres Hnos y Suc's	A	1021 - 1024
Capella Fruïts	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A	1060 - 1062 i 1029 - 1030
Fruïts Ràfols	B G	2030 7029 - 7031
Fruïts Joan Serra	B	2050
Churry	C	3034 - 3036
Deltabarna	C	3041 - 3044
Fruïtes i Hort. Gavà	C	3057 - 3060
Visa Fruïts	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
Fruïts Figueres	F	6037 - 6039
Prats Fruïts	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 20 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

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 gaudir 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 Central de Mercabarna.

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 ●

Campanya d'estiu **Gust d'Estiu amb 5 Gaspatxos**

Aquesta campanya s'engloba en el marc de promocionar les fruites i hortalisses de temporada de la mà dels majoristes i detallistes.

El passat dia 12 de Juny, amb l'objectiu de promocionar els nostres productes, va tenir lloc a les oficines de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM), el tret de sortida a la campanya d'estiu **Gust d'Estiu amb 5 Gaspatxos**.

Durant l'acte de presentació als mitjans de comunicació, Pere Prats, vicepresident de l'AGEM, ens va fer una previsió de les tendències de consum de fruites i hortalisses per l'actual campanya d'estiu, caracteritzada per la presència de la fruita d'os d'origen català.

Així mateix, Pablo Campra, doctor en química de la Universitat de Granada, va presentar els resultats de la seva recerca sobre els efectes antitumorals del gaspatxo tradicional fresc.

A l'acte inicial de campanya vam poder degustar el gaspatxo tradicional, el gaspatxo de remolatxa, el gaspatxo verd, el gaspatxo tropical, el gaspatxo tradicional sense gluten i el polo de gaspatxo kids del receptari original elaborat pel cuiner Pep Nogué i Boglarka Dul del Culinary Institut of Barcelona dels quals se n'han repartit 12.500 exemplars.

DEGUSTACIÓ A MERCATS. Els dies 14 i 15 de juny es van poder degustar a diferents mercats de Barcelona alguns d'aquests gaspatxos.

Els clients dels mercats de la Llibertat i de l'Abaceria van poder gaudir-ne el divendres 14 de juny i els del Carmel, Sant Antoni i Ninot l'endemà.

TALLER INFANTIL. A més a més al mercat del Ninot, els nens i nenes van poder conèixer de primera mà els productes per elaborar un gaspatxo tradicional a través d'un taller infantil i van poder tastar el Polo de Gaspatxo Kids.

ENTITATS. Tots aquests actes han estat possibles gràcies a l'organització conjunta de l'AGEM, el Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Mercabarna,



+ Informació

Descarregueu el receptari del gaspatxo a:

www.5gaspatxos.com

www.agem.mercabarna.com

Seguir aquesta iniciativa a les xarxes socials:

Facebook

www.facebook.com/AGEM.BCN/

Twitter

@Agem_majoriste

Instagram:

[agem_fruitahortalissa](#)

[#5gaspatxos](#)

[#productedetemporada](#)

amb la col·laboració del Culinary Institut of Barcelona (CIB) i l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) ●

Informació facilitada per l'AGEM



Fotografia superior.

D'esquerra a dreta: Tino Mora i Boj, president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona; Jaume Flores, president de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) i el xef Pep Nogué al mercat del Ninot.

Fotografia inferior.

Un moment de la presentació de Pablo Campra, doctor en química de la Universitat de Granada.

La marca **Mantiana** cobreix de poma gairebé tot l'any

Eduard Ràfols, gerent de la firma **Fruits Ràfols**, comenta diversos aspectes comercials i productius de les pomes comercialitzades a través de la seva marca **Mantiana**.

La firma Fruits Ràfols compta amb diverses marques pròpies perquè com apunta el seu gerent: “després d'observar i seguir l'evolució del mercat ens vam llançar a comercialitzar determinats productes amb marca pròpia per dues raons principals. La primera, poder garantir un producte de qualitat i així fidelitzar els nostres clients i, la segona, exigir als nostres proveïdors uns determinats paràmetres”.

Una d'aquestes marques és **Mantiana**. “Sota aquesta marca comercialitzem poma gairebé tot l'any”, afirma Ràfols.

DISPONIBILITAT. Fruits Ràfols va començar el projecte de la marca Mantiana fa uns anys tot i que fa dos que cobreix gairebé tot el calendari anual de poma.

