

Catalunya Fruiters

exemplar gratuït

tasta'M

| Barcelona impulsa el cicle gastronòmic "Tasta'M" a diferents mercats de la ciutat |
 | Mercabarna i l'AGEM van celebrar els 20 anys de la campanya '5 al dia' |
 | Els majoristes de Mercabarna conviden a MenjaEstiu! |



Indicació Geogràfica Protegida

Poma de Girona la teva

pomadegirona.cat

Amb la col·laboració de:

Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Fons Europeu Agrícola de
Desenvolupament Rural:
Europa inverteix en les zones rurals

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

¡DIS-

Three oranges with green leaves are arranged in the middle section of the image, partially obscured by the text.

FRUTA!

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

Plasencia

www.frutasplasencia.com

SUMARI

ANY XXVII. ÈPOCA II. NÚM. 137. JULIOL - SETEMBRE DE 2022

EDITORIAL

3 El plaer de menjar fruita

GREMI

6 Barcelona impulsa el cicle gastronòmic "Tasta'M" a diferents mercats de la ciutat

12 La TPG dibuixa una línia ascendent

MERCABARNA

4 Mercabarna i l'AGEM van celebrar els 20 anys de la campanya '5 al dia'

MAJORISTES

16 Els majoristes de Mercabarna conviden a MenjaEstiu!

NOTES

8 La poma Marlene® dona suport a l'esport i benestar femení

La campanya "Espejito, espejito" de Frutas Bruñó redefineix el concepte de bellesa en favor de la maduresa

18 Poma de Girona premiada amb el guardó Catalunya Impacta per l'optimització del reg sense malmetre la collita

22 Grup AGF celebra el 20è aniversari de la marca Sandia Fashion®: "20 anys marcant la diferència"

APARADOR

10 Plátanos Ruiz: consells per millorar el potencial de venda del plàtan

14 L'associació +Brócoli i el Gremi de Fruïters de Barcelona s'uneixen per promoure el consum de fruita i hortalissa

20 Dues receptes irresistibles de kiwis Zesprí™



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 @catalunyafruïters



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



Lluís Macià i Puchercós

Soci

del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona

El plaer de menjar fruita

Fruïteres i fruïters, què boniques les nostres parades i fruïteries! Cada dia renovades amb fruita i hortalissa fresca de colors, formes i textures diferents, oferint al consumidor un món visual ple de salut.

Es dona per fet que una alimentació sana i equilibrada és fonamental per a la salut de les persones. I les fruites i hortalisses són bàsiques en aquest sentit. Com ho som també les fruïteres i fruïters per traslladar les bonances del producte al comprador.

Tenim cura del nostre ofici, del producte que venem, i del consumidor, on hi juga un paper molt important el vincle de confiança, el tracte personal i la relació directa. Som els autèntics prescriptors.

Cal donar valor al plaer de menjar fruita ja que tot i que en aparença pot semblar una acció quotidiana i intranscendent, és d'alta importància i hi ha una gran feina al darrere.

Feina que comença pels agricultors, pels pagesos, que tenen cura del camp i cultiven les fruites i hortalisses que nosaltres venem.

Quan nosaltres, les fruïteres i els fruïters, assessorem i aconsellem des de les nostres parades i fruïteries al nostre client, i al consumidor en general, també estem ajudant a posar en valor la gran feina de l'agricultor, sovint oblidada per part de la societat. Ser fruïter és una professió i com a tal passa per posar sacrifici i cor a tot allò que fem.

Com tampoc ens podem oblidar de la tasca que fa el Gremi en benefici de tots els fruïters, sent un gremi actiu, dinàmic i operatiu •

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



Mercabarna i l'AGEM van celebrar els 20 anys de la campanya '5 al dia'

El parc d'atraccions del Tibidabo va ser l'escenari escollit per celebrar els 20 anys de la campanya "5 al dia" (la pandèmia no ho va permetre al 2020), organitzada des de fa 22 anys per Mercabarna i l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM), que va ser la primera a desenvolupar-se a Espanya.

Hi van participar prop de 3.000 infants d'una cinquantena d'escoles participants en aquesta campanya educativa per fomentar una alimentació saludable. Els escolars van ser rebuts per un grup d'animació format per mags, xanquers i pallassos i les diferents escoles es van fotografiar en un *photocall* amb els personatges de la campanya.

BENVINGUDA. Montserrat Ballarín, regidora de Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona i presidenta de Mercabarna i Jaume Flores, president de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) van donar la benvinguda als infants.

Ballarín va explicar que la campanya es va posar en marxa com a resposta a la inquietud social i institucional davant l'augment de l'obesitat infantil i les malalties derivades d'una alimentació incorrecta. "En el decurs d'aquests 22 anys han passat per aquesta campanya educativa 150.000 escolars catalans i el missatge ha arribat també als seus pares i educadors". De la seva



Des de l'esquerra: Jordi Valls, director general de Mercabarna; Montse Ballarín, regidora de Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona i presidenta de Mercabarna; i Jaume Flores, president de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM).

banda, Flores va afirmar que l'AGEM i Mercabarna van ser pioneres a introduir la campanya a Espanya i, veient els bons resultats, moltes altres entitats del país els han seguit. "Després de 22 anys els monitors que porten '5 al dia', els majoristes i Mercabarna preparem els tallers i la visita al Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses amb la mateixa il·lusió del primer dia".

