

Catalunya Fruiters

exemplar gratuït



| El nou Foodback de Mercabarna |

| L'AGEM proposa fer de l'hivern una festa per gaudir dels productes de temporada |

| TPG: Targeta de pagament del Gremi Provincial de Detallistes de Fruites i Hortalisses de Barcelona |

EN CONSTANTE MOVIMIENTO...

Mimamos tu fruta y hortaliza fresca
Conectamos tu compromiso
Transportamos el valor de tu trabajo

...y siempre en punto.

- Cross docking
- Grupaje
- Servicio personalizado



Trans-Dolliu, s.l. 43512 Benicarló (Tarragona) • Tel. +34 977 46 20 62
transdolliu@transdolliu.com • www.transdolliu.com

TransDolliu
Por responsabilidad, por eficiencia

LOS **EXPERTOS** DE LA CASA **LO TIENEN CLARO**



Amarillos por fuera, **dulces por dentro**. Ellos disfrutan del sabor que más les gusta gracias a la maduración artesanal de **Plátanos Ruiz**.

¿Te pasas al amarillo?



Planta de maduración en Mercabarna / Longitudinal 7, nº 122 / 08040 Barcelona

Tel. 93 336 14 11 / info@platanosruiz.com

platanosruiz.com



SUMARI

ANY XXVIII. ÈPOCA II. NÚM. 135. GENER - MARÇ DE 2022

EDITORIAL

3 Treballem en benefici de tots els fruiters

GREMI

11 Calendari 2022**12** La TPG mostra creixement constant**22** Les eines de comunicació del Gremi són útils i pràctiques

MERCABARNA

4 El nou Foodback de Mercabarna

MAJORISTES

16 L'AGEM proposa fer de l'hivern una festa per gaudir dels productes de temporada

NOTES

6 Fruïtes Escandell: més de 30 anys d'especialització en maduixots

Poma de Girona: proximitat, sostenibilitat i salut

10 UNIQ reforça el seu compromís amb els majoristes
VOG juntament amb Marlene® vol premiar els detallistes i majoristes més artistes**14** Maduixot Fragaria guanya per segon any consecutiu el premi Sabor del Año

La Unió Esportiva Santboiana visita les parades de Villa María a Mercabarna

APARADOR

8 Zespri™ s'uneix a la Fundació Espanyola de la Nutrició per promoure l'alimentació saludable a l'escola**18** Love Klabaza

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

gremifruiters@gremifruiters.com

Segueix-nos a @catalunyafruiters



COORDINACIÓ, DISSENY I

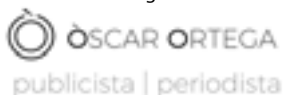
MAQUETACIÓ, REDACCIÓ I PUBLICITAT

Oscar Ortega.

610 211 323

hola@oscarortega.biz

www.oscarortega.biz



CONSELL DE REDACCIÓ

Tino Mora i Oscar 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

Treballem en benefici de tots els fruiters

Com a Gremi som l'entitat que representem al col·lectiu de comerç detallista de fruita i hortalissa de la demarcació de Barcelona.

Totes les iniciatives i les accions que duem a terme com a Gremi són en benefici de totes les fruïteres i tots els fruiters. En conseqüència, els nostres objectius i la nostra manera de treballar en els diferents àmbits d'actuació respon a aquesta filosofia, sempre focalitzada amb la figura del fruïter.

La TPG (Targeta de Pagament del Gremi), les promocions i degustacions als mercats, la revista mateixa són alguns exemples molt visibles, tangibles i, fins i tot, amb un retorn positiu gairebé immediat.

Però també hi ha altres exemples poc visibles, feixucs i amb un retorn lent com són les reunions amb les diferents administracions per defensar i vetllar els nostres drets com a fruïteres i fruiters.

Som un gremi obert i pròxim que escoltem a tothom. Cal sumar esforços perquè la força del col·lectiu ens fa caminar i avançar.

Entre cadascú de nosaltres necessitem conjuntar i potenciar un gremi fort amb el suport del major nombre d'agremiats. Per això, animem a fruïteres i fruiters a fer pinya al voltant del Gremi perquè tots hi sumem i, d'aquesta manera, aconseguim tenir més força com a col·lectiu i entitat. Som un gremi actiu, dinàmic i operatiu.

Som el Gremi dels fruiters, som el Gremi per als fruiters •

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

El nou **Foodback** de Mercabarna

El **Foodback**, **centre d'aprofitament alimentari de Mercabarna**, serà l'equipament clau en el nou sistema de gestió de matèria orgànica de la unitat alimentària.

L'1 de febrer es posa en funcionament el **Foodback**, el centre d'aprofitament alimentari de Mercabarna. Es tracta d'un projecte pioner de bioeconomia circular que té com a objectiu incrementar l'aprofitament de fruites i hortalisses no comercialitzables però aptes pel consum humà.

NOU SISTEMA. El **Foodback** serà l'equipament clau en el nou sistema de gestió de matèria orgànica, on es farà el **triatge de fruites i hortalisses excedentàries** aportades pels operadors de Mercabarna per a donar-los una segona vida. Les fruites i hortalisses aptes pel consum humà es distribuïran a entitats socials o bé es transformaran per a ser aprofitades al màxim.

Un cop inaugurat, tots els **operadors del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses, Biomarket i Zona d'Activitats Complementàries (ZAC)** de la unitat alimentària, en comptes d'adreçar-se al Punt Verd com feien abans hauran de dirigir-se al **Foodback**.