La diversitat d'orígens permet assegurar disponibilitat de producte i, fins i tot, durant algun període disposar de poma de diferents procedències. En aquest sentit, Ràfols manifesta que “comptem amb poma de diferents zones de producció d'Europa que compleixen els nostres paràmetres de qualitat i que segueixen pautes de producció integrada i pesticida 0 amb el màxim respecte pel medi ambient”.

VARIETATS. L'oferta de la marca Mantiana presenta principalment poma Golden, Royal Gala, Fuji, Granny Smith i Canadà.

NOVETAT. En clau de sostenibilitat i com a novetat per a la temporada vinent, està planificat començar a utilitzar alvèols biodegradables en les caixes de Mantiana i iniciar un procés de retirada de plàstic.

En la mateixa línia, la firma Fruits Ràfols està estudiant diferents alternatives d'etiqueta adhesiva per a la marca Mantiana per assolir una etiqueta més sostenible i d'aquesta manera assolir més reptes de sostenibilitat ●



Eduard Ràfols,
gerent de Fruits Ràfols.





Fruits Nules és l'empresa productora de taronges i mandarines **Villa María**. El seu director comercial, Manel Martínez, explica com va sorgir la idea i els motius del patrocini de la Unió Esportiva Santboiana.

Manel Martínez, director comercial de **Fruits Nules**

La marca **Villa María** patrocina la Unió Esportiva Santboiana

P: Com va sorgir la idea de patrocinar la Unió Esportiva Santboiana?

R: Fa moltíssims anys que tenim uns clients a Sant Boi de Llobregat amb qui ens uneix una gran amistat, els germans Minyonet, que disposen de parades al mercat de Sant Antoni i amb qui sempre parlàvem del rugbi.

Anys més tard, un altre amic, Toni Gabarró, aleshores president de la Santboiana, de la firma de Deltabarna, també ubicada a Mercabarna com nosaltres, va convidar-me a veure un partit de l'equip de rugbi.

En resum, em van agradar els valors que representa el rugbi: esforç, lluita, noblesa, autenticitat... i, sobretot, el "tercer temps" i tot allò que representa.

Tot plegat va fer que sorgís la possibilitat de col·laborar amb la Unió Esportiva Santboiana.

P: Per què?

R: En primer lloc, perquè és la Santboiana és l'equip degà del rugbi espanyol i una institució reconeguda a Catalunya. I en segon lloc, unir la marca Villa María amb la Santboiana és un honor perquè compartim molts valors: esforç, sacrifici, il·lusió, respecte, empena, superació...

P: És el primer any de col·laboració?

R: Sí, van començar el patrocini la temporada 2018-19 amb la idea de continuar la següent que coincideix, a

"Unir la marca **Villa María** amb la Santboiana és un honor perquè **compartim molts valors**: esforç, sacrifici, il·lusió, respecte, empena, superació..."

més a més, amb el centenari de la Unió Esportiva Santboiana.

P: Què representa per a la marca Villa María aquest patrocini?

R: Per nosaltres la satisfacció personal i un reconeixement de representar una marca a l'equipació d'una entitat com la Santboiana en un esport, el rugbi, que aglutina uns determinats valors ●

PERAS MONTE AGUARES, PERAS DE ALTURA



VOLANDO VOY,
VOLANDO VENGO...



Monte Aguares

Cultivamos la mejor pera de altura
a las puertas del Pirineo Aragonés.

Monte Aguares

es una marca de Prats Fruits

Contáctanos en: monteaguares@pratsfruits.com



www.pratsfruits.com

#Quenadatepare



El truc és que no hi ha truc. L'autèntica és Fashion!



Un menor consum de sodi contribueix a mantenir la tensió arterial normal. La Fundació Espanyola del Cor recomana seguir una dieta variada i equilibrada i un estil de vida saludable. Si vostè té unes condicions dietètiques especials o pateix alguna malaltia ha de consultar a un professional de la salut. Les autoritats sanitàries no aconsellen consumir més de 5 grams de sal al dia. Sandia Fashion és un aliment amb molt baix contingut de sodi: +4 mg / 100 g.

www.sandiafashion.com #quenadatepare #laautenticaesfashion



Escaneja aquest codi
i descobreix la veritable
màgia de la síndria **fashion**.