COMPROMISOS SALUDABLES. Un representant de cada escola va penjar el 'compromís saludable' dels escolars del centre per al curs vinent al "Mur dels compromisos", situat pels organitzadors de la festa a la Plaça del Somnis del parc d'atraccions. 'Menjar una peça de fruita fresca cada dia per esmorzar a l'escola', 'prendre suc de fruites naturals', 'només menjar l·laminadures els caps de setmana'..., són alguns dels compromisos que els

infants van penjar al mur. Després, els nens i nenes van pujar a les atraccions del parc, on hi havia diversos punts d'avituallament de fruita fresca.

PROMOURE EL CONSUM. El descens del consum de fruites i hortalisses fresques, sobretot entre les franges més joves de població, en detriment d'altres productes transformats que gaudeixen normalment d'un gran suport publicitari, preocupa les institucions que vetllen per l'educació i la salut dels ciutadans.

En aquest sentit, la campanya '5 al dia' té com a principal objectiu promoure el consum de les fruites i hortalisses entre els infants, així com entre les seves famílies i les escoles que hi participen •

Informació facilitada per Mercabarna



>> La campanya '5 al dia' de Mercabarna i AGEM, pionera a Espanya

Més de 150.000 escolars d'arreu de Catalunya hi han participat al llarg d'aquests 22 anys.

'5 al dia' és un moviment d'abast mundial, avalat per l'Organització Mundial de la Salut (OMS), que es porta a terme a més de 40 països d'arreu del món, que promou la ingesta diària de 5 racions de fruites i hortalisses entre els infants, així com entre les seves famílies i les escoles que els formen.

El conjunt de fruites i hortalisses són aliments fonamentals per al correcte desenvolupament dels nens i de les nenes, per la seva riquesa en vitamines, sals minerals, fibra i carbohidrats •



gironafruits

la nostra **fruta**
naturalment



**GIRONA
FRUITS**

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



**VILLADER
VILLACONEJOS**
*El Melón por
Excelencia*

sabor

frescor

salud

vida




ESCANDELL

Frutas Escandell, s.a.
Mercabarna
Tel. +34 93 335 31 91
Fax +34 93 335 02 74
info@frutasescandell.com
www.frutasescandell.com

la mejor
selección
de **melón y**
sandía





Barcelona impulsa el cicle gastronòmic “Tasta’M” a diferents mercats de la ciutat

És una iniciativa de l'**Ajuntament de Barcelona** promoguda per l'**Institut Municipals de Mercats de Barcelona (IMMB)** i la **Federació de Mercats Municipals de Barcelona (FEMM)**, amb el suport del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**.

El nou cicle gastronòmic “Tasta’M” pretén dinamitzar el territori, des d'un punt de vista gastronòmic i cultural, i promocionar els mercats com a prescriptors alimentaris de proximitat, qualitat, sostenibilitat i del producte de temporada.

Aquesta iniciativa està organitzada per l'Ajuntament de Barcelona, a través de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona, i la Federació de Mercats Municipals de Barcelona (FEMM), que integren més d'una trentena d'associacions dels 39 mercats municipals alimentaris de la ciutat, que representen prop de 1.500 parades.

OBJECTIUS. L'objectiu de “Tasta’M” és donar visibilitat a la xarxa de mercats de Barcelona com a punt de vertebració econòmica i social de la ciutat (el Mercat és l'àgora del barri) i aconseguir, entre d'altres:

- Capitalitzar i promoure el rol del mercat municipal com ens afavoridor del consum de productes fres-

cos i de proximitat, i els hàbits alimentaris saludables entre la ciutadania

- Influir positivament en la dinamització del comerç i de l'activitat dels mercats

- Vincular mercat, espai públic i ciutadania a través d'una proposta gastronòmica i cultural

- Posar en valor el producte de temporada associant-lo de manera implícita amb l'esdeveniment

- Consolidar la xarxa de mercats de Barcelona a través d'un esdeveniment d'interès i fomentar pedagogia entre els públics actuals i potencials dels mercats

- Implicació i impacte dels mercats en l'articulació social i econòmica dels barris

LA PRIMERA ACCIÓ. La primera edició va tenir lloc el dissabte 18 de juny a la plaça del Poeta Boscà, situada al davant del Mercat de la Barceloneta. Es va celebrar una musclada popular. Aquesta és la primera de cinc

>>>La participació del Gremi

Des del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona donem suport a aquest tipus d'iniciatives com el nou cicle gastronòmic “Tasta’M” on es posa de relleu el producte fresc i, entre aquests, les fruites i hortalisses.

Així, el Gremi a través dels nostres mitjans –revista, xarxes socials i web– fem difusió i donem visibilitat a aquesta nova campanya.

Remarcar que el sector fruita i hortalissa és el més nombrós al conjunt de mercats municipals ●

“Tasta’M” dinamitzarà el territori i promocionarà els mercats com a prescriptors alimentaris de proximitat, qualitat, sostenibilitat i del producte de temporada

El cicle està format per cinc accions que es duran a terme per diferents barris coincidint amb les festes de la Mercè, la Castanyada, el Carnaval i Sant Joan

accions que conformen el cicle, que s'estendrà fins al juny del 2023, i que es durà a terme a diferents barris, coincidint amb les festes de la Mercè (sardina), la Castanyada (castanya), el Carnaval (botifarra d'ou) i Sant Joan. La intenció és realitzar aquestes activitats a prop d'un mercat obert, amb l'objectiu de vincular aquests equipaments amb el territori i dinamitzar els barris i els mercats.