INCREMENTAR L'APROFITAMENT. Aquest projecte, que serà possible gràcies a la col·laboració de totes les empreses del recinte, pretén incrementar l'aprofitament alimentari en unes 2.500 tones anuals addicionals, passant de les 1.500 tones/any actuals a les 4.000 tones anuals.

UN GRAN IMPACTE SOCIAL. El **Foodback** és fruit de la col·laboració entre els empresaris de Mercabarna, entitats socials i institucions. D'una banda, **Formació i Treball** aportarà la seva experiència en inserció sociolaboral de persones en situació de vulnerabilitat per fer el triatge de les fruites i hortalisses aportades pels operadors de Mercabarna. De l'altra, la **Fundació Banc dels Aliments de Barcelona**, a més de coordinar el centre, serà també el responsable de la distribució dels aliments triats, juntament amb la col·laboració de **Caritas, Creu Roja a Catalunya** i el programa **Alimenta** de l'Ajuntament



Imatge exterior i interior del **Foodback**, el centre d'aprofitament alimentari de Mercabarna.

de Barcelona. A més, aquest projecte té el suport de la **Generalitat de Catalunya**, la **Fundació La Caixa** i l'associació d'empreses de Mercabarna **Assocom**.

Informació facilitada per Mercabarna



Amb el nou Foodback, Mercabarna pretén incrementar l'aprofitament alimentari en unes 2.500 tones anuals addicionals, passant de les 1.500 tones/any actuals a les 4.000 tones anuals

Villa María®



www.fruitvillamaria.es
609 37 82 10

Fruïtes Escandell: més de 30 anys d'especialització en maduixots

Escandell ofereix maduixot durant tot l'any amb els **partners Naturfresa, No&Ca i Fresdiamante**.

La trajectòria de Fruïtes Escandell d'especialització en maduixot, amb **una trajectòria superior als 30 anys** de recorregut, proporciona un bagatge, que també inclou el contacte i tracte directe amb l'agricultor, que esdevé confiança del comprador en un producte, el maduixot, que és molt delicat.

Fruïtes Escandell comercialitza diferents varietats de maduixot amb regularitat i continuïtat durant tot l'any, principalment de desembre a juny, sota les marques Naturfresa, No&Ca i Fresdiamante.

QUALITAT, CONFIANÇA I REPUTACIÓ. Cítrics, peres, pomes, caquis, raïms... i l'esmentada línia especialitzada de *berries*, amb els maduixots i les maduixes al capdavant, són fruites presents a l'època de tardor i hivern en aquesta empresa, que ja compta amb la quarta generació al negoci.

Quant a la composició d'aquesta oferta juguen un paper fonamental els **partners específics en cada família de producte** com és el cas de Naturfresa, No&Ca i Fresdiamante en maduixes i maduixots, amb una llarga trajectòria que denota **qualitat, confiança i reputació del binomi partner-empresa**.

VINCLE. Aquest **vincle de Fruïtes Escandell amb els productors**, amb l'origen del producte, és el resultat d'una tasca i col·laboració diària, acurada i estreta que es tradueix en benefici per al client i consumidor final. De fet, Fruïtes Escandell treballa amb els seus agricultors directament des del camp per seleccionar **el maduixot ideal en cada moment de la campanya** per oferir al mercat ●



Poma de Girona: Proximitat, sostenibilitat i salut

La **Indicació Geogràfica Protegida (IGP) Poma de Girona** incideix en el missatge d'incentivar el consum de fruita de proximitat davant les varietats importades d'altres països i també reivindica el seu esforç en diversos projectes i inversions per tenir **la poma més sostenible del mercat**.

MÉS SOSTENIBLE. Llorenç Frigola, portaveu del Consell Regulador de la IGP Poma de Girona, afirma que "les nostres pomes són pomes produïdes a consciència amb un entorn de proximitat, respectuoses amb el medi ambient i sostenibles per incentivar el consum de fruita de proximitat entre els consumidors on el fruïter juga un paper fonamental com a prescriptor i, al mateix temps, afavorir la seva salut" i emfatitza que **"la poma d'aquí és més sostenible que les pomes importades i, per aquesta i moltes més raons, des de Poma de Girona advoquem per un consum de proximitat per compromís de sostenibilitat"**.

CONSCIENCIAR AL CONSUMIDOR. Frigola remarca que "cal fer pedagogia i conscienciar del consum de poma de proximitat. El consumidor ha de saber que la Península Ibèrica és una gran zona productora de poma i si vol ser conseqüent **és millor consumir producte propi per motius socioeconòmics i ambientals, fins i tot, solidaris amb els productors locals**".

80 SOCIS PRODUCTORS. Poma de Girona és una Indicació Geogràfica Protegida (IGP) en la qual s'agrupen tres empreses que produeixen i comercialitzen la poma: Girona Fruïtes (Bordils), Giropoma Costa Brava (Ullà) i Fructícola Empordà (Sant Pere Pescador).

La IGP Poma de Girona compta amb gairebé 80 socis productors que representen un total de 1.700 hectàrees productives distribuïdes entre les comarques del Baix Empordà, l'Alt Empordà, la Selva i el Gironès.

Sota el segell de la IGP Poma de Girona es comercialitzen pomes de les varietats Golden, Gala, Red Delicious i Granny Smith ●



prats biò



Biomarket nº3 • Mercabarna • ecologic@pratsfruits.com



La millor poma, al cor de l'Empordà

Per als que es cuiden per dins i per fora, per als que busquen **experimentar a través dels sentits**, per als que aposten per la **proximitat** i per a tots els que vulguin pomes de **la millor qualitat**, el cor de l'Empordà en una mossegada.

