

gras i magre

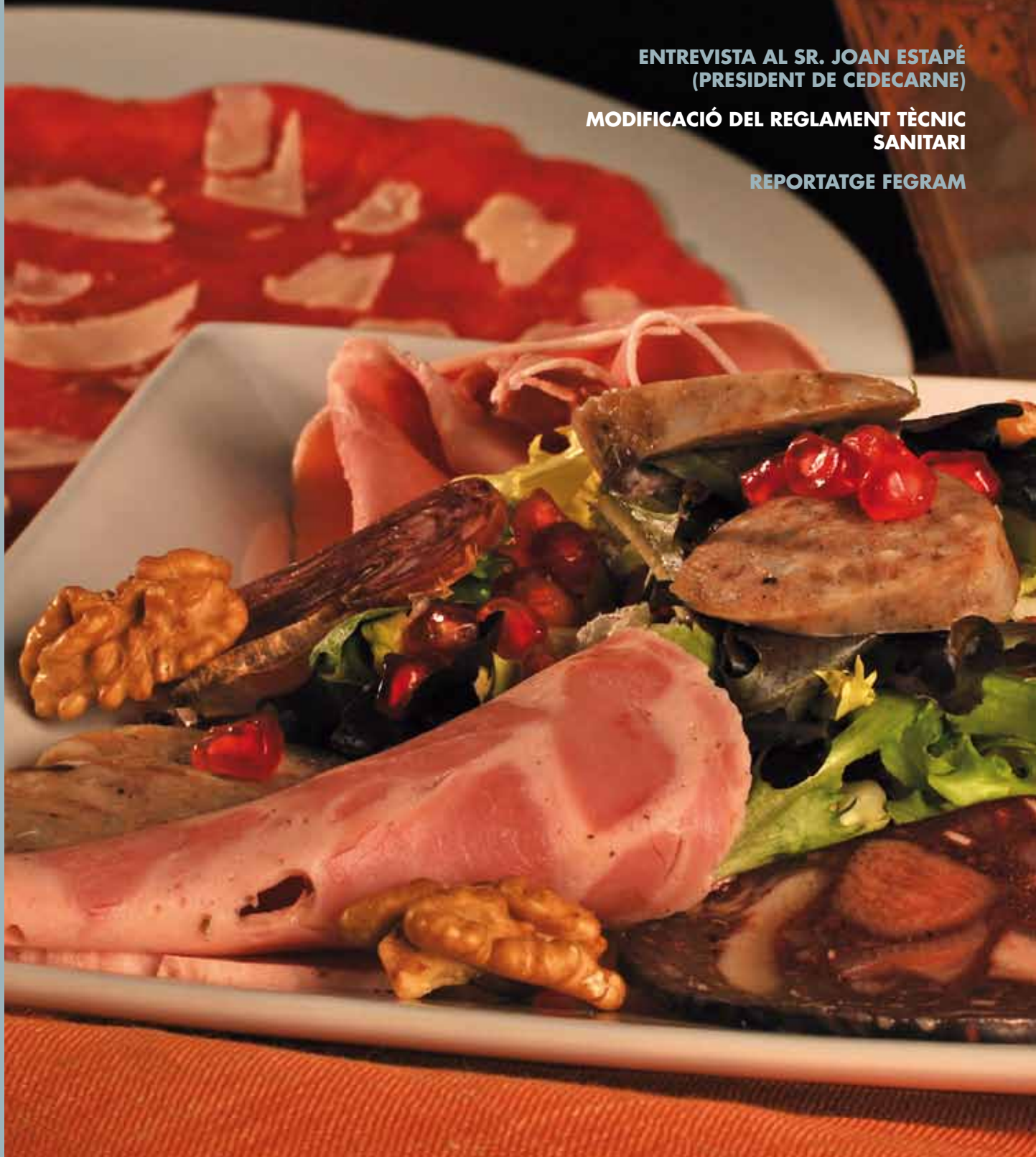
Maig Juny Juliol 2011

Número 149

**ENTREVISTA AL SR. JOAN ESTAPÉ
(PRESIDENT DE CEDECARNE)**

**MODIFICACIÓ DEL REGLAMENT TÈCNIC
SANITARI**

REPORTATGE FEGRAM



Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers Xarcuters



El futur està en
la proximitat entre
el seu **producte**
i el seu **client**



Visiti la nostra nova pàgina web i
podrà veure els nostres projectes i
novetats, així com la nostra
nova identitat corporativa! Entri a:
www.langaconcept.com



LANGA
concept

C/ Bailén 27
08915 Badalona
T. 933 994 552
F. 933 886 601
info@langaconcept.com
www.langaconcept.com