LA MUSCLADA. Així doncs, la primera acció va ser una musclada popular, rememorant les revetlles d'estiu on menjar musclos era tradició, ja que coincideix amb la millor època pel seu consum. D'aquesta manera es posa en valor el paper dels mercats com a centres socialitzadors del territori, impulsors de les tradicions i proveïdors de productes frescos de temporada, que fomenten els hàbits alimentaris saludables entre la ciutadania.

Per poder participar, els visitants van presentar un tiquet degustació que donava dret a una tapa de musclos i una beguda. El divendres 17 de juny, les parades del mercat van obsequiar els seus clients amb aquests tiquets degustació per les seves compres.

A més a més, durant tot el matí va haver-hi una furgoneta amb DJ que amenitzà l'esdeveniment i un grup de música tradicional itinerant que va fer un recorregut pel mercat i per la plaça del Poeta Boscà, on continuà el seu concert ●



La poma **Marlene®** dóna suport a l'esport i benestar femení

La marca del Consorci VOG renova el seu suport a la Cursa de la Dona.

Les pomes Marlene® tornen a córrer al costat de la Cursa de la Dona. La marca del Consorci VOG renova el seu suport a la carrera solidària dedicada a la salut, el benestar i els drets de les dones, on cada any hi participen milers de corredores a tot Espanya.

VALORS. Marlene® és un dels patrocinadors oficials de les 8 etapes, que van arrencar a València el 10 d'abril per continuar al llarg de l'any per Madrid, Vitòria, Gijón, La Corunya, Sevilla, Saragossa i Barcelona. A totes aquestes ciutats, la **"marea rosa"** de les participants promou un estil de vida saludable i de prevenció, a més de ser un esdeveniment solidari a favor, també, dels drets de les dones, valors tots ells que sempre han format part de la marca Marlene®, sinònim de benestar i qualitat.

A més de la presència de la marca al llarg de tot el recorregut amb materials inflables, banderes i pancartes, hi ha programades moltes iniciatives destinades a interactuar amb el públic assistent.

A la Fira de la Corredora els dies previs a la cursa, les participants poden fotografiar-se al *photocall* de Les 4 estacions de Marlene® –la tardor, l'hivern, la primavera i l'estiu decoraran el fons–, tema de la campanya de comunicació de la marca, i aconseguir una poma de regal. És una manera divertida de tenir un record inoblidable de la seva participació.

Amb l'arribada de la tardor 2022, les etapes de Sevilla i Barcelona (a l'octubre i el novembre, respectivament) s'animaran amb noves iniciatives, sempre amb l'objectiu d'integrar al màxim les participants a l'esdeveniment.

ESPERIT SOLIDARI. La Cursa de la Dona és un dels esdeveniments esportius femenins més grans d'Europa i se celebra a les principals ciutats espanyoles des de fa gairebé 20 anys. Enguany, la iniciativa segueix mantenint el seu esperit solidari amb donacions a l'Associació Espanyola Contra el Càncer i tres fundacions que defensen els drets i la protecció de la dona: Wanawake Mujer, Fundació GEL-CAM i Clara Campoamor ●



Amb aquesta campanya, que pretén connectar amb un públic més sènior, l'objectiu de Bruñó és defensar les arrugues i reivindicar un concepte de bellesa molt més ampli, menys superficial, incloent l'experiència i la maduresa entre els principals trets.

La campanya "Espejito, espejito" de Frutas Bruñó redefineix el concepte de bellesa en favor de la maduresa

La campanya de publicitat del **meló pell de gripau de Frutas Bruñó** d'enguany porta per nom **"Espejito, espejito"**, fent al·lusió a la mítica frase de pel·lícula el significat de la qual és ben conegut per la immensa majoria.

El vídeo principal mostra tres dones reals davant del mirall, amb una locució que reivindica una bellesa més completa, incloent l'experiència i la maduresa entre els principals trets.

Igual que en les darreres campanyes de la marca, hi ha un paral·lelisme entre les arrugues del meló i les de les persones. Amb aquesta estratègia, Bruñó pretén connectar amb un públic més sènior.

En línia amb la campanya anterior que tractava el problema de l'edatisme a l'entorn laboral, aquest any Bruñó segueix apostant per un to emotiu, amb una direcció d'art molt cuidada que tracta el producte des d'una perspectiva "Premium", sofisticada i elegant. La campanya compta amb un pla de mitjans que combina un circuit exterior amb publicitat en línia. Pel que fa a la part audiovisual, aquesta consta d'una peça principal amb les seves respectives adaptacions més tres entrevistes de més durada que es poden veure a YouTube i a les xarxes socials de la marca.

EXCEL·LÈNCIA. L'empresa valenciana Hermanos Bruñó es va fundar el 1977 pels germans Francisco i José Bruñó sota una premissa molt clara: **buscar l'excel·lència del producte**. Dues dècades després, amb l'arribada de la segona generació, l'empresa augmenta la producció en un 40%, ampliant les exportacions.