Les millors pomes són d'aquí



>>Zespri™ s'uneix a la Fundació Espanyola de la Nutrició per promoure l'alimentació saludable a l'escola

Amb el projecte **"La fruita va a l'escola"** i en línia amb el compromís de Zespri™ d'ajudar a millorar els hàbits saludables, la marca ha reforçat el seu programa escolar per potenciar el consum de fruita a les aules.

Un any més, **Zespri™** ha estrenat una nova edició del seu projecte escolar, **"La fruita va a l'escola"**, amb el qual busca incentivar de manera activa la bona alimentació i el consum diari de fruita a l'escola. En aquesta ocasió, la marca compta també amb la col·laboració de la Fundació Espanyola de la Nutrició (FEN), que donarà suport a la revisió dels materials que posarà a disposició dels professors durant aquest curs.

MÉS DE 10 ANYS. El projecte que compta amb una trajectòria de més de 10 anys i una participació de gairebé 2.000 col·legis de tota Espanya, té com a objectiu fomentar un estil de vida saludable entre els més petits, sempre amb la guia i l'ajuda dels seus professors.

NOVETATS. Per al curs 2021/2022, Zespri™ ha introduït novetats importants que es desenvoluparan durant el transcurs del projecte. A més de la participació de la Fundació Espanyola de la Nutrició, els professors de cadascuna de les escoles que s'han adherit al programa han comptat tant amb nous continguts didàctics com amb jocs per descarregar, per tal que nens i nenes es diverteixin mentre es familiaritzen amb les diferents fruites. També se'ls ha facilitat vídeos amb activitats i manualitats relacionades amb les fruites i un llibre electrònic per als professors on podran aprofundir en elements bàsics d'una dieta equilibrada per introduir aquests conceptes als seus alumnes.

A més d'aquestes iniciatives, entre les quals s'inclouen jocs, experiments o receptes fàcils, s'han desenvolupat dinàmiques promocionals per animar els alumnes a consumir regularment fruita fresca i variada d'una forma més divertida ●

Informació facilitada per Zespri



El projecte escolar
"La fruita a l'escola" de
Zespri™ té com a objectiu
fomentar un estil de vida
saludable entre els més
petits, sempre amb la guia i
l'ajuda dels seus professors





MÁS DE LO QUE IMAGINAS

#RECICLABLE#MATERIASPRIMASNATURALES#BIODEGRADABLE#SOSTENIBLE#LIGEREZAYRESISTENCIA#INNOVACIÓN
#VERSATILIDADYERGONOMIA#APILADO#RENOVABLE#HERRAMIENTA DE MARKETING#SEGURAEHIGIÉNICA#IMPRIMIBLE



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



Uniq reforça el seu compromís amb els majoristes

Un any més UNIQ obsequiarà als majoristes per la seva fidelitat i el seu esforç.

Durant aquest trimestre el segell de qualitat **UNIQ** de l'Associació Espanyola d'Envasos i Embalatges de Cartró Ondulat (**AFCO**), durà a terme una acció que consistirà, com ja es habitual els darrers anys, en donar un obsequi als operadors majoristes dels principals mercats centrals per agrair-los la seva fidelitat i premiar el seu esforç. Des del seus inicis al 2015, UNIQ s'ha caracteritzat pel compromís amb els professionals del sector de fruita i hortalissa. Un dels valors del segell de qualitat UNIQ és el vincle d'unió amb el col·lectiu majorista.

RECONeixEMENT. Durant tot el període pandèmic els majoristes, com també els detallistes, han estat i són un servei essencial per poder abastir a tota la ciutadania de fruites i hortalisses. Reconèixer i valorar aquesta feina és un dels objectius d'UNIQ. Joaquín Fernández, director de desenvolupament estratègic d'UNIQ, manifesta que “en tot aquest període tan complex de la pandèmia de la Covid-19 hem continuat donant suport a la tasca del sector hortofructícola i als seus professionals, entre els qui destaquen els majoristes dels mercats centrals”.

VÍDEOS. En aquesta línia de treball, cal recordar que l'any passat el segell de qualitat UNIQ va donar veu al col·lectiu de majoristes a través de la participació d'una vintena d'empreses majoristes de Mercabarna i Mercamadrid en l'enregistrament de vídeos curts que recullen una breu presentació de cadascuna de les empreses. Aquests vídeos s'han difós a les xarxes socials, web i altres mitjans d'UNIQ.

Fernández manifesta que “des de les pàgines de Catalunya Fruïters volem, en clau Mercabarna, agrair la participació a cadascuna de les onze empreses majoristes en aquests vídeos a mode d'homenatge al col·lectiu. Des d'aquí, gràcies a CMR Group, Fruites Escandell, Fruites Ràfols, Frutinter, Grupo Diego Martínez, Grupo Lorenzo Carrasco, Hnos. Fernández López, Hnos. Sanahuja, Morales Júcar, Plátanos Ruiz, i Torres Hnos. y Sucesores” ●



VOG juntament amb Marlene® vol premiar els detallistes i majoristes més artistes

Els consumidors estan cada vegada més ben informats i són més exigents i, un cop al punt de venda, volen viure una experiència de compra veritablement satisfactòria i atractiva. Aquesta és la raó per la qual el Consorci VOG ha decidit premiar les millors exposicions de pomes amb el nou concurs internacional Hall of Apples, que compte amb una categoria específica per a detallistes i una per a majoristes.

