

Nota de prensa, 28 de enero 2025

‘De Proximitat Mercabarna’ quiere potenciar al agricultor, el producto de proximidad y el comercio local

5 videopodcasts con 'Conversaciones de Proximidad' secundan el plan de apoyo a los agricultores

Mercabarna vende un tercio de la fruta y hortaliza catalana destinada al mercado interno

Mercabarna ha lanzado este mes de enero, 'De Proximidad Mercabarna', **una campaña que busca principalmente seguir poniendo en valor la labor de los agricultores de proximidad y las frutas y hortalizas que venden a través de este gran mercado.** También quiere reconocer la labor del pequeño y medio comercio local de barrio como principal prescriptor de estos productos.

Esta campaña es sólo la punta del iceberg de toda una lista de acciones que Mercabarna ha venido realizando desde hace años, y que se han acentuado en estos últimos con su 'Plan Estratégico 2021-2026'. En dicho Plan Estratégico se marcó el objetivo, entre otros, de convertir el gran mercado en punto de conexión entre el mundo rural y el urbano, y promover al agricultor y el producto de proximidad.

Plan para promover al agricultor y el producto de proximidad

Para promover aún más al agricultor catalán y su producto, en los últimos 3 años, Mercabarna ha puesto en marcha una serie de iniciativas. Entre las más importantes destacan las siguientes:

- Ha promovido la **Asociació de la Pagesia de Mercabarna (APAM)**, con el objetivo de vincular y articular a los productores locales que operan en este gran mercado, para que tengan una voz propia, y para mejorar la viabilidad de este sector.
- **Incentivos para la incorporación de nuevos agricultores a un espacio exclusivo (Situado de Productores)**, con descuentos y beneficios los primeros 6 meses.
- **Jornadas de networking periódicas B2B entre mayoristas de frutas y hortalizas de Mercabarna y productores de proximidad de toda Cataluña**, en colaboración con la Asociación de Mayoristas del Mercado (AGEM) y el departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalidad de Cataluña. El objetivo es fortalecer y aumentar las relaciones entre las distintas empresas de ambos sectores.

- **Reforma del Situado de Productores, con el objetivo de actualizar las infraestructuras** y resaltar más esta zona dentro del Mercado Central de Frutas y Hortalizas.
- **Creación del Área de Atención al agricultor, la Guía del Agricultor y el apartado de la web de Mercabarna 'Agricultura de Proximidad'**, que ofrecen información al productor de proximidad sobre cuál es la mejor forma de vender sus productos en Mercabarna, horarios de carga y descarga, ventajas, etc.

<https://www.mercabarna.es/sectors-activitat/pagesia-de-proximitat/>

La campaña 'De Proximidad Mercabarna'

Para poner en marcha esta campaña **se ha creado la marca 'De Proximidad Mercabarna'**, para potenciar y distinguir los lugares donde se pueden encontrar las frutas y hortalizas de proximidad dentro de Mercabarna y poder realizar acciones de comunicación que promuevan el campesinado y el producto de proximidad que se comercializa en el gran mercado.

Se han señalado las zonas de venta de producto de proximidad comunes -el Situado de Productores, donde hay 25 pequeños agricultores, y la Zona de Cooperativas Agrarias -con 9 cooperativas y una más ubicada en el Biomarket-, **las 11 empresas mayoristas que también son productores de proximidad** (el 10% de las 123 empresas del mercado); **y 12 mayoristas especializados, que venden al menos un 30%** o más de 4 millones de kilogramos de frutas y hortalizas catalanas.

Mupis y cartelería. Desde diciembre y hasta finales de marzo, las 7 naves del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y las zonas donde se concentra la población de Mercabarna (zona comercial y de restauración) cuentan con mupis y cartelería para dar a conocer la campaña y resaltar los valores de los productores de proximidad y sus productos.

Se han creado 5 videopodcasts titulados 'Conversaciones de Proximidad', en los que el cocinero y presentador del programa *Cuines* de TV3, Marc Ribas, entrevista a personas vinculadas a la proximidad: agricultores situados en Mercabarna, expertos en salud pública, nutrición y restauración, mayoristas y detallistas, que explican desde diferentes vertientes los valores de los productores y los alimentos de proximidad, la necesidad de apoyarlos, así como de mejorar la forma de alimentarnos. Estos podcasts serán difundidos entre toda la población de Mercabarna (mayoristas y compradores) y entre instituciones, entidades relacionadas con la alimentación fresca, restauradores, periodistas e influencers para potenciar su máxima audiencia.

El primer podcast, 'El producto de proximidad' ya se ha difundido:

- Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=TU3VYs8C6gc>
- Spotify <https://open.spotify.com/episode/7Lff07dB81Dc4ITbXbR6AI>

El resto, 'Salud y producto de proximidad', 'Innovación y sostenibilidad', 'Familia Mercabarna' y 'Amigos de la gastronomía' se irán publicando cada dos semanas.

Mercabarna vende un tercio de la fruta y hortaliza catalana destinada al mercado interno

Cataluña produce alrededor de 1.200.000 toneladas de frutas y hortalizas al año y exporta aproximadamente un 50%* de estos productos. De modo que quedan para el consumo interno unas **600.000 toneladas**.

En **2023**, las empresas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y las de la Zona de Actividades Complementarias de **Mercabarna** comercializaron un total de **2.125.593 toneladas**. De ese total, la **producción catalana representó un 14,7% (312.387 toneladas)**. Por otra parte, de esta comercialización global, las empresas hortofrutícolas de Mercabarna exportaron un 30% (93.716 toneladas) y el 70% restante (**218.671 toneladas**) **lo vendieron en el mercado interno**. Por tanto, en Mercabarna se vende un tercio de la producción total catalana de frutas y hortalizas destinada al mercado interno.

*Dato calculado y estimado a partir de las fuentes PRODECA (Promotora de Exportaciones Catalanas) e IDESCAT (Instituto de Estadística de Cataluña)

Y a partir de 2025

Este año, Mercabarna terminará las obras de modernización de la Zona de las Cooperativas Agrícolas que, tal y como se ha hecho con el Situado de Productores, se está rehabilitando para adaptarla a las necesidades actuales de los agricultores que traen género cada día y de los compradores minoristas que vienen a abastecerse. Asimismo, **durante este año se reforzarán las acciones dirigidas al comprador minorista que acude a Mercabarna a diario**.

Cuando termine la campaña se analizarán los resultados y se decidirán las acciones que deben realizarse de cara al futuro.

Más información: Roser Lapuente, Responsable de Medios de Comunicación
T. 93 556 35 08/93 556 30 00; 610595024;