



mercabarna

l'informatiu del hub alimentari del Mediterrani® | **novembre 2014** | núm. 306



SECTOR DE... pàg. 10

**Mercabarna, AGEM
i el Port participen
a Fruit Attraction**

DIA A DIA pàg. 11

**16 de novembre:
Mercademostracions
a Mercabarna-flor**



EL REPORTATGE pàg. 06

**Mercabarna, “protagonista” del primer
curtmetratge d'Albert Espinosa**

SECTOR DE... pàg. 11

**S'instal·len
llums LED al Mercat
Central del Peix**



Staff

Director general de Mercabarna
JOSEP TEJEDO FERNÁNDEZ

Directora de la publicació
INGRID BUERA NADAL

Redactor
MONTSE DIEGO PÉREZ

Fotografia
ANTONI BOFILL

Maquetació i impressió
EXTRAESTUDIO.COM

Publicitat
ARKAB GRÀFIQUES

Redacció, Administració i Publicitat
CENTRE DIRECTIU - Planta 5a.
C/ Major, 76 Mercabarna
08040 Barcelona
Tel. 93 556 30 00
Fax 93 556 31 20
comunicacio@mercabarna.cat

CONSULTORIA INTERNACIONAL

Finalitza el projecte d'assessorament a Montevideo

El consorci format per Mercabarna, Mercasa i Deloitte Uruguai enllesteix la redacció del pla mestre que ha de servir per a la construcció d'una Unitat Alimentària a la capital uruguiana.

L'elaboració d'aquest pla ha comportat prop d'un any i mig de feina en el qual s'ha analitzat la distribució alimentària del país i s'han definit les infraestructures, funcionament i viabilitat econòmica del futur polígon alimentari. A més, hi ha hagut un intens treball de camp, amb diversos viatges a Montevideo per conèixer la realitat i les necessitats de les institucions i dels professionals agroalimentaris del país. El darrer d'aquests viatges es va fer el passat mes de setembre i va servir perquè el director general de Mercabarna, Josep Tejedo, i el director d'Estratègia i Màrqueting, Pablo Vilanova, juntament amb Mercasa i Deloitte, presentessin el pla mestre a les autoritats d'Uruguai, als operadors actuals i potencials

i als clients del futur recinte i als mitjans de comunicació.

UNA UNITAT ALIMENTÀRIA INSPIRADA EN EL MODEL MERCABARNA

El resultat d'aquest pla mestre és el disseny d'una Unitat Alimentària, d'unes 95 hectàrees, que serà similar, en molts aspectes, a Mercabarna. El tret més semblant és que el nou mercat majorista de fruites i hortalisses de Montevideo es traslladarà a un nou espai, situat als afores de la ciutat, on conviurà amb empreses d'altres sectors alimentaris, de valor afegit i de serveis. Per això, a banda de les 4 naus del mercat hortofructícola també es preveu la construcció de 3 Multiserveis, 4 pavellons de mercat polivalent i el desenvolupament d'una Zona d'Activitats Complementàries i d'una àrea comercial. ●



► **DIA A DIA.**
Imatges virtuals del futur polígon alimentari de Montevideo



L'EDITORIA NO COMPARTeix
NECESSÀRIAMENT LES OPINIONS
EXPRESSADES EN AQUESTA PUBLICACIÓ

DIPÒSIT LEGAL: B-45177-2013
ISSN: 1133-9383

Per a més informació sobre Mercabarna o sobre dades de comercialització i preus, pot consultar:
www.mercabarna.es

Segueix-nos a LinkedIn, Youtube i Flickr



COMISSIÓ D'ENERGIES

Se celebra la subhasta per contractar els serveis de l'electricitat i gas

Les empreses tenen fins al 23 de novembre per decidir si volen adherir-se a aquestes noves tarifes.



Mercabarna i l'Associació de Concessionaris de Mercabarna (Assocom) van participar, el passat 23 de setembre, en una subhasta, *online* i en temps real, per contractar els serveis de subministrament d'electricitat i gas. És la segona vegada que es participa en una iniciativa d'aquestes característiques, on les comercialitzadores fan ofertes i contraofertes per millorar el cost del quilowatt hora que paguen, en conjunt, les empreses.