Per tal de valorar de la millor manera l'exposició de pomes, els participants podran sol·licitar al Consorci VOG els materials promocionals més bonics, no només de la marca Marlene® –amb els pòsters de les temporades de tardor i d'hivern, en sintonia amb la nova campanya de comunicació del 2021-2022– sinó també els materials de les marques **envy™**, **Kanzi®** i **yello®**. Després es donarà curs a la creativitat: cada participant podrà disposar-los de la manera més artística i original, a fi de construir el racó de la poma més atractiu.

El concurs va arrencar el 2 de novembre i durarà fins al 31 de març del 2022. Hi estarà actiu a Itàlia, Espanya, Alemanya, Suècia, Holanda, Noruega, Bèlgica, Malta i Xipre.

COM PARTICIPAR-HI. Per participar al concurs només caldrà registrar-se i carregar una foto de la presentació al lloc web **www.hallofapples.com**.

Les millors presentacions seran examinades per un jurat internacional d'experts en la gestió per categories, tenint en compte uns requisits específics: assortiment, creativitat de la presentació i resultats de venda obtinguts.

GUANYADORS. Hi haurà 4 guanyadors a la categoria de detallistes que rebran com a premi una estructura d'exposició personalitzada.

A més, independentment de la categoria, se seleccionarà també 1 guanyador a cada país basant-se en la utilització dels materials de Marlene® relatius a la nova campanya. El premi, en aquest cas, és un viatge per a dues persones al Südtirol ●



2022

Calendari del Mercat Central de Fruites i Hortalisses de Mercabarna

Gener

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

Abril

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

Juliol

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

Octubre

	DL	DM	DC	DJ	DV	DS	DG
39					1	2	
40	3	4	5	6	7	8	9
41	10	11	12	13	14	15	16
42	17	18	19	20	21	22	23
43	24	25	26	27	28	29	30
44	31						

Febrer

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

Maig

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

Agost

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

Novembre

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

Març

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

Juny

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

Setembre

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

Desembre

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

 mercat tancat



Una ventana a Canarias.

Cuqui



La **TPG** va tancar l'any 2021 assolint gairebé 3,8 milions d'euros de facturació, amb un increment del nombre de targetes en circulació

Tota la informació de la TPG es troba a la renovada web del Gremi de Detallistes de Barcelona:
www.gremifruïters.com

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

La TPG mostra creixement constant

tant any rere any des del seu llançament a finals de 2014.

Durant l'exercici 2021 es van assolir gairebé 3,8 milions d'euros, molt a prop de l'objectiu establert d'arribar a la xifra dels 4 milions d'euros.

El darrer trimestre de l'any la facturació de la TPG va superar els 900.000 euros.

MÉS TARGETES. Com hem explicat en números anteriors de Catalunya Fruïters i com ha succeït al comerç en general, les transaccions econòmiques en metàl·lic han disminuït en favor d'altres alternatives de pagament la qual cosa ha comportat també un increment d'ús de la TPG. Aquest fet s'ha traduït en un major nombre de targetes en circulació i nombre d'operacions.

CONSOLIDACIÓ. Els números assolits per la TPG reflecteixen la seva con-

solidació com a sistema de pagament entre els compradors i les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna i, potser més important, amb una línia de projecció de futur amb un clar recorregut de possibilitats i d'opcions de creixement en nombre d'empreses majoristes adherides, titulars de la targeta i nombre d'operacions.

COL·LECTIU. Remarcar que la TPG és un exemple més dels projectes que dur a terme el Gremi en benefici de tot el col·lectiu i que és condició indispensable **ser soci del Gremi de Fruïters de Barcelona** per disposar i gaudir de la TPG.

DEFINICIÓ. La TPG és un sistema de pagament impulsat i promogut pel **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de**

Tot i que des de finals de 2019 no s'ha dut a terme cap tipus de campanya de promoció ni de comunicació per la irrupció de la pandèmia de la Covid-19, les dades de totes les operacions de 2021 de la **TPG, Targeta Pagament del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**, confirmen el seu creixement cons-

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

Barcelona, i compta amb la col·laboració de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona (AGEM), amb el suport logístic de Banc Sabadell i amb l'assistència tècnica de Reset Control.

QUÈ ÉS LA TPG? La TPG és una targeta de pagament totalment **gratuïta**, sense cap cost de manteniment i personalitzada amb la imatge del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, amb avantatges per al fruïter i majorista.

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 FRUÏTER. El principal al·licient per als **fruïters** és un interessant **descompte d'un 2%** 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 Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

AVANTATGES PER AL MAJORISTA. I per als **majoristes cobrar 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.

També 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.

WEB. La renovada web **www.gremifruïters.com** té un menú específic de la TPG ●

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

EMPRESA	PAVEL·LÓ	NÚMERO
Torres Hnos y Suc's	A	1021 - 1024
Capella Fruïtes	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A	1060 - 1062
	A	1029 - 1030
Fruïtes Ràfols	B	2030
	G	7029 - 7031
Churry	C	3034 - 3036
Deltabarna	C	3041 - 3044
Fruïtes i Hort. Gavà	C	3057 - 3060
Visa Fruïtes	D	4022 - 4025
	D	4028 - 4031
Plátanos Ruiz	D	4038
	E	5010
Fruïtes Artés	E	5001 - 5002
A. Martín Solà	E	5005 - 5006
Tollupol	E	5052 - 5055
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 20 empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, associades a l'AGEM, adherides de forma voluntària al sistema de pagament a través de la TPG, que sumen unes 70 parades repartides entre els set pavellons del Mercat Central on el soci del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona pot pagar còmodament les seves compres amb la TPG.