Des d'aleshores, la marca ha continuat creixent i evolucionant en el seu posicionament, **apostant per la innovació en tots els processos**, especialitzant-se en el meló i elevat a la màxima categoria la varietat Pell de Gripau, tot i que entre els seus productes també podem trobar síndries, taronges, mandarines i clementines ●



IRRESISTIBLE SABOR,

màxima qualitat



Un **sabor irresistible** i la **més alta qualitat** es combinen, per a delit dels nostres paladars, al kiwi Zespri™ SunGold™. Daurats, dolços i sucosos, aquesta varietat de kiwis de Zespri™ no et deixarà indiferent.

Descobreix més a ZESPRI.COM

Segueix-nos a:



>>Plátanos Ruiz: consells per millorar el potencial de venda del plàtan

El plàtan, malgrat la seva aparença robusta, és molt sensible als cops i a la temperatura. Per això, Plátanos Ruiz, que **des de 1964 es distingeix pel seu procés de maduració artesanal de plàtans per obtenir el millor sabor i mantenir la seva bona conservació durant la distribució fins al consumidor final**, comparteix alguns consells per millorar el seu potencial de venda.

TENIR CURA. El plàtan ha de ser tractat amb cura durant tot el seu procés de manipulació. Des de la compra al mercat majorista, els transportistes han de tenir clar que és un producte delicat. **Les caixes han de ser tractades amb cura**, no poden deixar-se caure de forma brusca al terra, apilar-les amb altres fruites pesades a sobre, o deixar-les exposades a la calor o el fred. En el punt de venda, el principal consell és **ser curós en la seva col·locació i manipulació** per aconseguir conservar els plàtans en les condicions òptimes ja que, encara que sembli una obvietat, no sempre es té en compte que com millor conservats estiguin, millor es vendran. Els clients compren pels ulls i la fruita ha d'estar en perfecte estat per atraure l'atenció dels clients ●



15° és la temperatura màgica perquè els plàtans segueixin madurant amb el millor sabor. Entre 10° i 20° el plàtan segueix el seu procés de maduració, mantenint el seu aspecte, el seu excepcional sabor, i també duren més



>>En la compra

El consumidor no sempre té en compte que el plàtan és una fruita delicada.

En el moment de la compra, aconsellar al consumidor que dipositi sempre els plàtans a la part de dalt de la cistella o del carro de la compra. Així, els plàtans arribaran a casa seva en molt bon estat.

També, segons l'estació de l'any, recomanar com conservar el plàtan a casa.



>>Valors diferencials

Donar a conèixer els valors diferencials. Si són plàtans madurats de forma artesanal transmetre al consumidor que tenen un valor afegit addicional que garanteix un sabor únic.

Si són plàtans de Canàries, incidir en el seu origen; i en particular, si són de La Palma. Per la situació derivada de l'erupció volcànica, pot motivar la solidaritat en el procés de compra del consumidor.





LA SALUD DE LAS PERSONAS Y DEL PLANETA



EL CAMPO Y EL
PROCESO
PRODUCTIVO



LA CONFECCIÓN
Y LAS
INSTALACIONES



EN EL
TRANSPORTE Y
LA DISTRIBUCIÓN

FRUTINTER

La TPG dibuixa una línia ascendent



La xifra resultant de totes les transaccions dutes a terme amb la **TPG, Targeta Pagament del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**, durant el segon trimestre de 2022 ha superat els 900.000 euros; en concret, 906.933€. Aquesta xifra suposa un increment sobre el trimestre passat, seguint la tònica dels anys anteriors.

MÉS TARGETES. En aquest període temps d'abril a juny d'enguany s'han produït noves altes de targetes.

Com ja hem explicat en edicions anteriors de la revista Catalunya Fruïters i està succeïnt al comerç en general, les transaccions econòmiques en metàl·lic han disminuït en favor d'altres alternatives de pagament, la qual cosa ha incrementat l'ús de la TPG.

CONSOLIDACIÓ. Els números assolits per la TPG reflecteixen la seva consolidació 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 possibili-

tats 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.

INICIATIVA. La TPG és un sistema de pagament impulsat i promogut pel **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**, i compta amb la col·laboració de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona (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 com-

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

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

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

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

pres 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. 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 poden veure alleugerir-se les pòlisses de crèdit que demanen als bancs i, així, podran estalviar interessos en el volum de pòlisses de crèdit.

INFORMACIÓ. Hi ha un menú específic de la TPG a la web **www.gremifruïters.com** ●

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

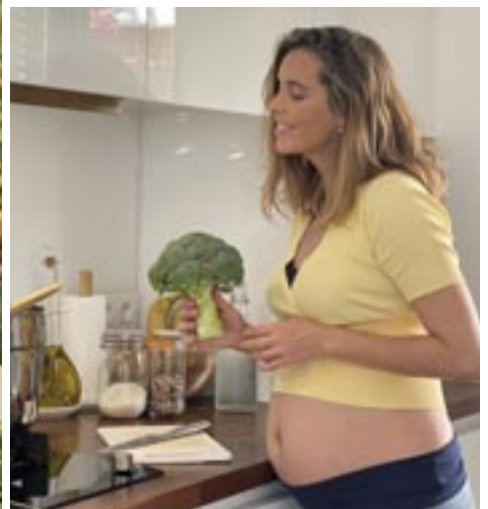
EMPRESA	PAVEL·LÓ	NÚMERO
Torres Hnos y Sucs	A	1021 - 1024
Capella Fruits	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A A	1060 - 1062 1029 - 1030
Fruits Ràfols	B G	2030 7029 - 7031
Churry	C	3034 - 3036
Deltabarna	C	3041 - 3044
Fruïtes i Hort. Gavà	C	3057 - 3060
Visa Fruits	D D	4022 - 4025 4028 - 4031
Plátanos Ruiz	D E	4038 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
Fruits Figueres	F	6037 - 6039
Prats Fruits	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.