Com a resultat d'aquesta subhasta, que va tenir com a guanyadora l'empresa Gas Natural Fenosa, s'ha aconseguit un manteniment dels preus de la llum, amb un 0,2% d'estalvi de mitjana, respecte a les tarifes assolides en l'anterior subhasta on ja es va aconseguir un estalvi del 7,5%. En el cas del gas, la reducció ha estat d'un 7,1% de mitjana. Un dels principals avantatges d'aquest sistema és que les empreses de Mercabarna que s'hi adhe-

reixin tenen l'oportunitat de pagar, durant un any, la llum i els gas a un preu molt competitiu i sense patir les fluctuacions pròpies del sector energètic. Tot i això, com a novetat, en aquesta ocasió també hi ha l'opció de contractar amb la companyia guanyadora la compra directa d'energia al mercat, una possibilitat que pot ser d'interès per a les firmes que tenen grans consums d'energia.

Participar en aquesta subhasta és una iniciativa de la comissió d'energia integrada per Mercabarna i Assocom

TERMINI MÀXIM PER SUMAR-SE A AQUESTES TARIFES

Totes les companyies que vulguin acollir-se a les tarifes resultants de la subhasta tenen fins el 23 de novembre per sol·licitar a Gas Natural Fenosa la carta d'adhesió. Després disposaran de dos mesos per formalitzar el contracte amb la subministradora. ●

Per a més informació sobre les tarifes contacteu amb l'Assocom al 93 556 41 02.

JORNADA

Els mercats majoristes reflexionen sobre el seu futur

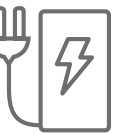
Mercabarna acull una trobada de representants de Mercasa i de les Unitats Alimentàries d'arreu d'Espanya.

El president de Mercasa, el director d'Estructures Comercials d'aquest empresa pública i els directors generals dels 23 mercats majoristes espanyols es van reunir a Mercabarna, el 23 i 24 d'octubre, per conèixer els resultats d'un estudi sobre l'evolució actual i de



futur del model "merca" i per analitzar els aspectes més rellevants dels plans estratègics de les diferents Unitats Alimentàries. Durant aquestes jornades, Mercabarna va aprofitar per presentar els projectes estratègics que està impulsant i per mostrar als màxims

responsables dels altres mercats majoristes les instal·lacions del Mercat Central de Fruites i Hortalisses i del Peix i de l'Escorxador. També hi van participar tres empreses de Mercabarna, que van explicar la seva experiència empresarial dins d'una Unitat Alimentària. ●



◀ **DIA A DIA.**
Els representants de Mercasa i els directors generals de les mercats espanyoles durant la visita al Mercat Central de Fruites i Hortalisses

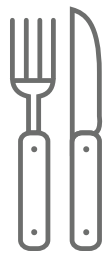
FOODSERVICE

Què demana al seu proveïdor una empresa de càtering?

Què millor per saber les necessitats d'un client potencial que anar a casa seva i veure com treballa. Sota aquesta premissa, la comissió *foodservice* de l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona va organitzar, el 23 d'octubre, una visita a la cuina central de l'hospital de Sant Pau i la Santa Creu, gestionada pel grup Arcasa. Prop d'una desena de firmes del Clúster van participar en aquesta jornada on, de la mà del director d'Operacions d'Arcasa, van conèixer com treballa i quins productes, formats i serveis demanda dels seus proveïdors d'aliments frescos i congelats aquesta empresa de restauració col·lectiva. Amb aquesta ja són dues les visites d'aquestes característiques organitzades pel Clúster. L'anterior va ser a l'empresa de càtering de Fira de Barcelona, Gastrofira, el passat mes de maig. ●



◀ **DIA A DIA.**
Els integrants del Clúster durant la visita a la cuina de l'Hospital de Sant Pau



EXPORTACIONS

Es potencien els contactes amb clients d'Alemanya i Algèria

Els estudis de mercat sobre aquests països realitzats pel Clúster "Mercabarna Export", amb la col·laboració de la Cambra de Comerç de Barcelona, s'han traduït en l'organització de dues missions comercials que van ser de gran profit per a les empreses participants. La clau, establir una agenda de reunions amb clients amb un perfil molt interessant per a les firmes de Mercabarna.