	Editorial	4
	Carta oberta del President	6
	Federació	7
	Modificació del Reglament Tècnic Sanitari	7
	Joan Estapé, nou president de Cedecarne.....	8
	Entrevista al Sr. Joan Estapé (President de CEDECARNE).....	10
	Reunió amb el Sr. Josep M ^a Pelegrí.....	13
	Concurs fotogràfic Suport Publicitari 2012	13
	Reportatge FEGRAM.....	16
	Viatge a Islàndia	22
	Modificació de l'Impost de Successions i Donacions	30
	Calendari oficial de festes laborals per a l'any 2012	31
	8a edició Premi CCC a la millor iniciativa lingüística del sector comercial	32
	Estadístiques del ministeri sobre consum de carn, canals de distribució i despesa..	36
	La Federació Catalana al Facebook	39
	Els autocontrols als establiments alimentaris. Els requisits.	
	Pla de control de temperatures	40
	Fundació Escola	43
	Patrocinadors de l'Escola Professional de la Fundació Oficis de la Carn	43
	Obres a l'Escola Professional.....	43
	Confraria	44
	El Somriure del Mestre.....	44
	Nova convocatòria per ser membre de la Confraria del Gras i el Magre	46
	Gremis	49
	<i>Barcelona</i>	49
	Safates Solidàries GremiCarn	49
	<i>Girona</i>	50
	Fira de Productes de Qualitat i Proximitat	50
	Els Carnissers de Riudellots de la Selva col·laboren en el 50è aniversari de l'escola.....	50
	Els Carnissers i els Flequers preparen l'esmorzar en el II Congrés infantil d'Arquitectura perquè els més petits agafin el gust per l'entrepà.	51
	Participem amb la formació de l'ofici en el Mercat del Lleó de Girona	51
	Visita a les carnisseries dels Mercats de Barcelona	52
	Els carnisseries de les Comarques Gironines participen amb el Patronat de turisme Girona Costa Brava per promocionar el territori	53
	Els carnisseries al XXV Saló de Gourmets	55
	<i>Tarragona</i>	56
	Sessió oberta sobre al·lèrgies alimentàries	56
	Jornades Gastronòmiques i Turístiques.....	57
	Dia del Gremi	57
	Dossier	58
	Comerç, reptes i oportunitats	58
	Claves para triunfar en el retail	60
	Imposiciones culinarias	64
	Notícies del Sector	65
	Sabors, aromes i textures que revolucionen el món de les mels.....	70
	Calendari	72
	Petits anuncis - Mòduls	78



FOTO PORTADA:
Calendari Federació Juliol 2011

NÚM. 149 Maig Juny Juliol 2011
Dipòsit Legal B - 357 - 60

3

Edita:



**Federació Catalana
de Carnissers i
Cansaladers Xarcuters**

President

Joan Estapé i Mir

Consell de Redacció

Jordi Mas Velasco
Ramon Hernando Martínez
Ricard Josep Llavallol
Ricard Julià i Escobairó
Pròsper Puig i Brignardelli

Director

Enric Pera i Lladó

Coordinació

Cristina Domènech
Barcelona: Iolanda Montoliu
Girona: Àngel Segarra
Tarragona: Sònia Castilla
Lleida: Josep Maria Tost

Administració i Publicitat

Consell de Cent, 80
Tel. 93 424 10 58
Fax 93 424 18 61
08015 Barcelona

Disseny i Maquetació

Infograf Comunicación Gráfica S.L.
Tel 93 470 00 37

Impressió

Gràfiques Cuscó

De les opinions que s'expressen
en els articles són responsables
únicament els seus autors.

Gras i Magre respeta la libertad
y forma de expresión de todos sus
colaboradores. Sus artículos están
escritos en catalán, idioma propio
de Catalunya y de sus autores. Si
alguna persona por residir fuera
de Catalunya o por tener dificultad
de comprensión, necesita una
traducción de alguno de los artículos,
gustosamente le será remitida por
nuestra redacción.



Victòria!

4

Victòria és el terme adequat ha utilitzar quan, per fi, va sortir publicada la modificació del Reglament Tècnic Sanitari en la que ens permet, finalment, el subministrament d'elaborats frescos (botifarres, salsitxes, hamburgueses, etc.) a bars i restaurants, a tots els establiments minoristes carnis.

Sabem que el camí ha estat llarg des de l'aprovació del Reglament a finals del 2003, però més ha costat passar el temps des de que es va aprovar la moció en el Senat el 10 de març de 2009. Crèiem que el tràmit seria ràpid, però a partir d'aquell moment s'engegà la màquina burocràtica (Comissió de Seguretat Alimentària, Comissió d'Alimentació, Consejo de Estado, etc.), que va fer pensar que el retard era intencionat, perquè si es convocaven eleccions generals tot s'hagués anat a norris.

Finalment, la Federació va rebre la notícia de què anava al Consell de Ministres i era aprovat.

Volem fer constar l'agraïment de tots, doncs tot aquest procés hagués estat impossible sense la participació activa i entusiasta de l'exsenador i ara euro parlamenti el Sr. Andrés Perelló.