>>L'associació +Brócoli i el Gremi de Fruïters de Barcelona s'uneixen per promoure el consum de fruita i hortalissa

L'estiu també és una època ideal per consumir fruites i hortalisses i assolir les 5 racions al dia recomanables per portar una vida sana. Així és el **repte @longlifechallenge** que proposa el **programa europeu de promoció Cute Healthy** en què +Brócoli participa. En aquest marc, l'associació +Brócoli i el Gremi Provincial de Detallistes de Frutes i Hortalisses de Barcelona han realitzat un acord pel qual repartiran en 60 fruïteries –parades de mercat i botigues de proximitat– de la demarcació de Barcelona un lot promocional per fomentar una alimentació sana i posar en valor el gran paper que tenen els fruïters i les fruïteries. Així, durant el mes de juliol, aquestes fruïteries reparteixen ampolles, bosses i motxilles amb els eslògans del programa. Els consumidors només han d'adquirir fruites i hortalisses als comerços de la zona. Es promou el consum de totes les hortalisses i especialment el bròquil, ja que +Brócoli es dedica a divulgar-ne el seu consum.

L'ASSOCIACIÓ. +Brócoli està formada per agricultors, planters, comercialitzadors, investigadors, restauradors i totes aquelles entitats interessades a difondre el bròquil en qualsevol de les seves formes •



Aquesta promoció fomenta l'**alimentació sana**, en especial el consum de fruites i hortalisses, i valora el gran paper de les fruïteries i els fruïters, autèntics prescriptors dels productes que venen



EXÓTICA
PREMIUM

www.exoticapremiumfrutas.com



- LA -
BELLEZA
ESTÁ EN EL
INTERIOR



Cultivar[®] 

www.cultivar.net





>> Guia de Temporada i Receptari MenjaEstiu!

Recull les principals fruites i hortalisses que es poden trobar al mercat durant el període estiuenc, així com les seves varietats, els seus orígens i el moment òptim de consum.

La Guia es pot descarregar a les pàgines web:

www.agem.mercabarna.com

www.DeProximitat-DeTemporada.cat

Els majoristes de Mercabarna conviden a MenjaEstiu!

En el marc de promoure les fruites i hortalisses de temporada, l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona (AGEM) i Mercabarna van presentar **MenjaEstiu!** al Mercat del Carmel de la ciutat de Barcelona.

L'objectiu d'aquestes campanyes és difondre entre la ciutadania els beneficis i avantatges del consum de fruites i hortalisses en la seva temporada natural



El passat dissabte 9 de Juliol, la xef Carme Rusalleda va participar al Mercat del Carmel de Barcelona en la presentació de la campanya per promoure el consum de fruites i hortalisses d'estiu, organitzada per l'Associació Gremial d'Empresaris majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) i Mercabarna.

L'acte va comptar amb un tast popular de crudités de temporada, tallers infantils i la presentació de les receptes de la **Guia de Temporada i Receptari MenjaEstiu!**

Totes les persones assistents van rebre un exemplar de la Guia Receptari amb els suggeriments culinaris i gastronòmics de la xef de Sant Pol de Mar: amanida Waldorf estiuenca; cuscús, vegetals i fruita fresca i seca; rosetó d'estiu... i explicacions d'algunes fruites i hortalisses d'estiu: nespres, maduixes, cireres, prunes, albercocs, nabius, figaflors, préssecs, peres d'estiu, melons, síndries... La Guia es pot descarregar a:

www.agem.mercabarna.com

www.DeProximitat-DeTemporada.cat

Mercabarna serveixen per difondre entre la ciutadania els beneficis i avantatges del consum de fruites i hortalisses de temporada i promoure un major coneixement d'aquests productes i de les seves possibles aplicacions a la cuina.

Els assistents van poder tastar unes racions de crudités d'hortalisses fresques de temporada (tomàquets xerri (cirerols), carabassons, pebrots groc i vermell, pastanagues...) i amanides amb vinagreta, receptes de la gran xef Carme Rusalleda.

TALLERS INFANTILS. Els més petits van gaudir molt dels tallers infantils descobrint l'essència de l'amanida i els seus ingredients (tomàquets, enciams, pastanagues, cebes tendres...), tots ells productes de proximitat ●

Informació facilitada per l'AGEM



DIFUSIÓ I PROMOCIÓ. Aquest tipus d'activitats impulsades per l'AGEM i

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

MELÓN



multiplica el sabor

Peris

www.vicenteperis.com

es calidad



Poma de Girona premiada amb el guardó Catalunya Impacta per l'optimització del reg sense malmetre la collita

L'eina **Giroreg** fa una recomanació del reg, permet reduir fins a un 30% el consum d'aigua i energia dels motors de reg i proporciona pomes de més qualitat.