La primera missió es va fer el 23 de setembre, en la qual, aprofitant la celebració de la fira Seafood a Barcelona, es va convidar 11 empreses importadores de peix i marisc d'Alemanya. Aquestes van mantenir reunions B2B amb 11 firmes de Mercabarna i, a més, van poder conèixer *in situ* el Mercat Central del Peix. La segona, en canvi, va consistir en un viatge a Algèria, celebrat a finals d'octubre, on 3 empreses de fruites i hortalisses i una de carn de Mercabarna van tenir l'oportunitat de fer entrevistes

personalitzades amb una desena de firmes importadores de les ciutats de l'Alger i d'Orà.

PROPER OBJECTIU: ELS EMIRATS ÀRABS

Seguint en aquesta línia, el clúster "Mercabarna Export" i la Cambra de Comerç faran, el proper 6 de novembre, una xerrada oberta a les empreses de tots els sectors d'activitat del recinte que vulguin conèixer les oportunitats de negoci als Emirats Àrabs. ●

Més informació d'aquesta reunió sobre els Emirats Àrabs al Calendari d'activitats de www.mercabarna.es

JORNADA

Barcelona i Lleida s'apropen per potenciar el creixement empresarial

Mercabarna va ser un dels participants a la "Jornada DAFO Lleida-Barcelona. Aflorant oportunitats" organitzada per UA1 Ràdio i celebrada el 16 d'octubre a Lleida. En aquesta trobada es van explorar les oportunitats de negoci entre les dues ciutats i es va analitzar com millorar les sinèrgies socio-econòmiques i empresarials. Per fer-ho, van intervenir personalitats del món de l'empresa i d'institucions com l'alcalde de Lleida, la tinent d'alcalde d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, el secretari

d'Universitats i Recerca, els presidents de la Cambra de Comerç, el Port de Barcelona, Foment del Treball, entre d'altres. El director general de Mercabarna també va ser-hi present com a ponent en una de les taules rodones, concretament la de "Com rendibilitzar dos sectors estratègics: TIC & agroalimentari". Josep Tejero va destacar com el sector agroalimentari lleidatès es pot beneficiar de les potencialitats de Mercabarna i com incentivar la relació amb les empreses alimentàries de Lleida. ●



INTERNACIONALITZACIÓ

Mercabarna i el Mercat Central de Munic aposten per potenciar els vincles comercials

El director general del Mercat Central de Munic i el president i dos empresaris de l'Associació majorista de fruites i hortalisses del mercat d'aquesta ciutat alemanya van visitar Mercabarna el 15 d'octubre. Aquesta visita va servir per valorar la possibilitat de realitzar, a finals d'aquest any, una missió comercial perquè majoristes hortofructícoles de Munic coneguin i estableixin relacions de negoci amb les empreses del Clúster "Mercabarna Export". A més, la delegació alemanya va aprofitar per veure el funcionament del Mercat Central de Fruites i Hortalisses ja que estan en plena remodelació del seu centre i també estan estudiant canviar-ne l'horari. ●



Loterías y Apuestas del Estado
mercado de la Sort - Administración nº323

REPARTITS AQUÍ 132.000.000 € DE LA GROSSA DE NADAL 2.010 AL Nº 79.250

C/ Major, 86
Local comercial nº1
Mercabarna, Sector C
Zona Franca
08040 Barcelona

Tel. 93 335 36 99
e-mail: mercasort@mercabarna.com

ADMINISTRACIÓ DE LOTERIES Nº 323



Números abonats
Servei integral a empreses

Repartits AQUÍ 132.000.000 €
de la GROSSA de NADAL 2010
al número 79.250

ANGEL MIR PORTES BISBAL SL

¡¡NOVA DELEGACIÓ A MERCABARNA!!