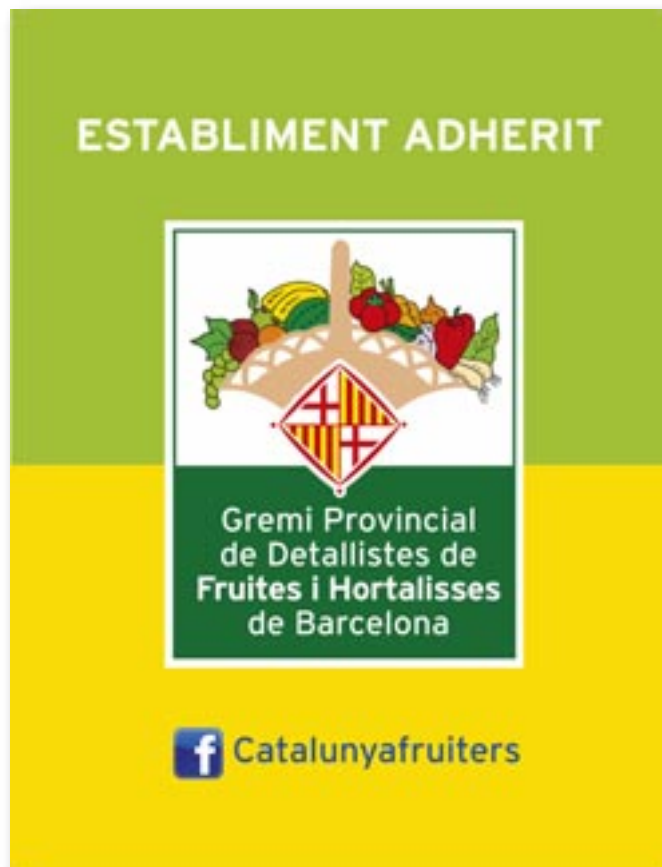


>> Distintiu del Gremi de Fruïters

Aquest distintiu pretén comunicar i transmetre al gran públic el **valor afegit** que suposa estar agremiat al Gremi de Fruïters.

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona ha començat a repartir entre els agremiats un **distintiu exclusiu** com a membre d'aquesta entitat per col·locar a les parades dels mercats i botigues de carrer.

DISTINTIU. Es recomana col·locar el distintiu en un lloc visible de la fruïteria perquè sigui fàcilment identificat i reconegut pel gran públic, sent una eina de garantia i fiabilitat per al client, a més del valor afegit que suposa a cada fruïter pertànyer al Gremi de Fruïters •



>> Servei de promoció del Gremi de Fruïters

Aquest 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 del servei de promoció 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.

EXPERIÈNCIA. Fins ara les experiències han estat molt positives amb diferents marques de fruita com, per exemple, kiwi **Zespri**, meló **Bruñó 5 estrelles**, pinya **Flli 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. 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.
- 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.

SEGUIMENTS. Aquest servei integral de promocions també contempla diferents accions de seguiment posteriors com, per exemple, estudis de mercat per avaluar el ressò de la promoció, enquesta sobre algun concepte o valor del producte...

El Gremi de Fruïters també posa al servei de les promocions les seves eines de comunicació habituals. Una, la revista **Catalunya Fruïters** i, dues, la web **www.gremifruiters.com** •



>>> Cartell de la campanya "El meló i la síndria del futur" de Frutas Bruñó i els Germans Torres, Javier i Sergio. Enguany La gran novetat és una web sèrie de varios capítols protagonitzats pels Germans Torres, on es mostra com recullen, seleccionen i cuinen els millors melons i síndries del món. La sèrie, produïda en un format televisiu, forma part de la plataforma de contingut dedicat a l'aprenentatge i la innovació amb el meló creat fa dos anys **La Melonería by Bruñó**.

Nova campanya "El meló i la síndria del futur" de Bruñó

La nova campanya publicitària de Fruïtes Bruñó, **El meló i la síndria del futur**, està protagonitzada pels Germans Torres.

Els xefs Javier i Sergio Torres també han creat cinc innovadores receptes.

Receptes fàcils i saludables on aquests cuiners amb estrella Michelin descobreixen tots els secrets d'aquestes fruites, les seves varietats ecològiques i què s'ha de tenir en compte a l'hora d'escollir un meló o una síndria. Una història que es pot descobrir a La Melonería.