La Indicació Geogràfica Protegida (IGP) Poma de Girona ha estat reconeguda amb un **premi Catalunya Impacta** per la iniciativa que ajuda els productors a optimitzar els recursos hídrics sense fer malbé la collita. El guardó, impulsat pel Cercle Tecnològic, dona visibilitat a les millors iniciatives de transformació econòmica i social mitjançant la tecnologia.

La IGP Poma de Girona va rebre el reconeixement a la iniciativa del sector primari amb el programa Giroreg.

GIROREG. L'eina ofereix una recomanació de reg i ha estat desenvolupada per l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA), amb la col·laboració de les empreses de Poma de Girona, el suport del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC) de la Generalitat de Catalunya i el PECT 'Girona regió sensible a l'aigua'.

El sistema controla un total de 150 punts amb uns 600 sensors en les 1.800 hectàrees de la denominació d'origen Poma de Girona per conèixer la humitat del sòl. Aquesta informació es creua amb la previsió mete-

>>Poma de Girona: reconeixement internacional

Poma de Girona és una Indicació Geogràfica Protegida (IGP) que agrupa tres empreses que produeixen i comercialitzen poma: **Girona Fruits** (Bordils), **Giropoma Costa Brava** (Ullà) i **Fructícola Empordà** (Sant Pere Pescador).

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

La proximitat amb el mar Mediterrani i els Pirineus fa que les plantacions tinguin un clima privilegiat. A més, **Poma de Girona està reconeguda internacionalment com un producte de qualitat, segur, de confiança i sostenible.**

Els productors són fructicultors molt qualificats que usen tècniques de producció integrada respectuoses amb el medi ambient, responsables i sostenibles. A més, fan controls de qualitat estrictes i implanten sistemes de traçabilitat ●

orològica a 7 dies vista per presentar una proposta de reg adequada a les necessitats d'aigua i l'expectativa de pluja o calor dels propers dies. Les recomanacions es poden consultar amb detall a la plataforma, apta per a mòbil i ordinador.

OPTIMITZAR. La solució permet reduir fins a un 30% el consum d'aigua i energia dels motors per regar. Giroreg també ha donat com a resultat arbres més equilibrats i fruita de més qualitat.

El president de la IGP Poma de Girona, Jaume Armengol –a la imatge rebent el premi de mans de Roger Torrent, conseller d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya–, assenyala que el guardó representa “la feina ben feta, la innovació al territori i el compromís dels productors amb la terra i els consumidors. La tecnologia ens ajuda en molts aspectes, ens allibera de feines pesades, ens permet ser més competitius i, en un futur, juntament amb la digitalització, ha de possibilitar que siguem més sostenibles, fent un ús més racional dels recursos”.

MÉS COMPETITIUS. Giroreg ajuda els productors a optimitzar els recursos hídrics sense fer malbé la collita i permet reduir costos i tenir un producte més competitiu. “Tots els agricultors sabem que les necessitats de reg del cultiu varien en funció de les condicions climàtiques i la tecnologia ens permet incorporar les prediccions climàtiques numèriques al càlcul de quan i com hem de regar”.

Armengol destaca que “Poma de Girona ha estat sempre oberta a compartir amb altres institucions aquesta i altres experiències. Les 80 famílies que formem part de la IGP estem abordant un repte tecnològic, com és en aquest cas la gestió del reg, amb l'ajut del nostre soci tecnològic, l'IRTA. Ens va bé i ens dona força per poder continuar encarant altres reptes” ●



Jaume Armengol, president de la IGP Poma de Girona, amb el guardó a les mans, i Roger Torrent, conseller d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya.



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



Dues receptes irresistibles de kiwis Zespri™

kiwis **Zespri™** i Fabián León, de MasterChef, proposen dues maneres saludables, saboroses i diferents de començar el dia amb energia i cuidant-te.

Creus que és impossible estar-te'n dels desitjos que vénen de gust en aquestes dates sense deixar de cuidar-te? L'estiu és aquí, portem setmanes de bon temps i de terrasses, de sortir, de menjar i beure més, de pica-pica, de sopars tardans i esmorzars més tranquils en què ens donem més d'un caprici. Et preocupa, potser, deixar de sentir-te bé, però tampoc vols deixar de gaudir. El curs ha estat llarg i t'ho has guanyat.

BON ESMORZAR. No has de renunciar ni a una cosa ni a l'altra, ni a deixar-te portar ni deixar de tenir en compte la teva salut. Un bon esmorzar no ha de deixar de ser "healthy" o desitjable i, a més, pot donar-te una quantitat sorprenent de vitamines, minerals i nutrients en general que et cuidin per dins i per fora. Pot ser un esmorzar colorit, llaminer i supersaborós. I tot amb una cosa tan senzilla com els **kiwis Zespri™**, que aporten aquest sabor, color i una gran quantitat de nutrients essencials per al teu organisme.

INGREDIENTS BÀSICS. Tant la varietat de kiwi verd, **Zespri™ Green**, amb el seu color verd vibrant i sabor refrescant amb un toc àcid, com la varietat groga, **Zespri™ SunGold™**, daurada i irresistiblement dolça, tenen grans quantitats de vitamina C, fibra i altres vitamines i minerals. A més, són perfectes com a ingredient bàsic de delicioses receptes per començar aquestes últimes jornades laborals d'estiu amb energia, si és el teu cas, o per als somiats dies de festa si ja hi ets.