Carrer Longitudinal 4
Número 22
Local 4
Mercabarna

Porta Horitzontal Doble Pass
Novetat Velocitat 5m/s

Porta Mir Flex
Autoreparable

Porta Instant Pass Iso

Abric Inflable Iso
Passarel·la de Fibra
Capacitat 4000 kg

Postes de Protecció

ANGEL MIR · PORTES BISBAL SL · Telf. 972 640 620 · Fax 972 642 451 · Web. www.angelmir.com



“Pitahaya”, una història sobre aprendre a ser valent rodada a Mercabarna

“Pitahaya” és el primer curtmetratge de l'escriptor i director de cinema, teatre i televisió Albert Espinosa. Una història humana i plena d'emocions que transcorre pels carrers i instal·lacions de Mercabarna i que, de ben segur, farà que molta gent descobreixi aquest polígon alimentari.

No és la primera vegada que Mercabarna es converteix en un plató cinematogràfic. En el recinte s'han rodat escenes de pel·lícules com “Angustia” de Bigas Luna, “Tapas” de José Corbacho i Juan Cruz, “Animales Domésticos” de Xavi Giménez o, més recentment de “The Pelayos” d'Eduard Cortés. Però a “Pitahaya”, Mercabarna és molt més que un simple decorat. És un ‘actor’ més dins d'aquest curtmetratge. Un espai que ajuda a vehicular les emocions i els pensaments dels personatges protagonistes. “Quan vaig anar per primer

cop a Mercabarna m'hi vaig enamorar i vaig tenir clar que era el lloc on havia de passar una història que tenia al cap des de feia tres anys”, explicava l'Albert Espinosa. La història tracta d'un nen de 10 anys –interpretat pel jove actor Rubén Sánchez– que durant una excursió a Mercabarna amb la seva escola viu una situació que el fa escapar-se i amagar-se de tothom. Perdut pel recinte, es troba amb l'altre protagonista del film, un empresari del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses –interpretat pel Francesc Garrido–. A partir d'aquí tots dos estableixen

una peculiar relació on reflexionen sobre la por i la necessitat de ser valent davant les diverses problemàtiques de la vida (l'amor, el fer-se gran, la família, etc.). En poc més de 14 minuts, el curtmetratge ens endinsa per diferents instal·lacions del recinte, el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses, el del Peix, l'Escorxador, l'escola bressol... Però, sobretot, ofereix una visió global d'un espai, clau per a Barcelona, que per a molts espectadors és encara totalment desconegut. “Aquest film és una oportunitat de donar a conèixer aquesta ‘ciutat’

▲ **REPORTATGE.**
Imatge d'un dels moments del rodatge

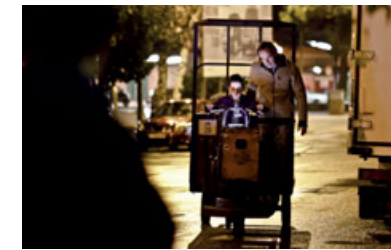
plena d'activitat i vida que és Mercabarna. I és, també, un homenatge a les més de 700 empreses i als quasi 7.000 treballadors que amb la seva feina diària ‘alimenten’ Barcelona, Catalunya i d'altres punts de la geografia espanyola i del món”, apuntava la tinenta d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona i presidenta de Mercabarna, Sònia Recasens.

UNA ESTRENA DE PEL·LÍCULA

L'esperada posada de llarg de “Pitahaya” va tenir lloc el passat 21 d'octubre al Centre Cultural el Born. La *premiere* oficial, presentada pel periodista Xavi Coral, va aplegar més de 250 persones entre representants de l'Ajuntament de Barcelona i Mercabarna, els membres de les juntes de les associacions empresarials de la Unitat Alimentària, els actors i l'equip del curtmetratge i gent del món del cinema. Després de la projecció,

el president del Gremi de Majoristes de Fruïtes i Hortalisses (AGEM), Casimir Llorens, assegurava que aquesta producció cinematogràfica contribuirà a donar més visibilitat a Mercabarna. En la mateixa línia, s'expressava Leandre Serra, president del Gremi de Majoristes del Mercat Central del Peix (GMP), que afirmava que a la pel·lícula queda palesa la importància que té Mercabarna per a la ciutat i el seu entorn. El president d'Assocom, Joan Llonch, manifestava que, “és una bona iniciativa, tot i que som conscients que en 14 minuts és difícil mostrar que és Mercabarna”.