CINC RECEPTES FÀCILS I SALUDABLES. Segons els Germans Torres, "quan vam saber que anàvem a col·laborar amb La Melonería, vam posar mans a l'obra per aconseguir sabors diferents però amb receptes senzilles, a l'abast de qualsevol persona". "A la cuina ens agrada assumir riscos i hem gaudit molt innovant amb aquestes receptes que tenen com a principal ingredient el meló i la síndria Bruñó", afegeixen.

Segons expliquen, "jugar amb productes de primera qualitat com són el meló i la síndria Bruñó, que ofereixen infinites possibilitats de cuinat, ens ha permès realitzar unes receptes diferents i saludables però també molt fàcils de fer a casa".

"Formar part de La Melonería –continuen– és tot un honor, no només

per la qualitat del producte sinó pel concepte que s'ha creat al voltant de com cuinar el meló, i que ens ha permès experimentar i portar-lo fins els seus límits".

CONCEPTE INNOVADOR. Bruñó continua la seva aposta per un innovador concepte en el qual poder degustar, gaudir i, fins i tot, divertir-se amb receptes creades especialment per a La Melonería com són el meló saltat al rom, el caneló de meló i salmó marinat amb vinagreta d'anet o el Bloody Mary de síndria amb llagostins.

Des de l'empresa destaquen que "a Bruñó pensem que només si entenem el món en què vivim, el planeta que volem deixar als nostres fills i com volem viure, serem capaços de crear aquest meló i síndria de les properes generacions". Per això, afegeixen: "Avui més que mai apostem per varietats i mides que s'adaptin a la nostra forma d'alimentar-nos com són la síndria negra sense llavors ecològica, el meló eco o el meló mini" ●

Avui més que mai **Bruñó** aposta per varietats i mides que s'adaptin a la forma actual d'alimentar-se com són la **síndria negra sense llavors ecològica**, el **meló eco** o el **meló mini**



Novetat UNIQ: Barquetes sostenibles, eficients i fiables

La barqueta d'UNIQ, el segell de qualitat d'envasos agrícoles de cartró, ofereix una solució que aporta importants avantatges per al productor agrícola, el comercialitzador, el distribuïdor i el consumidor.

El passat mes de juny, en el marc del Congrés de Fruïtes i Hortalisses de l'AECOC, celebrat al Palau de Congressos de València, **UNIQ**, el segell de qualitat d'envasos agrícoles de cartró, va presentar una de les seves últimes solucions col·lectives: les barquetes de cartró com alternativa d'envàs sostenible, eficient i fiable.

NOVETAT. UNIQ, en la seva recerca de noves fórmules per aconseguir que les fruites i hortalisses arribin en estat òptim al consumidor, estrena família d'envasos on el segell de qualitat continua sumant valor afegit a la cadena dels productes frescos, arribant fins als lineals com unitat de venda.

En paraules dels responsables de la marca, "UNIQ ofereix al mercat l'estandardització d'un nou format d'envasos, les barquetes sostenibles 100% cartró, un material reciclable, renovable i biodegradable".

AVANTATGES. Es tracta d'una solució que aporta importants avantatges per al productor agrícola, el comercialitzador, el distribuïdor i el consumidor.

Dissenyada per a les línies d'envasats actuals, imprimible i, per tant, una eina de màrqueting que actua com a dinamitzadora de les vendes; és segura i higiènica, permet tractaments antihumitat naturals i es presenta com la millor alternativa al plàstic pel seu imbatible compromís amb l'economia circular.

SENSIBILITAT SOCIAL. El sector del cartró respon de manera col·lectiva a l'actual sensibilitat social, oferint qualitat i confiança en aquest nou projecte de barquetes, que continuarà presentant avanços cada vegada més complets adaptats a les necessitats de cada producte.

Al www.grupouniq.com/barquetas-uniq es troba la família de barquetes UNIQ ●



UNIQ continua sumant valor afegit a la cadena dels frescos amb la barqueta.

Mario Moreno, director comercial de **Hortoventas**



"Mercabarna és un mercat molt important per a l'oferta espanyola al juliol i agost"

Mario Moreno, director comercial de **Hortoventas**, revela la figura estratègica de Mercabarna i els detallistes catalans per a l'oferta espanyola en els mesos d'estiu.

P: ¿Què suposa per a Hortoventas la plataforma de Mercabarna?

R: Mercabarna i els detallistes de Catalunya són fonamentals per a nosaltres. La situació de Mercabarna és fonamental per la seva activitat amb el port. Moltes de les nostres partides van a parar als creuers i altres al mercat italià per la via portuària.