EMPRENEDOR. Convençut d'això, Fabián León, cuiner, emprenedor i MasterChef, expert en cuina fàcil i sana, han preparat aquestes elaboracions perquè els teus matins canviïn radicalment i cadascú sigui el començament d'un gran dia ●

Informació facilitada per Zespri



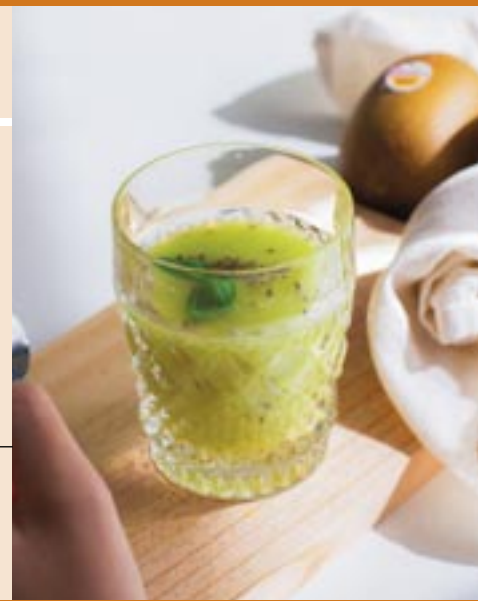
>> Smoothie de Kiwis Zespri

Ingredients:

- 2 Kiwis grocs Zespri™ SunGold™, plens de nutrients i vitamina C que t'ajuden a cuidar-te i sentir-te més vital
- Suc de pinya, ric en antioxidants
- Una punta de wasabi, un antiinflamatori que ens ajuda a enfortir el sistema immunitari

Triturar tot fins que estigui ben integrat.

Servir en un got amb una rodanxa de kiwi decorativa i llest per gaudir!



>> Gofres sense sucre amb kiwi i iogurt

Ingredients per a la massa:

- 1 tassa i mitja de farina de civada
- 2 cullerades de llevat
- Extracte de vainilla
- 3/4 tassa de beguda vegetal de coco o civada
- 4 cullerades d'oli d'oliva
- 2 ous
- Canyella al gust

Toppings a afegir:

- Kiwi verd Zespri™ Green o Kiwi groc Zespri™ SunGold™ trossejat.
- iogurt grec natural.



Tant la varietat de kiwi verd, **Zespri™ Green**, amb el seu color verd vibrant i sabor refrescant amb un toc àcid, com la varietat groga, **Zespri™ SunGold™**, daurada i irresistiblement dolça, tenen grans quantitats de vitamina C, fibra i altres vitamines i minerals



Fruits Solanas convida a moments inoblidables

Revaloritzem la Fruita i
hortalissa cada dia perquè
ofereixis molt més: un moment
únic, una experiència vital.

Per costum **soludable**

www.Fruitsolanas.com

@Fruitssolanas

Mercabarna, Pavelló F, 6002-04
08040 Barcelona
Tel. 93 335 28 90 · Fax 93 263 24 79
Mòb. 610 59 66 01 - 610 59 66 02
info@Fruitsolanas.com

oscarnova.biz

B Sabadell Professional

Aquesta PROposta és per a tu, de PROfessional a PROfessional.

T'abonem el 10% de la quota d'associat fins a 50 euros

Si ets membre del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruites i Hortalisses de Barcelona** t'abonem el 10 % de la teva quota de col·legiat o associat, amb un màxim de 50 euros per compte.

La bonificació es fa un únic any per a quotes domiciliades durant els 12 primers mesos (es considera com a primer mes el de l'obertura del compte). El pagament es fa en el compte el mes següent als 12 primers mesos.

Aquesta oferta és vàlida fins al 30/06/2023 per a clients nous amb la quota domiciliada en un compte de la gamma Sabadell PRO.

Contacta amb nosaltres i identifica't com a membre del teu col·lectiu i un gestor especialitzat t'explicarà detalladament els avantatges que tenim per a PROfessionals com tu.

T'estem esperant.



sabadellprofesional.com



900 500 170

Indicador de risc aplicable a la
gamma de comptes Sabadell PRO.

1 / 6

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

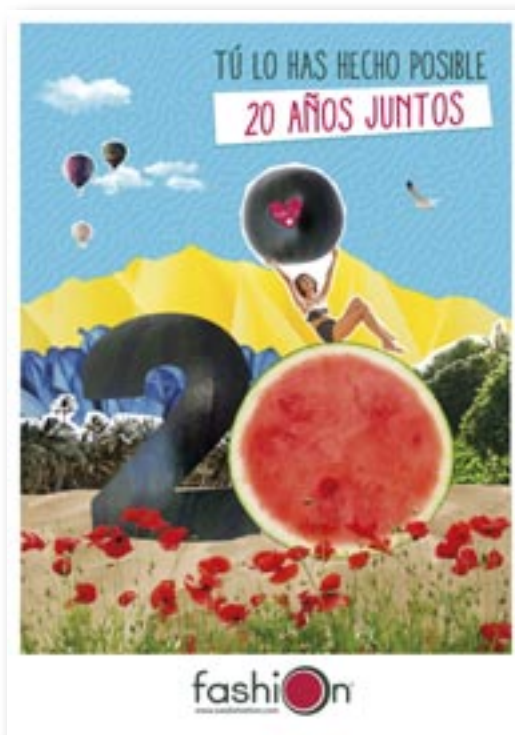
Banco de Sabadell, S.A. es troba
adherit al Fons Espanyol de Garantia
de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La
quantitat màxima garantida
actualment pel fons esmentat és de
100.000 euros per dipositant.