El dia següent va ser el torn de mostrar “Pitahaya” als empresaris i treballadors de Mercabarna que van ser convidats a l'estrena en exclusiva del curt als cinemes Aribau i a la qual hi van assistir al voltant de 600 persones. L'estrena



◀ **REPORTATGE.**
Imatges de diferents moments del rodatge de “Pitahaya” a Mercabarna

per al gran públic va ser el 23 d'octubre a 8TV, amb l'emissió del curt en horari de màxima audiència, i que va ser vist, de mitjana, per 271.000 espectadors. Des del dia 24, aquesta producció d'Albert Espinosa es pot veure al web www.pitahaya.cat. Un visionat que, a més, té una vessant solidària, ja que per cada 10 reproduccions que es facin del curt, Mercabarna dóna 1kg. de productes frescos al Banc dels Aliments.

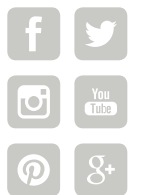
PITAHAYA, PRESELECCIONAT PER ALS PREMIS OSCAR

Ni el mateix Albert Espinosa s'ho esperava, tal i com va manifestar en les diferents entrevistes que li van fer durant la setmana de l'estrena del curt. Per a ell va ser tota una sorpresa i una gran alegria que “Pitahaya” fos premiat com a millor curtmetratge en el Urban World Film Festival de Nova York. I és que aquest prestigiós certamen, a banda de prestigi, ha suposat col·locar el curt rodat a Mercabarna entre les 46 produccions pre-seleccionades per als premis Oscar. Tot un reconeixement que encara pot anar més enllà si, a finals de gener, “Pitahaya” és escollida com una de les 5 produccions que competirà per una preuada estatueta de l'Acadèmia de Hollywood. El curt, que en els darrers mesos s'ha anat presentant per diferents festivals de cinema nacionals i internacionals, també va rebre un altre premi, en aquest cas, en el Festival de Cine de L'Alfàs del Pi (Alacant), on va guanyar el guardó a la millor fotografia. ●

◀ **REPORTATGE.**
La presidenta de Mercabarna, el director general de Mercabarna, Albert Espinosa, Francesc Garrido i Rubén Sánchez a l'estrena de “Pitahaya”

La *premiere* de “Pitahaya” al Centre Cultural el Born va reunir més de 250 persones

Segueix “Pitahaya”
a www.pitahaya.cat
i a les xarxes socials



L'ENTREVISTA

“Mercabarna és un lloc amb una màgia pròpia”

Albert Espinosa, autor i director del curtmetratge “Pitahaya”



Director, guionista i actor de cinema, teatre i televisió i autor de nombrosos llibres. Poca presentació necessita l'Albert Espinosa (Barcelona, 1973). Reconegut aquí i, cada cop més, a arreu del món, té aquell do de convertir en èxit tot allò que fa. Ara amb “Pitahaya” fa la seva primera immersió en el món dels curtmetratges. Una història amb el segell Espinosa, humana, intimista i tendra, que transcorre per un escenari tan únic i singular com és Mercabarna.

Per què va escollir Mercabarna com a escenari del seu primer curtmetratge? Crec que és un espai amb una màgia pròpia, la màgia d'un lloc on cada racó és diferent. Té l'encant de la diversitat.

Abans de rodar el curt, coneixia Mercabarna? No havia estat mai a Mercabarna, i la primera vegada que vaig venir em va al·lucinar.

Què el va al·lucinar més? Que és un lloc que no s'atura mai, que està obert dia i nit, l'energia que hi ha, el volum de productes que s'hi venen cada dia, la varietat de mercaderies... Bé, en realitat, em va sorprendre tot en general!