Maduixot **Fragaria** guanya per segon any consecutiu el premi Sabor del Año

El producte de **Fruits Ràfols** ha obtingut encara millor puntuació dels consumidors que el 2021.

El maduixot **Fragaria**, marca llançada per **Fruits Ràfols** fa quatre anys, ha aconseguit el prestigiós premi **Sabor del Año 2022** per segon any consecutiu i amb més puntuació. Un reconeixement atorgat pels consumidors després d'un "tast a cegues" realitzat en un laboratori d'anàlisi sensorial independent. **Fragaria** ha obtingut aquest any un 9,11 de puntuació en satisfacció general (9,02 el 2021) després d'avaluar-ne el sabor, l'aspecte, l'olor i la textura.

"Estem orgullosos i feliços perquè el Premi demostra que el consumidor escull **Fragaria** perquè estem fent bé la feina entre tots, des del pagès fins als treballadors, transportistes o comerciants, perquè això és un èxit de tota la cadena", explica Helena Ràfols, responsable de Recursos Humans.

ALTA QUALITAT. Fruits Ràfols, distribuïdora de fruites selectes des del 1988, va crear la marca **Fragaria** el 2018 amb l'objectiu d'oferir als consumidors un maduixot d'alta qualitat, de mida gran, color vermell natural, una textura consistent i un sabor extraordinari. Un maduixot molt cuidat en tot el seu procés, des del camp fins a la taula del consumidor.

Tal com assenyala Carlos Jiménez, el seu director comercial, "llavors buscàvem un únic productor que cuidés al detall el producte i ens vam aliar amb La Huerta de Doñana a Almonte (Huelva), on actualment comptem amb 20 hectàrees de la varietat **Splendor**. I ara estem fent proves amb altres varietats i altres possibles presentacions, especialment seleccionades per a un consumidor exigent".

El cultiu de maduixot **Fragaria** segueix la normativa de producció integrada de la Junta d'Andalusia (agricultura sostenible). Es realitzen controls diaris, s'utilitza el reg a demanda i els maduixots es recol·lecten d'un a un, directament des del camp, i allà mateix es col·loquen a la caixa que arriba al consumidor. Més de 100 persones treballen a Huelva tota la temporada per obtenir el maduixot **Fragaria** •



La Unió Esportiva Santboiana visita les parades de **Villa María** a Mercabarna

Una delegació de la Unió Esportiva Santboiana va visitar les parades de **Fruits Nules** al Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

Jordi Elías, vicepresident esportiu de l'entitat, primer per l'esquerra a la imatge, va encapçalat la delegació que també va comptar amb la presència de diversos jugadors del primer equip de rugbi.

La marca **Villa María** és patrocinadora de la Unió Esportiva Santboiana des de la temporada 2018-19.

VALORS. La conjunció entre els valors del rugbi com a esport, els de la Unió Esportiva Santboiana com a entitat i els valors de **Villa María** com a marca va ser l'embrió perquè els responsables de Fruits Nules, empresa propietària, amb el seu director comercial al capdavant, Manel Martínez, decidissin buscar la fórmula de col·laborar amb l'entitat del Baix Llobregat i molt a prop de la unitat alimentària de Mercabarna.

Villa María és patrocinadora del primer equip de rugbi de la Unió Esportiva Santboiana amb qui comparteixen valors com esforç, sacrifici, respecte, superació, noblesa...

RECONeixEMENT. En paraules de Martínez: "compartim molts valors amb el rugbi com esforç, sacrifici, respecte, superació, noblesa... i, al mateix temps, ens fa una gran il·lusió formar part de la Santboiana, degà del rugbi espanyol amb més de cent anys d'història i entitat reconeguda arreu, més enllà de l'àmbit esportiu, per la seva tasca social i formativa" i afegeix que "per nosaltres és una satisfacció personal i un reconeixement lluir la nostra marca **Villa María** a l'equipació d'una entitat com la Santboiana en un esport, el rugbi, que aglutina uns determinats valors".

TRADICIÓ. Sota la marca **Villa María** es comercialitzen varietats de taronges i mandarines cultivades de forma sostenible i respectuosa amb el medi ambient. Aquesta marca es caracteritza per cercar l'excel·lència en cada peça de fruita amb les millors característiques organolèptiques •

SABOR I QUALITAT

365 dies a l'any



A Zespri™ estem compromesos amb oferir kiwis de la més alta qualitat durant els 12 mesos de l'any i aquesta no és una tasca fàcil, ja que el kiwi és un fruit molt exigent quant a les condicions en les quals creix.

Per a aconseguir-ho, confiem en el nostre Sistema Zespri™, un sistema de control de qualitat únic que implementem en totes les nostres plantacions en tots dos hemisferis perquè gaudim dels kiwis més irresistibles tot l'any.

CUIDAR-TE ÉS EL TEU *plaer*

L'AGEM proposa fer de l'hivern una festa per gaudir del producte de temporada

L'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona (AGEM) no s'atura. Els majoristes de fruites i hortalisses de Mercabarna tornen aquesta temporada amb *Fes de l'hivern una festa*.