P: Quins productes de la seva cartera han estat impulsats des de Mercabarna?

R: Pràcticament tots però podem destacar el tomàquet verd, perquè Barcelona es converteix en un mercat important durant juliol i agost tant pel consum propi de Catalunya i de la seva indústria turística, com de la demanda italiana, ja que des del Port de Barcelona surten partides per al sud d'Itàlia.

P: És una plataforma logística d'abast?

R: vTé la situació estratègica d'estar a prop d'Europa i té diversos serveis des del Port de Barcelona a Itàlia que faciliten la logística, perquè des de que els transportistes arriben a Barcelona i fan servir el servei marítim fins al sud d'Itàlia, el disc dels camions no corren res i el servei a la clientela guanya en temps.

P: És Barcelona una destinació clau en els mesos d'estiu?

R: És molt important. Nosaltres tenim dos mercats d'abast: Madrid i Barcelona. Però Madrid es queda buit al juliol i agost, i Barcelona es fa gran gràcies a l'afluència turística. Mercabarna és la referència d'Espanya per a l'oferta hortícola d'estiu ●

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 seva 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%

de la seva quota d'associat màxim 50 €/anuals.*

+ 0

comissions d'administració i manteniment.¹

+ TPV

amb condicions preferents.

+ Gratis

Servei Kelvin Retail, informació sobre el comportament del seu negoci.²

Truqu'ns al **900 500 170**, identifiqu'ns com a membre del seu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

* Bonificació del 10% de la quota d'associat amb un màxim de 50 euros 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. Rendibilitat 0% TAE.

2. Disposarà d'un servei periòdic d'informació actualitzada sobre el comportament del seu comerç, els seus clients i el seu sector per ajudar-lo en la presa de decisions.

Les excel·lents condicions esmentades del Compte Expansió Negocis Plus PRO es mantindran mentre es compleixi l'únic requisit d'ingressar un mínim de 3.000 euros/mensuals (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular). Si el segon mes no es compleixen aquestes condicions, automàticament el Compte Expansió Negocis Plus PRO passarà a ser un Compte Professional. Oferta vàlida des del 24/03/2019 fins al 31/12/2019.

bancsabadell.com

Captura el codi QR i
coneix la nostra news
Professional Informa



>>Calendari 2020 del Gremi de Fruïters



Portada de l'edició 2019 del calendari del Gremi de Fruïters.

El calendari és una eina de **vincle** més amb el professional fruïter, i alhora el consumidor, a través de l'etiqueta **Catalunya Fruïters** de Facebook.

Després de la gran acollida de calendari 2019, sota el títol **Qualitat i Prestigi**, el Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona està treballant en l'edició del calendari 2020 amb la mateixa filosofia. Així, s'està acabant de projectar sobre quin conceptes girarà el calendari de 2020 que comptarà amb el patrocini d'empreses i marques de fruïtes i hortalisses els 12 mesos de l'any.

PATROCINADORS. Alguns patrocinadors de l'any passat repetiran i s'incorporaran d'altres nous.

Aquest calendari està pensat i ideat per ser penjat a la parada del mercat i a la botiga del carrer.

VINCLE. Aquest calendari també pretén ser una eina de vincle més amb el professional fruïter, i alhora amb el consumidor, a través de l'etiqueta Catalunya Fruïters de Facebook •

>>Facebook

El Gremi de Fruïters és en aquesta xarxa amb l'etiqueta **Catalunya Fruïters**.

Des del mes de març de 2018 el Gremi de Fruïters està present a **Facebook** amb l'etiqueta Catalunya Fruïters mostrant un creixement constant de seguidors.

Entre aquests seguidors hi ha diversos perfils de població; característica molt notòria ja que vol dir que el Facebook del Gremi de Fruïters és interessant per al gran públic.

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 les varietats de fruita i hortalissa com, per exemple, receptes, productes de temporada, característiques del producte...

INFORMACIÓ. En el web www.gremifruïters.com, la revista **Catalunya Fruïters** que publiquem cada 3 mesos, la xarxa social **Facebook**, i fins i tot a l'aplicació **fruitsal·dia**, 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 •

>>Carnet d'agremiat

Aquest carnet 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 •



mantiana

¡come fruta!

[es por tu bien]



ràfols

FRUITERS DES DE 1988

[nectarine]



[pinneaples]



[bananas]



[watermelon]



[strawberry]