Com neix aquest curt? És una idea que tenia al cap des de feia tres anys. Volia explicar la història d'un nen que es perdés en un lloc immens i això el fes trobar-se a si mateix. Però una de les coses que em faltava era trobar el lloc...

Fins que va descobrir Mercabarna!

Vaig estar durant dues setmanes coneixent els diferents espais Mercabarna i un dels dies vaig veure els nens d'una escola que participaven a la campanya “5 al dia”. Vaig pensar que tot plegat podia encaixar amb la història que volia explicar. Tenia la història, el lloc i els actors, el trio perfecte!

Parli'm una mica de la història del curt.

És un nen de deu anys que durant una visita a Mercabarna amb la seva escola, es perd pel recinte i es troba amb el personatge que interpreta el Francesc Garrido. Realment es crea una situació estranya, un adult que es troba de nit un nen i l'ha de cuidar.

Quin diria que és el gran tema que aborda el curt?

El binomi entre valentia-covardia. En el fons per ser valent has hagut de ser primer un covard. També, parla d'aquest moment en el qual tot i ser un nen has de prendre decisions que són essencials per a la teva vida i que et marquen per sempre.

Què destacaria de rodar en un espai com Mercabarna? Primer de tot, la gent que hi treballa, tots van cooperar moltíssim.

“A Mercabarna cada racó és diferent. Té l'encant de la diversitat”

sim durant el rodatge. A més, mentre gravàvem, en cap moment es va aturar l'activitat, cosa que li dona un toc d'espon-taneïtat i realisme al curtmetratge.

Alguna anècdota del rodatge? Quan va arribar el moment de rodar a l'Escor-xador, el nen protagonista es va espantar amb els animals i la sang i va decidir que no volia entrar. Ens va costar un dia i mig convence'l perquè ho fes. Al final, com li passa al protagonista, va superar la por.

Per què el títol de Pitahaya? La vaig veure un dia que passejava per Mercabarna i em vaig enamorar perquè sembla una flor i una fruita a la vegada.

La música també juga un paper important dins de la història, veritat?

És una música composta especialment per al curtmetratge i crec que el compositor ha aconseguit captar l'ànima de la pel·lícula.

El curt ha guanyat un dels festivals més prestigiosos del EUA i està seleccionat per als Oscars... Com ho porta? És una bogeria enorme. Estic molt content. Tant de bo arribem a ser un dels cinc finalistes a la cerimònia dels Oscars, però ser un dels 46 curts seleccionats ja és un premi i un gran honor.

Creu que Pitahaya ajudarà que la gent conegui millor Mercabarna? Tan de bo serveixi! Perquè aquesta “ciutat” ens alimenta i és un luxe formar-hi part. ●

vosaltres porteu el millor a casa nostra, nosaltres, el millor a la vostra

A Orange creiem que si sou de Mercabarna us mereixeu trucades entre vosaltres a 0€ i els millors preus en trucades nacionals.

Visiteu-nos a:

Oficina d'Orange a Mercabarna
C/ Transversal, 12 local 13
Tel. 93 556 42 42

tu negocio cambia con **orange™**

FRUITES I HORTALISSES

Mercabarna es promou com el Hub Alimentari del Mediterrani a Fruit Attraction

Mercabarna, l'Associació Gremial d'Empresaris de Fruites i Hortalisses (AGEM) i el Port de Barcelona van participar, de forma conjunta i sota el paraigua de Catalunya-Prodeca, a la fira Fruit Attraction, celebrada a Madrid del 15 al 17 d'octubre.



Davant dels més de 41.000 visitants, d'uns 80 països diferents, que van assistir a aquesta fira, Mercabarna va mostrar els punts forts –varietat i qualitat d'oferta, potent logística associada, etc.– que li permeten posicionar-se com el Hub Alimentari del Mediterrani, és a dir, la principal plataforma d'importació i exportació de fruites i hortalisses del sud d'Europa. A banda dels nombrosos profes-

sionals que van passar per l'estand per conèixer el vessant més internacional de Mercabarna, més d'una cinquantena, procedents sobretot d'Itàlia, Polònia i Rússia, es van interessar d'una forma més concreta per establir relacions comercials amb empreses del recinte. Mercabarna també va aprofitar el cicle de conferències Fórum Inno-va per donar a conèixer el seu

model de funcionament. A través de la ponència “Mercabarna, el Hub Alimentari del Mediterráneo-Barcelona”, impartida per la directora d'Operacions i Comunicació, Ingrid Buera, es va incidir en els projectes que s'estan impulsant en infraestructures, clústers o responsabilitat social, així com en d'altres aspectes que fan de Mercabarna un mercat innovador i de referència al món.