Sabem que el camí ha estat llarg des de l'aprovació del Reglament a finals del 2003, però més ha costat passar el temps des de que es va aprovar la moció en el Senat el 10 de març de 2009



EXPONADAL

3, 4 i 5 d'octubre 2011

Aparador d'iniciatives per al professional

Un nou Expo Nadal està a punt de néixer, transformat en un aparador d'iniciatives per als professionals. Durant tres dies, les instal·lacions de l'Escola de Pastisseria es convertiran en un aparador, on es podran viure i gaudir experiències d'elaboració, experiències de decoració, i experiències de negoci i d'empresa.

5 espais diferenciats:

- ★ Dos obradors per aprendre els secrets més ben guardats
- ★ I per participar en dos concursos professionals.
- ★ Una aula en la qual les decoracions de tardor i de Nadal per a les botigues seran les protagonistes.
- ★ Una zona per treure el màxim rendiment al nostre comerç amb conferències i debats empresarials,
- ★ Una carpa en la qual gairebé 50 empreses presentaran les seves novetats comercials més destacades i on es podran avançar totes les compres de la campanya de Nadal.

No et perdis la gran trobada professional de l'any: vine, escolta, opina, participa, passeja, compra, aprèn, comparteix, encarrega...

Si vols rebre el programa complert, demana'l a:
gremi@pastisseria.cat - 93 317 39 98



Escola de Pastisseria del Gremi de Barcelona
Pl. Pons i Clerc, 2 - 08003 Barcelona

***A partir d'ara, no l'ho
voldràs perdre.
No deixis
que l'ho
expliquin!***



Sr. Joan Estapé
PRESIDENT
Federació Catalana de Carnissers i
Cansaladers-Xarcuters



Aquest cop parlaré dels joves empresaris, que pel fet de ser joves, avui dia, ho tenen una mica "fotut", però per contra tenen la força de la joventut que els empeny a buscar solucions i a molts d'ells els ha fet tirar per la banda de l'emprenedoria. Aquests joves que avui dia lluiten per sortir endavant estan molt ben preparats, si parlem de la formació de la que disposen, que no té res a veure a la dels nostres temps quan varem començar.

Aquests joves existeixen en tots els sectors i àmbits i, el cert, és que en el nostre es detecta, cada cop més, un augment d'ells. Estan tirant endavant les empreses familiars, apostant per la regeneració de totes les àrees que afecten a l'empresa, aportant idees noves, canvis de mentalitat i il·lusió, molta il·lusió.

En concret en l'àmbit de l'elaboració artesana ressalten per la investigació i el desenvolupament, ja sigui en nous productes o nous processos que els acompanyen de tota la "vestimenta" requerida, i així fan que sigui atractiu per afrontar la fase de la comercialització. També hi ha un altre àmbit important, encara

Els joves empresaris ho tenen una mica "fotut", però per contra tenen la força de la joventut que els empeny a buscar solucions

que el tant per cent és petit, en el que destaquen, que són sense cap temor les noves tecnologies i la seva presència a la xarxa, la veuen com una via més, imprescindible i alguns, es veuen capaços d'anar més enllà, amb la venda on-line.

Cada any la Federació Catalana presenta un candidat a optar al Premi Jove Artesà Alimentari Innovador, que en algunes edicions ha estat molt difícil escollir només un candidat, en el concurs de Xolís del Pallars, a la darrera edició la majoria de concursants eren joves, i el proper mes es farà el lliurament a en Jordi Planes de La Seu d'Urgell en la XVIII Edició Premis 2010 Jove Empresari.

Ja només em resta felicitar, en general a tots els joves que han volgut prendre el repte de continuar en el negoci per donar-li continuïtat i, en especial a aquells que ho han fet en el nostre sector.

...la seva presència a la xarxa, la veuen com una via més, imprescindible i alguns, es veuen capaços d'anar més enllà, amb la venda on-line



Modificació del Reglament Tècnic Sanitari

El propassat 2 de juny va sortir publicada l'aprovació del Real Decret 728/2011, que modifica el reglament tècnic sanitari del comerç al detall del sector carni.

La modificació incorpora l'aprovació de la moció del Senat del 10 de març de 2009, pel que s'autoritza el subministrament de preparats carnis frescos als bars i restaurants.

Per tant, la situació que teníem fins el 2 de juny era

Establiments de menjars preparats:		
	Bars / Restaurants	Altres col·lectivitats (escoles, hospitals)
A. Carns	Permès	Permès
B. Carns picades	Prohibit	Prohibit
C. Preparats carnis frescos	Prohibit	Prohibit
D. Preparats carnis crus – adobats	Permès	Permès
E. Productes carnis	Permès	Permès
F. Productes tradicionals	Permès	Permès

A partir del 2 de juny, queda de la següent manera:

Establiments de menjars preparats:		
	Bars / Restaurants	Altres col·lectivitats (escoles, hospitals)
A. Carns	Permès	Permès
B. Carns picades	Prohibit	Prohibit
C. Preparats carnis frescos	Permès	Prohibit
D. Preparats carnis crus – adobats	Permès	Permès
E. Productes carnis	Permès	Permès
F. Productes tradicionals	Permès	Permès



Joan Estapé, nou president de Cedecarne

El passat diumenge 3 d'abril, va tenir lloc a Madrid l'Assemblea General en la qual es van renovar el càrrecs de President i Comitè Executiu.