“Avui dia tenim la sort de disposar de molts productes durant tot l'any, tot i que hi ha força fruites i hortalisses que només tenim en la seva temporada natural. Amb tot, nosaltres fa anys que observem que l'opinió pública vol saber més sobre el producte de temporada i des de l'AGEM tenim el compromís de donar resposta a aquesta necessitat”, explica Jaume Flores, president de l'AGEM. “Per això fa gairebé deu anys, des del 2014, fem campanyes regulars per potenciar el producte de temporada, insistint en el missatge que és quan fruites i hortalisses estan més bé de preu i també en el seu millor moment de maduració i sabor. Aquest missatge està quallant en l'opinió pública”.

Efectivament, sota el lema **De temporada, Millor!. Més saludable, Més saborós**, l'AGEM presenta anualment tres propostes –campanyes d'hivern, de tardor i d'estiu– per a la promoció dels productes de cada una d'aquestes estacions. Per a l'hivern de 2022, els majoristes de Mercabarna han previst la iniciativa **“Fes de l'hivern una festa”**. Per al president de l'AGEM “en aquesta estació gaudim de productes molt arrelats a la cultura gastronòmica catalana. Són hortalisses que a més consumim de manera festiva: calçotades, xatonades, fins i tot, carxofades i trinxats. Aprofitant aquesta riquesa, recordem tot el ventall generós de productes que ens aporta l'hivern i que, a més, la gran majoria són de proximitat: calçots, escaroles, carxofes, cols i coliflors, faves, pèsols... Expliquem els seus orígens, les propietats, les varietats, els moments òptims de consum i com tractar-los a la cuina”.

CARME RUSCALLEDA. “Fes de l'hivern una festa” tindrà com a element central l'elaboració de la **Guia Receptari d'Hivern 2022** que tot hom que ho desitgi podrà descarregar-la en pdf a les webs www.DeProximitat-DeTemporada.cat i www.agem.mercabarna.com fins a



Les degustacions populars als mercats municipals de Barcelona incorporen tallers per a infants.

finals de febrer. Comptarà amb la relació de fruites i hortalisses d'aquesta estació a casa nostra, oferint pinzellades d'informació complementària. També oferirà receptes originals amb calçots i carxofes de la gran xef Carme Ruscalleda, així com consells per aprofitar bé les hortalisses d'hivern.

El president de l'AGEM declara que “per a nosaltres és un honor poder comptar amb les col·laboracions de la Carme Ruscalleda, ja que, a més d'una xef reconeguda mundialment, estima i entén molt bé el món de la fruita i l'hortalissa”. Les xarxes socials de l'AGEM també faran extensiva aquesta campanya.

A PROP DE LES PERSONES. El president de l'AGEM, Jaume Flores, recorda que “per al gremi majorista hortofructícola de Mercabarna una de les accions més interessants i també entranyables són les degustacions populars que organitzem als mercats municipals de Barcelona”. L'AGEM, amb la col·laboració del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Mercabarna SA, porta a terme aquestes accions des de l'any 2014. “Estem molt satisfets de la bona acollida que reben

tant per part de detallistes de fruites i hortalisses com dels ciutadans. Les degustacions ens acosten a les persones i això ens agrada”. En aquests anys, l'AGEM ha organitzat degustacions de bunyols de calçots, cremes tardorenques, xips de moniatos, suc natural de magrana i gaspatxos de diferents tipus a l'estiu.

Jaume Flores recorda que “també hem aprofitat per incorporar en aquestes degustacions els tallers per a nens i nenes i estar a prop del públic familiar. Esperem que aviat puguem tornar a recuperar aquestes degustacions populars que tenim aturades des del mes de març de 2020 a causa de les restriccions per la pandèmia” ●

Informació facilitada per l'AGEM





Les coses pel seu nom. Sanahuja, el nom de les mandarines.

A la teva fruiteria de confiança saben que de totes les mandarines, n'hi ha unes amb una frescor, una dolçor, un color, una textura i una qualitat que les fa úniques. Mandarines cultivades de manera tradicional, collides i encaixades a mà perquè sempre arribin fresques a casa teva. Per això pots demanar-les pel seu nom. **Sanahuja, el nom de les mandarines.**



frutassanahuja.com

>>Love Klabaza



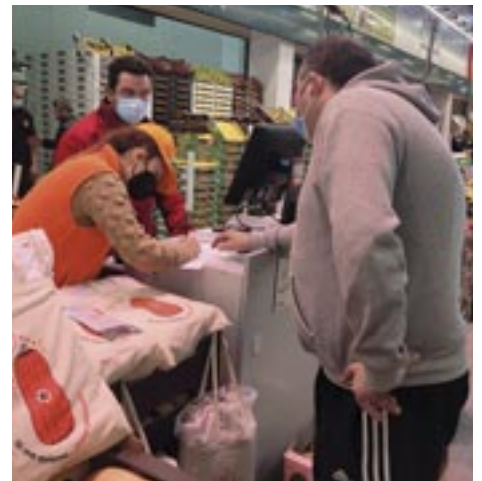
Love Klabaza és una iniciativa d'una setantena de productors de carbassa d'Espanya i Portugal, juntament amb l'empresa de llavors Sakata Seed Ibérica, per promocionar el consum d'aquesta hortalissa a tot el territori on cobra importància la figura del fruïter com a recomanador.

Love Klabaza es va donar a conèixer al sector en el marc ideal del Congrés AECOC (Associació de Fabricants i Distribuïdors) de Fruïtes i Hortalisses celebrat a mitjans de setembre de l'any passat.