GRAN APOSTA DE LES EMPRESES PER FRUIT ATTRACTION

El pes específic que té aquesta fira dins del sector va fer que les firmes hortofructícoles del recinte apostessin, una edició més, per tenir-hi una presència destacada. Un total de 18 empreses van participar amb estands propis que van servir de punt de trobada amb clients i proveïdors i com a aparadors per als seus nous productes i formats. ●

Visita la galeria de fotos de Fruit Attraction al Flickr de Mercabarna.

◀ **FRUITES I HORTALISSES.**
L'estand conjunt de Mercabarna, AGEM i el Port de Barcelona a la fira Fruit Attraction

AGEM promociona els fruits de la tardor

La campaña “Sabors de la tardor” vol impulsar el coneixement i el consum dels fruits d'aquesta estació.

El Gremi de Majoristes de Fruites i Hortalisses (AGEM) va posar en marxa, a finals d'octubre, una campanya per impulsar entre els ciutadans el coneixement i el consum dels fruits propis d'aquesta estació.

Sota el lema “Sabors de la tardor”, aquesta iniciativa, que va comptar amb la col·laboració de Mercabarna, l'Associació de Concessionaris de Mercabarna i el Gremi de Detallistes de Fruites i Hortalisses, tenia com a objectiu principal posar en relleu les propietats gastronòmiques i nutritives dels productes tan singulars que es poden trobar durant aquestes

dates. Per això, com a part de la campanya, es van repar-tir en els mercats municipals de Barcelona més de 30.000 fulletons amb receptes exclusives elaborades amb bolets, magranes, caquis, codony o castanyes. Aquesta acció, es va donar a conèixer a través d'una roda de premsa, celebrada el 28 d'octubre, amb la participació del president de l'AGEM, Casimiro Llorens; el director d'Explotació de Mercabarna, Josep Garcia; la doctora i nutricionista, Montserrat Folch; i el gerent de l'empresa especialista en bolets Laumont, Josep Maria Serentill. ●



PEIX

Prop d'un miler de bombetes LED il·luminen el Mercat

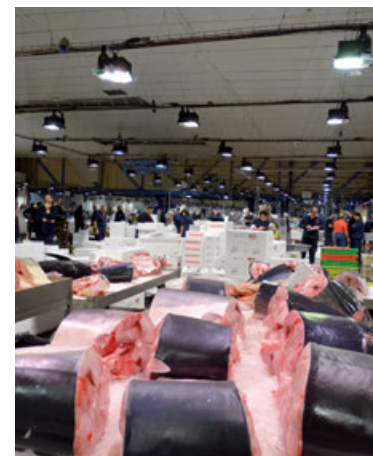
La zona d'exposició de producte del Mercat Central del Peix està il·luminada, des del juliol, amb llums LED, una tecnologia que permet a les empreses estalviar costos i, a la vegada, reduir les emissions contaminants. Aquesta iniciativa, impulsada per Mercabarna el Gremi de Majoristes del Mercat (GMP), s'emmarca dins del projecte d'actualització d'aquest centre.