Al capdavant hi estarà durant els propers quatre anys el Sr. Joan Estapé, que fins ara i des de la constitució de l'entitat, havia estat el vicepresident de la mateixa.

El Sr. Estapé va ser escollit per unanimitat i rellevant en el càrrec al Sr. José Álvarez Folgado, que ostentarà el càrrec de President d'Honor per la seva dedicació durant aquests tretze anys, a qui se li va fer el lliurament d'una placa commemorativa, en un acte molt emotiu.

En les seves paraules d'agraïment el president sortint va demanar per al nou president, el mateix recolzament que ell havia rebut durant tots els anys de presidència.



El nou Comitè Executiu de Cedecarne va quedar constituït de la següent manera:

President: Joan Estapé i Mir (President de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters)

Vicepresident: Francisco Javier Goñi Induráin (President del Gremio de Carniceros de Navarra)

Secretari: Carmelo Movellán Mazorra (President del Gremio de Carniceros de Cantabria)

Tresorer: Manuel Remio Saldaña (President del Gremio de Carniceros de Zaragoza)

Vocal: Eusebi Vicente García (President del Gremio de Carniceros de Valencia)





Xarcuteria BOSCH c/Mallorca 558 Barcelona.
www.xarcuteriesbosch.com

**DISSENY
MÀXIMA QUALITAT
MILLOR EXECUCIÓ**

Voland Industrial S.L.
C/Balmes 432
08022 Barcelona
Tlf. 658 904 749
info@annarodriguezvoland.com

L'any 2008 varem confiar en l'Anna Rodríguez per la remodelació i ampliació de la nostra parada del Mercat del Clot.

L'èxit de l'experiència, fa que l'any 2010 tornem a comptar amb l'Anna i tot el seu equip per la construcció de la nostra nova botiga del carrer Mallorca 558.

De nou han superat les expectatives, fet que ens fa recomar-vos els seus serveis.

*Jordi i Xavi Bou
Xarcuteries Bosch S.L.*

Entrevista al Sr. Joan Estapé recentment nomenat President de CEDECARNE



Sr. Joan Estapé. President Federació Catalana de carnisers i Cansaladers-Xarcuters i President de CEDECARNE

La reforma del reglament tècnic sanitari, l'aposta per la degustació en el punt de venda i la potenciació de l'artesania alimentària són els pròxims objectius a assolir des de CEDECARNE"

Què suposa per a vostè tant a nivell professional com a nivell personal el seu nou càrrec com a President de CEDECARNE?

El fet de que els gremis de les diferents autonomies hagin confiat en mi com a nou president d'aquesta confederació es tradueix a nivell personal en una gran satisfacció. Des del punt de vista professional aquest nou càrrec suposa la continuació en la defensa dels interessos del nostre col·lectiu. Sempre he estat carnisser-cansalader-xarcuter i és una professió

que m'ha apassionat i que està vinculada a la meua família des de fa anys. El meu avi i el meu pare ja es dedicaven a aquest ofici. Crec que la nostra professió és dura i que es va aprenent constantment degut a que experimenta molts canvis per a que ens puguem adaptar als hàbits de consum.

Des de la fundació de CEDECARNE vostè ha estat al front de la Vicepresidència. Com ha estat aquest recorregut i com ha evolucionat la confederació?

Sí, des de l'inici de CEDECARNE els meus companys han confiat en mi com a Vicepresident, una confiança que és per a mi molt important i molt valorada. També, per impossibilitat i obligacions de l'anterior president, en els darrers mesos he desenvolupat funcions de presidència que ara continuaré des del meu nou càrrec. Des dels inicis de CEDECARNE hem treballat i treballem per a representar i defensar a nivell estatal els interessos del sector minorista de la carnisseria-xarcuteria a més a més de dignificar el nostre ofici. També a través de la confederació estem presents en altres organismes estatals i internacionals relacionats amb el nostre sector professional, fet que garanteix que tinguem al nostre abast i de primera mà tot el coneixement i les eines necessàries per a defensar amb més força els nostres interessos. En aquest sentit, destaquem la nostra participació com a experts en la CIBC (Confédération Internationale de la Boucherie Charcuterie) i en la Confederación Española de Comercio (CEC), institució en la qual formem part del Comité d'Alimentació de EUROCOMMERCE, patronal europea representant del comerç minorista.

Des de fora, quina és la percepció que es té d'aquestes institucions sectorials?