Halloween, festa molt vinculada a la carbassa, es va convertir en presentació de cara al consumidor final. Xefs, influencers, periodistes, divulgadors i nutricionistes van realitzar una acció de suport de la carbassa en diferents fòrums. Van tractar de com cuinar la carbassa, com pelar-la, els seus avantatges nutricionals... Aquesta acció es va complementar amb un taller de decoració de carbasses a més de vint col·legis de tot Espanya. Per Nadal també va haver concursos i receptes especials; concretament, a través de les xarxes socials ●



La **carbassa** es pot **consumir tot l'any** per les seves propietats nutritives i culinàries. És rica en aigua i en fibra, amb baixa aportació calòrica. A més, conté betacarotè, un component antioxidant



www.loveklabaza.es

Love Klabaza és una iniciativa d'un conjunt de productors de carbassa espanyols i portuguesos amb l'objectiu de promoure el consum d'aquesta hortalissa entre el gran públic

A l'acció promocional al Mercat Central de Mercabarna de **"Si me quieres, dame calabaza"** de Love Klabaza van participar els majoristes Fruits CMR, Ronda Fruits i Frutas Kiko



>>Promoció

Coincidint amb Sant Valentí, durant el mes de febrer Klabaza potència la imatge de marca i dona més visibilitat a la campanya **"Si mi quieres, dame calabaza"** amb la participació de majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna i de fruïters.

Es proporcionen eines als majoristes per potenciar la venda de la carbassa –cartells, peladors, *flyers*...– en els seus clients, entre ells els fruïters, i donar-los els materials necessaris per promocionar la venda i consum de la

carbassa a les seves parades de mercat i fruïteries de proximitat. D'aquesta manera, els fruïters es converteixen en els principals recomanadors de Klabaza.

I també premiar el consumidor final, el comprador, per la compra de carbassa a través del lliurament d'un regal de marxandatge –una bossa de tela i un *flyer* de la promoció– i animar-lo a formar part de la comunitat de seguidors de Klabaza a les xarxes socials a través del sorteig d'un sopar romàntic per a dues persones ●



Ajudes directes a empreses i autònoms: preguntes i respostes

Aquest article apunta algunes claus per optar als ajuts promoguts per combatre les conseqüències de la pandèmia en el teixit empresarial.

El Govern ha publicat el reial decret llei 5/2021 de mesures extraordinàries de suport a la solvència empresarial, que mobilitza 11.000 milions d'euros per frenar, en la mesura del possible, el desastre econòmic que està patint el teixit empresarial espanyol, representat en la seva gran majoria per petites i mitjanes empreses (pimes) i autònoms, a causa de la pandèmia provocada per la Covid-19. D'aquesta quantitat, 7.000 milions es lliuraran en ajudes directes.

La distribució es fa de la manera següent: 5.000 milions d'euros es destinaran a totes les comunitats autònomes, excepte les illes Balears i Canàries, que rebran 2.000 milions perquè es considera que han estat les més perjudicades per la seva elevada exposició a un dels sectors que ha patit més, el turisme.

Així, negocis de 95 activitats podran beneficiar-se d'aquesta mesura en la qual els imports que rebran se situaran entre els 3.000 i els 200.000 euros, en funció del tipus de companyia, de les pèrdues que hagi tingut i de la manera en què es cotitza en el cas dels autònoms.

Carmen Urraca, directora de Fons Europeus de Banc Sabadell, considera positiu que "el gruix del pla se centri en les ajudes directes, ja que és la via adequada per resoldre els problemes del balanç empresarial derivats de la manca temporal d'ingressos". Aquesta experta afirma que el caràcter atípic de la crisi (severitat del xoc, asimetria dels impactes per sectors i posada en escena de mesures limitadores a la mobilitat i a l'activitat) "fa necessària una aproximació holística amb mesures de diferents àmbits. És l'aproximació que s'està intentant dur a terme".

Urraca subratlla la importància que els fons es reparteixin amb celeritat i a través de mecanismes "simples i transparents". I afegeix que "també seria desitjable que a les ajudes es tinguessin en compte els costos empresarials i no només la pèrdua d'ingressos. Així mateix, l'assignació de recursos a cada segment empre-

sarial hauria de ser consistent amb la severitat de la crisi en cada un d'ells".

QUI POT SOL·LICITAR LES AJUDES? En un principi, hi podran accedir les empreses lligades a 95 activitats econòmiques concretes. Entre elles, els comerços detallistes, el comerç a l'engròs d'alimentació i subministres de restauració,

La Confederació Espanyola de la Petita i Mitjana Empresa (Cepyme) ha alertat que dos milions de pimes han quedat excloses de les ajudes directes pels requisits sectorials esta-

Per poder optar a aquests ajuts les empreses i els autònoms hauran de tindre el domicili fiscal en territori espanyol, no estar en concurs de creditors ni haver cessat l'activitat en el moment de la sol·licitud

blerts. Per tant, considerant aquest primer filtre, només el 47 % de les pimes podrien ser candidates a aquestes línies de suport.

Referent a això, Urraca precisa que "el Consell de Ministres va modificar fa unes setmanes el Reial decret llei 5/2021 per atorgar a les comunitats autònomes la possibilitat d'ampliar les activitats i les empreses que poden beneficiar-se de les ajudes directes".

QUINS REQUISITS S'HAN DE COMPLIR? En primer lloc, per poder optar a aquests ajuts les empreses i els autònoms hauran de tindre el domicili fiscal en territori espanyol, no estar en concurs de creditors ni haver cessat l'activitat en el moment de la sol·licitud.