On primer notaran les firmes de Mercat la instal·lació dels LED és a la factura de la llum. Es calcula que el consum d'energia es reduirà en un 40%, cosa que traduït en diners són més de 34.000 euros a l'any entre tots els operadors. Un estalvi que també ve donat perquè els LED tenen una vida útil 5 vegades superior a les llums actuals i poden arribar a funcionar fins a 50.000 hores. Això comportarà una millora de la competitivitat ja que la llum és una de les despeses més importants que tenen les empreses. Per fer-se una idea del volum del consum només s'ha de

tenir en compte que el Mercat està en funcionament 11 hores al dia, 312 dies l'any i la zona d'exposició i venda ocupa un 7.000 m². La incorporació dels LED també representa un impacte molt positiu en el medi ambient i converteix el Mercat en un centre més sostenible i eficient energèticament, ja que es preveu que es deixaran d'emetre 64 tones de CO² a l'atmosfera.

LA IL·LUMINACIÓ, UN ASPECTE FONAMENTAL

Substituir els llums de vapor de sodi –també de baix consum– que des de l'any 2000 il·luminaven la zona d'exposició del Mercat no ha estat un projecte senzill. Des de mitjans de 2011 s'han fet nombroses proves amb diferents tipologies de llums LED fins trobar la més adient. I és que el peix és un producte molt sensible a les tonalitats i colors de la llum i, tenint en compte que l'aspecte visual és un dels principals criteris de compra, era necessari trobar un tipus d'il·luminació que mostrés les millors qualitats dels productes. En total, la substitució dels 960 punts de llum ha suposat una inversió de 238.000 €. ●



L'aqüicultura, un sector amb bones oportunitats de negoci

Sota el títol “Millora la competitivitat amb l'aqüicultura”, el proper 12 de novembre, Mercabarna, a través de l'Associació Clúster Alimentari de Barcelona i el Clúster Acuiplus organitzarà una jornada per explicar les possibilitats de negoci que pot suposar per a les empreses del sector peix participar empresarialment en aquest sector (integració vertical). A més, també s'explicaran quines espècies aquícoles es cultiven actualment i en quines s'està treballant. Aquesta conferència s'engloba dins de les diferents activitats que realitza l'Associació Clúster Alimentari per fomentar les sinergies amb d'altres clústers. ●

Més informació de la jornada al Calendari d'Activitats de www.mercabarna.es

Bombetes LED
40%
menys de consum
d'energia



FLOR

Tradició i innovació se citaran a les Mercademostracions

El proper 16 de novembre se celebrarà a Mercabarna-flor la 31a edició d'aquesta jornada professional on s'espera aplegar més d'un miler de floristes de tota Espanya.

Sota el lema “Innovant la tradició”, es realitzaran nombroses activitats que tindran com a objectiu mostrar com fusionar els elements tradicionals del Nadal amb les tendències florals més innovadores. Per això, les demostracions que faran durant el matí les escoles d'art floral espanyoles i l'actuació de la tarda dels campions de la “Copa de España de arte floral AEFI 2013” giraran entorn aquesta temàtica. També hi haurà lloc per als concursos, un de corones d'advent adreçat als floristes i el ja tradicional de decoració d'arbres de Nadal en el qual hi participen les empreses majoristes del Mercat. Les Mercademostracions d'aquest any es completaran amb l'exposició “De la Rambla de les Flors a Mercabarna-flor”, una conferència sobre la importància de la imatge i les xarxes socials en la comercialització dels productes florals, la presentació de les principals novetats en plantes de temporada, entre d'altres activitats. ●

Més informació sobre les Mercademostracions a www.mercabarna.es/mercabarna-flor o al Facebook www.facebook.com/mercademostracions



◀ **Jornada 12 de novembre “Millora la competitivitat amb l'aqüicultura”**

NUEVO RENAULT TRAFIC

EL MOTOR DE TU ÉXITO



MOTOR ENERGY TWIN TURBO LÍDER EN CONSUMO*

AUTÉNTICA OFICINA MÓVIL CONECTADA

LONGITUD DE CARGA OPTIMIZADA HASTA 4,15m

DISEÑO MODERNO, DINÁMICO Y ROBUSTO



Descúbrelo en www.renault.es y haz tu pedido.

Gama Nuevo Trafic: consumo mixto (l/100km) desde 5,7 hasta 6,6. Emisiones CO₂ (g/km) desde 149 hasta 174.

*Mejor consumo en su categoría según NEDC.

Renault recomienda 

DRIVE THE CHANGE