Generalment no es veuen els èxits i avanços aconseguits sinó aquells aspectes o àmbits que no s'acon-

segueixen. Malgrat tot, tot allò que s'evita i s'aconsegueix es valora com bo i positiu. Per exemple, abans de l'aprovació d'una nova llei la participació de les organitzacions sectorials durant el procés de l'avançprojecte és fonamental per a manifestar la seva opinió sobre la futura llei i per incidir en la seva definició amb l'objectiu de que sigui una norma útil i beneficiosa per al sector. També a través d'aquests organismes s'ha fet un gran esforç per a dignificar la nostra professió, per a que sigui més valorada, a més a més de portar a terme una ferma aposta per la formació, fet a que ha permès incorporar gent jove al nostre sector.

Quins canvis significatius s'han produït en el sector carni minorista?

S'han produït canvis molt significatius en la manera de presentar els productes en el punt de venda, una manera que busca presentacions més atractives, més gastronòmiques. A Catalunya destaca molt aquest aspecte per la seva llarga i àmplia tradició no només de la part comercial sinó també de la part de transformació de l'obrador. Jo sempre he comparat la nostra professió amb un acordió: en funció de les teves possibilitats pots fer moltes coses o pots fer menys, però sempre tiraràs endavant i sempre innovaràs. El nostre ofici és com una infanteria perquè té un contacte directe i diari amb el consumidor, perquè detecta de primera mà els nous hàbits de consum. En aquest sentit compta amb una visió molt més realista de les noves tendències que marquen les necessitats i demandes del consumidor.

Quins objectius s'ha fixat com a nou President de CEDECARNE? Cap a on caminarà els pròxims anys aquest organisme?

Inicialment ens plantegem tres grans objectius que creiem fonamentals per a la bona evolució del nostre sector. El primer és treballar per aconseguir

reformat el reglament tècnic sanitari amb la finalitat de fer-lo més àgil i per a que el compliment sigui més factible. En segon terme, el nostre desig és aconseguir desenvolupar un nou concepte de negoci dins el punt de venda del sector minorista carni. Faig referència a la implantació de la degustació bé en el propi establiment habilitant un espai adient per aquest servei o bé, per exemple, en espais nous dins de mercats municipals. Es tracta d'una fórmula comercial que permetrà donar resposta al canvi en els hàbits de consum que estem detectant. La gent cada vegada més busca llocs on poder degustar bons productes i preparats de manera senzilla però sense renunciar a la qualitat gastronòmica. A Catalunya cada cop més sovint descobrim botigues esplèndides i molt diferents on el consumidor pot gaudir de tot tipus d'embotits, carns, formatges i plats cuinats, entre altres productes. Són una mostra clara d'aquesta nova tendència. Per últim, el tercer objectiu des de CEDECARNE és potenciar l'artesania alimentària i donar més prestigi als productes del sector minorista carni. El meu desig és traslladar a la resta de l'estat aquesta fita: els nostres productes són diferencials i a través de la paraula artesania el consumidor pot saber molt més de que es tracta.

Quina valoració fa sobre el sector minorista carni dins la situació de crisi econòmica que es viu a l'actualitat?

Com a molts sectors, el nostre també ha notat la crisi econòmica però el fet diferencial del comerç alimentari és que l'alimentació és una necessitat de la qual la societat no pot prescindir. D'altra banda, malgrat que els nostres professionals s'han hagut d'ajustar en termes de marges comercials la situació del sector no és negativa sinó estable. Aquest manteniment és fruit de més hores de dedicació i més esforç per part del professional.



analitzem ► solucionem ► optimitzem



**obres • reformes • rehabilitació
sostres • parets • terres • fred**



Carrer Constantí, 7 local A-B 08206 Sabadell (Barcelona)

Telf. 93 724 31 10 Fax 93 724 31 11

acondicionaments2000@telefonica.net

Reunió amb el Sr. Josep M^a Pelegrí

Els presidents dels Gremis Artesans de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de la Federació, es van entrevistar amb el Sr. Josep M. Pelegrí, conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, en el seu despatx del Parlament de Catalunya a on van tractar temes d'artesanía alimentària i de la formació professional de l'ofici.



Concurs Fotogràfic Suport Publicitari 2012

Per segon any, la Federació convoca un concurs fotogràfic, obert als socis i col·laboradors, familiars i amics, per escollir les fotografies que il·lustraran les faixes promocionals de l'any vinent.

El premi: la satisfacció de veure la foto il·lustrant els cartells de promoció a les carnisseries-cansaladeries-xarcuters d'arreu de Catalunya.

Igual que l'any anterior, cada participant podrà fer-ho amb una o varies fotografies amb un màxim de 12 (una per mes) amb els següents temes:

- » Gener: Escudella amb carn d'olla
- » Febrer: Botifarra d'Ou
- » Març: Productes tradicionals cuits
- » Abril: Llibrets
- » Maig: Barbacoa
- » Juny: Safates d'embotits i formatges

- » Juliol: Amanides
- » Agost: Pernil, fuet i llonganisses
- » Setembre: Entrepans
- » Octubre: Botifarres crues
- » Novembre: Sugeriments per Nadal
- » Desembre: Canelons i rostits

La resolució mínima de les imatges ha de ser **2.731 x 2.048 píxels**, en format digital o bé en paper fotogràfic **18 x 24cm** o superior. S'haurà d'adjuntar per a cada fotografia les dades personals (Nom i cognoms, adreça completa, codi postal, població, telèfon de contacte i correu electrònic) a més de la indicació del mes al que vol participar.