A més, en podran ser candidates les pimes que el 2020 hagin tingut una caiguda de, com a mínim, un 30 % de la seva facturació respecte de l'any anterior. Els autònoms, per la seva banda, hauran de demostrar

que en el conjunt de les seves declaracions trimestrals de l'impost sobre el valor afegit (IVA) reflecteixen, com a mínim, un 30 % menys que l'exercici anterior. En tots els casos s'haurà de justificar que hi va haver un resultat net positiu en els comptes de 2019.

El pla de Moncloa també condicionarà les ajudes a estar al corrent dels pagaments de les obligacions tributàries i de la Seguretat Social, així com a no repartir dividendes ni a augmentar els salaris de l'equip directiu en un període de dos anys. Finalment, tant empreses com autònoms s'han de comprometre a mantenir l'activitat fins el juny del 2022.

Segons el parer d'Urraca, "la política econòmica ha de seguir salvaguardant el teixit productiu mentre duri el xoc, cal donar temps perquè l'economia consolidi la seva recuperació i els diferents sectors puguin desenvolupar la seva activitat amb normalitat".

COM ES CANALITZARAN LES AJUDES? Aquests ajuts arribaran al teixit productiu espanyol a través de les comunitats autònomes.

D'aquesta manera, aquestes comunitats ja han tornat signat el conveni lliurat per l'Estat que els faculta per convocar i repartir aquests ajuts dins el paquet de 7.000 milions d'euros. Tenint en compte els terminis, les autonomies que agilitzin l'enviament del conveni, a mitjan mes de maig, podrien començar a obrir la convocatòria per sol·licitar els ajuts. Així mateix, dependrà de la celeritat de les autonomies el temps que tardin a arribar els diners a la butxaca de les pimes i dels autònoms •

Informació facilitada pel Banc Sabadell.
Ser on siguis

B Sabadell
Professional



giropoma

la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Camí Vell de Torroella, 3 - 17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162 - www.giropoma.com



sabor

frescor



Frutas Escandell, s.a.
Mercabarna

Tel. 93 335 31 91 - Fax 93 335 02 74
info@frutasescandell.com
www.frutasescandell.com

salud

vida



la mejor
selección
de variedades de
frutas y
hortalizas



Les eines de comunicació del Gremi són útils i pràctiques

La revista, les xarxes socials i les promocions són les principals eines de comunicació del Gremi dirigides a fruiters i consumidors



Les nostres **xarxes socials** (@catalunyafruiters), que sumen gairebé **17.000 seguidors**, són una eina molt útil i econòmica de comunicació

La relació directa, personal i de confiança del fruïter amb el consumidor ens converteix en els autèntics prescriptors de la fruita i hortalissa que venem

La nostra **revista Catalunya Fruïters** és el mitjà de comunicació més directe i estratègic dirigit a fruiters i també a majoristes de Mercabarna

Les nostres xarxes socials @catalunyafruiters estan resultant molt útils com a eina de comunicació.

A l'estiu del 2020 vam donar un nou impuls a l'ús de les xarxes socials del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona amb un nou enfocament a Facebook, on comptem amb gairebé 16.000 seguidors, i l'activació d'Instagram, amb prop d'un miler.

De la mateixa manera que **som els prescriptors de la fruita i hortalissa** que venem a les parades dels mercats i a les fruïteries de proximitat els fruiters som, en clau xarxes socials i de cara al gran públic, els "influencers" de tota la vida en fruita i hortalissa. Tot plegat perquè **som i volem ser pròxims i propers als fruiters i als consumidors**.

Les xarxes socials són una de les eines de comunicació juntament amb la **nostra revista Catalunya Fruïters** –amb 27 anys de trajectòria al capdavant– i també el web, en català i castellà; les promocions i degustacions; els *showcooking* i el calendari.

REVISTA. La revista Catalunya Fruïters està dirigida als fruiters i majoristes del Mercat Central de fruites i Hortalisses i del Biomarket de Mercabarna.

PROMOCIONS. Les **promocions i degustacions** de producte a peu de mercat i els *shows cooking* són dues

eines on la pròpia fruita i hortalissa acaparen tot el protagonisme, al natural i en diferents combinacions culinàries, de la mà de xefs especialitzats. Són accions molt agraïdes per al consumidor.

PROMOKIT. Hem anomenat a tot aquest conjunt d'eines de comunicació i màrqueting: **PromoKit**.

Són eines molt útils i pràctiques per ajudar a les marques a establir i potenciar el seu vincle amb el gran públic i també a posicionar-se davant el consumidor rendibilitzant la seva inversió en aquestes àrees, ja sigui de forma conjunta, combinada o individual.

EQUIP. El gran avantatge és que el Gremi compta amb un equip de professionals de diferents àmbits de la comunicació amb experiència en entitats i agències, coneixedors del sector fruita i hortalissa i de la dinàmica dels mercats municipals; i a més, en alguns casos, descendents de família fruïtera ●

Encantamos a
los consumidores en
cada temporada.



Soy Marlene®

HIJA DE LOS ALPES



Cultivada en un
clima alpino-
mediterráneo



Controlada
con la máxima
diligencia



Disponible en
todas las estaciones
del año



De granjas
familiares



Diversidad
irresistible para
todos los gustos



Calidad especial
gracias a los diferentes
estaciones

A close-up of a watermelon slice with red flesh and black seeds, positioned in the top right corner of the image.

¡DIS-

Several oranges with green leaves are arranged in the middle section of the image, behind the text.

FRUTA!

A single orange is centered in the bottom section of the image, set against a blue background.

Plasencia

www.frutasplasencia.com