Grup AGF celebra el 20è aniversari de la marca **Sandía Fashion®**: “20 anys marcant la diferència”

La marca Sandía Fashion® fa 20 anys (2002-2022). La primera marca de síndria negra sense llavors d'Europa ha marcat una fita innovadora en un sector hortofructícola espanyol on predominen les marques de productor. Amb la missió de recuperar la confiança del consumidor en el producte, l'Associació Grup Fashion (Grup AGF Fashion S.L.) va iniciar aquest projecte. En aquests 20 anys, la marca Sandía Fashion® ha aconseguit guanyar-se el reconeixement i el respecte de la distribució alimentària i la confiança dels consumidors. En l'actualitat, Sandía Fashion® és referent de la categoria a Espanya i Europa pel seu indiscutible sabor dolç, del cor a l'escorça, i la seva garantia de qualitat.

20 ANYS MARCANT LA DIFERÈNCIA. Sandía Fashion® ha suposat una revolució en la producció i comercialització de síndria a Espanya i Europa, imposant els estàndards més alts de qualitat del sector, des de la producció, el tall i la recol·lecció, fins a l'envasat i la comercialització. Un exemple de com generar la demanda a nivell de consumidor.

En aquests 20 anys, la marca Sandía Fashion® és el principal agent de l'impuls del cultiu de síndria sense llavors a Espanya, del canvi d'hàbit del seu consum a tot Europa i de la percepció del consumidor (la síndria negra sense llavors és avui la referència "Premium" de la catego-



En aquests 20 anys la marca Sandía Fashion® ha aconseguit guanyar-se la confiança dels consumidors, pel seu indiscutible sabor, sempre dolç des del cor a l'escorça, i per la seva garantia de qualitat.

ria), i de l'augment del consum de síndria per càpita. La superfície del cultiu de síndria a la província d'Almeria ha crescut exponencialment aquests anys fins a convertir-se en el segon cultiu en importància. Actualment, Espanya és el major exportador mundial de síndria en volum i en valor de les exportacions. **Sandía Fashion®, 20 anys marcant la diferència i afegint valor a totes les baules de la cadena, des de la producció fins al consumidor.**

PROMOCIÓ. Sandía Fashion® fa 20 anys i per celebrar-ho regala 3.000 euros setmanals perquè els consumidors gaudeixin de les vacances de la seva vida en família, amics o en solitari. El viatge que sempre has somiat o unes vacances idíl·liques per desconnectar. Per participar-hi només cal escanejar el codi QR que apareix a l'etiqueta de Sandía Fashion® que es troba en diferents suports publicitaris, o bé entrar directament a la web de la promoció: **tuveranomasfashion.com** ●

>>> **Ampli calendari de síndria de màxima qualitat**

El 2002 neix el projecte Sandía Fashion® de la mà de l'Associació Grup Fashion (actualment, Grup AGF). Des d'aleshores han estat treballant amb el propòsit de crear un ampli calendari de síndria de màxima qualitat, ajustant-se a les necessitats dels clients i consumidors, i establint com a principal objectiu recuperar la confiança dels consumidors en el producte.

Avui dia, Grup AGF reuneix al voltant de la marca Sandía Fashion® les empreses líders en desenvolupament, producció i comercialització de síndria al continent europeu.

Actualment, Grup AGF està format per 15 empreses hortofructícoles ubicades al litoral mediterrani espanyol des de Granada fins a Tarragona. Sandía Fashion® està present a totes les zones productores d'Espanya, tant en hivernacle com en plantacions a l'aire lliure, garantint d'abril a octubre el calendari de producció i subministrament més important de síndria nacional ●



Pida Tomates de **Hortoventas**

Los **Tomates** de toda la Vida



Buenísimos...

Hay tomates y tomates: los auténticos tomates son los de **Hortoventas**, los de toda la vida, los que tienen un sabor extraordinario, son carnosos, son jugosos: simplemente con una pizca de sal están buenísimos.

Aire Libre

Nuestros tomates se cultivan al aire libre en el **Llano de Zafarraya**, un lugar privilegiado con temperaturas suaves, tierras fértiles y agua mineral del subsuelo.

Tradicición

Las prácticas del cultivo tradicional potencian la calidad del tomate de toda la vida: desde la siembra, pasando por el encañamiento, la poda y la recolección, que se realiza a mano en el momento justo de maduración.

Sabor

El sabor de los tomates tradicionales es inconfundible. Son los que recuperan el auténtico sabor del tomate, el sabor de siempre, **el sabor de la huerta tradicional**.

Cultivo Tradicional

▼ hortoventas.com

Síguenos



Cultivados en el
Llano de Zafarraya
(Granada)



Campaña financiada
con la ayuda de la
Unión Europea

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 las diferentes
estaciones