Les fotografies es poden enviar mitjançant correu electrònic a la Federació federaciocatalana@gremi-carn.cat, per correu postal o personalment a la seu de la mateixa. **La data límit de recepció serà el 15 de setembre de 2011.**

Desitgem que aquesta edició tingui un gran èxit de participació!



**CASA
COLL**
xarcuteria
artesana

ny + fabricació + direcció d'obra + servei tècnic



Avda. Cerdanya, s/n, naus 25-26 / Polígon Industrial Pomar de Dalt 08916
Badalona / Barcelona / T. 93.465.00.65 / F. 93.465.04.41 / cruzsl@cruzsl.es

Integrals / Decoració comercial - www.cruzsl.es

Reportatge: FEGRAM

Federació de Gremis Detallistes de Productes Alimenticis i Associacions de Concessionaris de Mercats de Catalunya

La **FEGRAM** és l'entitat més representativa dels Mercats Municipals de Catalunya i dels Gremis especialistes d'alimentació.

L'entitat porta més de 30 anys treballant pels interessos i la millora continua del lideratge i competitivitat de totes les agrupacions que representa.

A més, compta amb la confiança de 14.000 empreses comercials de tot Catalunya i el suport de les més de 32.000 persones que hi treballen.

dubtes que afecten en la vida diària de l'activitat comercial.

- » **SERVEI D'ASSESSORAMENT LABORAL.** Àrea que facilita tots els tràmits de gestió i assessorament en matèria laboral que afecta a l'empresari i al treballador.
- » **SERVEI DE FORMACIÓ.** Planifica, organitza i implementa cursos de formació continua en diferents matèries, així com taules rodones, conferències, viatges, ... El proper curs es posarà en marxa la nova escola de formació professional basada en la preparació acadèmica i comercial dels futurs professionals de la carnisseria, xarcuteria i cansaladeria.



La **FEGRAM** ofereix un ampli ventall de serveis per ajudar als Mercats Municipals de Catalunya i als Gremis especialistes d'alimentació a la millora de la seva gestió empresarial diària:

- » **SERVEI D'ASSESSORAMENT FISCAL I JURÍDIC.** Servei personalitzat i a càrrec de professionals de l'advocacia amb una dilatada experiència en l'àmbit dels Mercats Municipals. Assessorament en matèria impositiva, normatives locals, i d'altres

- » **TRAMITACIÓ I GESTIONS.** Proporciona a tots i cada un dels seus associats l'orientació i el guiatge en l'obtenció de documents necessaris per estar al dia en matèria administrativa i, a més es dona servei a la tramitació de les subvencions.
- » **COMUNICACIÓ I DINAMITZACIÓ.** Ofereix als seus associats assessorament gratuït sobre propostes i/o canvis en la gestió estratègica de la comunicació per a millorar la seva dinamització comercial.



» CAMPANYES DE PUBLICITAT. Crea, dissenya i coordina campanyes generalistes i individuals "claus en mà" per a tots i cada un dels Mercats Municipals, socis com no socis, que ho demanin.

A més la FEGRAM moguda per la seva missió de servei cap al seu associat, ha obert nous canals de comunicació; bé amb paper; creació, disseny i enviament d'una newsletter amb informació rellevant sobre el comerç, l'entitat i els Mercats Municipals, bé on line; a través de disposar d'una pàgina web

i la seva connexió a facebook amb un increment constant de seguidors i amics.

Aquest esperit de canvi i d'adaptació constant a l'entorn per a ser útil a l'associat li retorna amb una enorme satisfacció del que hi formen part com són aquests tres presidents de Mercats Municipals de Catalunya que a través de les seves paraules transmeses amb una entrevista que gentilmente han acceptat, són un reflex real del que pensen de la FEGRAM i del futur dels mercats.

La Sra. Àgueda Llobera. Sots presidenta del Mercat de Balàfia de Lleida.

P. Des del seu punt de vista, quines són les avantatges d'estar associat a la FEGRAM ?

R. Nosaltres fa poc que estem associats però d'aleshores n'estem molt contents. Som un mercat petit però no podem deixar de dinamitzar i promocionar. De la mà de la FEGRAM hem pogut acollir-nos a campanyes individuals "claus en mà" molt interessants i el client ho ha agraït. Aquest servei ens treu molta feina, i ens permet dedicar-nos a d'altres coses. Nosaltres sols no ho haguéssim pogut fer.

P. Pels Mercats que estan pensant en associar-se a la FEGRAM; per què els hi recomana ?



R. Cal estar associats, és gairebé imprescindible en aquests moments actuals. És necessari estar aixoplugat per una entitat més gran. A nosaltres la FEGRAM ens dona confiança i proximitat. La quota

no és excessiva i et surt a compte: serveis jurídics, serveis de comunicació, ...

P. Per a tots els agremiats a que va dirigida aquesta revista, quin seria el missatge sobre l'associacionisme empresarial?

R. Avui per avui és imprescindible estar associat per tirar endavant, sols no podem anar. Cal treballar plegats, treball en xarxa; on un no arriba, arriba l'altre.

Ara ens agradaria que ens parlés del seu comerç, ...

P. Avui per avui, quins són els atractius per a que un client compri al Mercat ?

R. El tracte personal, el consell personalitzat i la tranquil·litat que el client compra productes de qualitat a un just preu.

P. Què hauria de fer el Mercat per atreure a nous clients ?

R. En el nostre cas, la ciutat de Lleida no hi ha hagut tradició de Mercat, no hi ha cultura. Potser nosaltres no ho hem sabut fer, ... hi ha hagut altres formats d'establiments comercials que han sabut substituir la funció del Mercat. En aquests moments i en el nostre Mercat ens cal una renovació, aquesta ha d'anar acompanyada d'un nou concepte que implica la ubicació d'un supermercat. Només som 5 parades i s'ens fa difícil tirar endavant, però som aquí i volem continuar sent-hi !

P. Per on passa el futur dels Mercats Municipals ?

Jo puc parlar del nostre cas, la ciutat de Lleida. Sinó ens renovem tenim poc futur. Aviat s'inaugurarà el Mercat de Cap Pont totalment renovat amb nous comerciants i un supermercat, amb una nova gestió i dinamització. Amb aquest concepte de negoci sí que crec que tenim camí per recórrer.

El Sr. Jordi Torregrossa president del Mercat de La Guineueta de Barcelona.

P. Des del seu punt de vista, quines són les avantatges d'estar associat a la FEGRAM ?

R. Per qualsevol problema del Mercat tenim el recolzament de la FEGRAM. Disposem d'informació directa i concreta sobre qüestions que ens podem afectar; bé sigui telefònicament o bé via pàgina web, newsletter, ... sempre estan al teu costat.

P. Pels Mercats que estan pensant en associar-se a la FEGRAM; per què els hi recomana ?

R. Sempre que he tingut la oportunitat de parlar de l'entitat ho he fet. És important esta associat a una entitat més gran, i crec que la FEGRAM compleix amb el perfil d'empresa que els Mercats Municipals necessitem, i a més la quota a pagar no és excessiva, és



perfectament assumible en el nostre compte d'explotació. La relació preu amb els serveis oferts és correcta.

P. Per a tots els agremiats a que va dirigida aquesta revista, quin seria el missatge sobre l'associacionisme empresarial?

R. Sempre he cregut en l'associacionisme empresari-

al, en les coses realitzades de forma conjunta. Sóc del parer que és millor, ara i sempre, anar de la mà d'altres que sols. No hem d'oblidar que la revista transmet unitat, treball conjunt, ... en qualsevol àmbit, i el nostre no és una excepció, estar a més agremiat "val la pena".

Ara voldríem que ens expliqués sobre el seu comerç, ...

P. Avui per avui, quins són els atractius per a que un client compri al Mercat ?

R. Per a mi el producte fresc, el tracte personalitzat i la diferenciació són els atractius claus.

P. Què hauria de fer el Mercat per atreure a nous clients ?

R. Caldria continuar treballant l'especialització i

ampliar els serveis al client. En aquests moments ser especialista comporta ampliar la gamma de productes cap als precuinats i/o cuinats per donar-li al client "tot fet", servei a domicili, servei de comanda i/o comanda on line.

P. Per on passa el futur dels Mercats Municipals ?

R. Primer de tot passa per una renovació i rehabilitació integral dels Mercats, tant de la seva estructura com del seu interior, alguns ja ho han fet i, d'altres s'han posat les piles per a continuar oferint varietat en el fresc, qualitat en el producte i en el servei amb un preu correcte. A més, cal professionalitzar-se més; no solament els que estan al capdavant sinó també al seu equip i a les noves generacions, ja que és una assignatura pendent i cal aprovar-la amb excel·lent.

El Sr. Josep L Gil, president del Mercat de La Mercè.

P. Des del seu punt de vista, quines són les avantatges d'estar associat a la FEGRAM ?

R. Tenir companys de viatge amb els mateixos interessos i neguits professionals és una necessitat i un luxe. És una qüestió corporativa que un se sent identificat. Estar associat ajuda a estar al dia i a millorar. A més, l'entitat dins de la seva visió treballa en projectes de futur en benefici de l'associat.

P. Pels Mercats que estan pensant en associar-se a la FEGRAM; per què els hi recomana ?

R. Ho recomano a tothom. La FEGRAM com entitat corporativa que vetlla pels interessos dels seus associats i té una experiència immillorable en aspectes que afecten als Mercats Municipals de Catalunya, ens ajuda en el nostre dia a dia, tant en aspectes jurídics, laborals, comercials i/o promocionals que fan des preocupar-nos.



P. Per a tots els agremiats a que va dirigida aquesta revista, quin seria el missatge sobre l'associacionisme empresarial?

R. L'associacionisme ajuda a confluïr punts de vista diferents que enriqueixen a tots.

A continuació, desitjaria que ens parles del seu comerç...

P. Avui per avui, quins són els atractius per a que un client compri al Mercat ?

R. Els atractius més significatius són:

- » la confiança amb el tracte personalitzat,
- » el coneixement que té del producte el venedor i que li transmet al client. La major varietat i diversitat de l'oferta en productes peribles que un client pot trobar.
- » la relació qualitat-preu és òptima. A qualitats iguals, el client troba preus raonables als Mercats.

P. Què hauria de fer el Mercat per atreure a nous clients ?

R. En aquests moments la fidelització dels clients que el Mercat Municipal té és la clau. I a més, hem de continuar captant-ne de nous mitjançant la incorporació de nous serveis:

- » l'ampliació d'horaris comercials.
- » el foment de l'atracció del mercat.
- » la promoció i la dinamització. És necessari estar a la ment del client.

- » la renovació del mercat i de les seves parades.
- » ...

P. Per on passa el futur dels Mercats Municipals ?

R. Hi ha un ventall d'oportunitats que cal aprofitar-les amb tenacitat, voluntat i treball en equip. Partint de Mercats Municipals renovats a futur amb parades de dimensions òptimes; tant per a la venda per a poder disposar de més espai per al producte, com per la degustació per a poder provar el producte "in situ", cal afegir a més, solucions al client, solucions de quarta i cinquena gamma (precuinats i cuinats) és a dir solucions tancades per als clients, suposant en alguns casos complementarietat en parades, ... Tot això passa també per la professionalització en la gestió i organització del mercat. Canviar l'actual forma de gestió amb una gestió gerencial professionalitzada amb unes funcions i responsabilitats concretes i eficaces basades en una pla de negoci econòmic i comercial.

La FEGRAM amb més de 50 mercats municipals associats és conscient del paper que desenvolupa dins de l'assessorament als Mercats Municipals i aposta per un futur diferenciat on la identitat de l'entitat passa per una major notorietat i reconeixement arrel de Catalunya.

En aquests moments de crisi econòmica és important constatar que en la FEGRAM està invertint en coneixement, aquest basat en:

- » la **innovació** en els canals de comunicació amb una alta presència 2.0; tant pels seus associats com el públic en general.
- » la **promoció i dinamització** dels Mercats Municipals fent que passin coses cada dia.

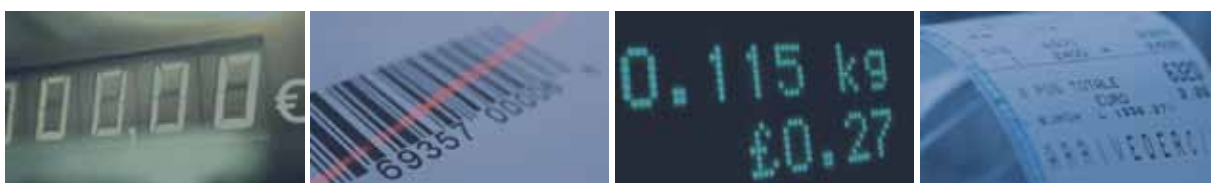
- » la **tecnologia** per a l'intercanvi d'informació entre sectors econòmics i clients amb la possibilitat d'obrir una nova finestra al món per a l'intercanvi d'experiències comercials.
- » la **gestió de la qualitat** com avantatge competitiu diferenciador, on la 4a i 5a. gamma seran la política de producte a implantar, el disposar d'estructures comercials, totalment renovades, l'ampliació de serveis i el tracte personalitzat on la relació correcta amb el preu constitueixen la garantia i satisfacció del client.
- » I, la implantació d'accions de responsabilitat corporativa per invertir en accions socials que ajudin a retornar a la societat el que ella ens ha facilitat.



Connectivitat i Traçabilitat

Dues paraules per definir el nostre software

El programa *Totpes 6.0*® incorpora novetats per tal de complir amb la normativa vigent donant una bona imatge corporativa, de cara als vostres clients...



Coneix les diferents opcions del nostre software.
Etiquetatge de tots els productes de carnisseria/xarcuteria
Control Higiènic
Traçabilitat
Mermes

c/Arts i Oficis, 15 local
08901 l'Hospitalet de Llobregat
Tel.93 451 23 38
info@ossistemas.com

www.ossistemas.com



**OS SISTEMES, UNA EMPRESA
AL SEU SERVEI**

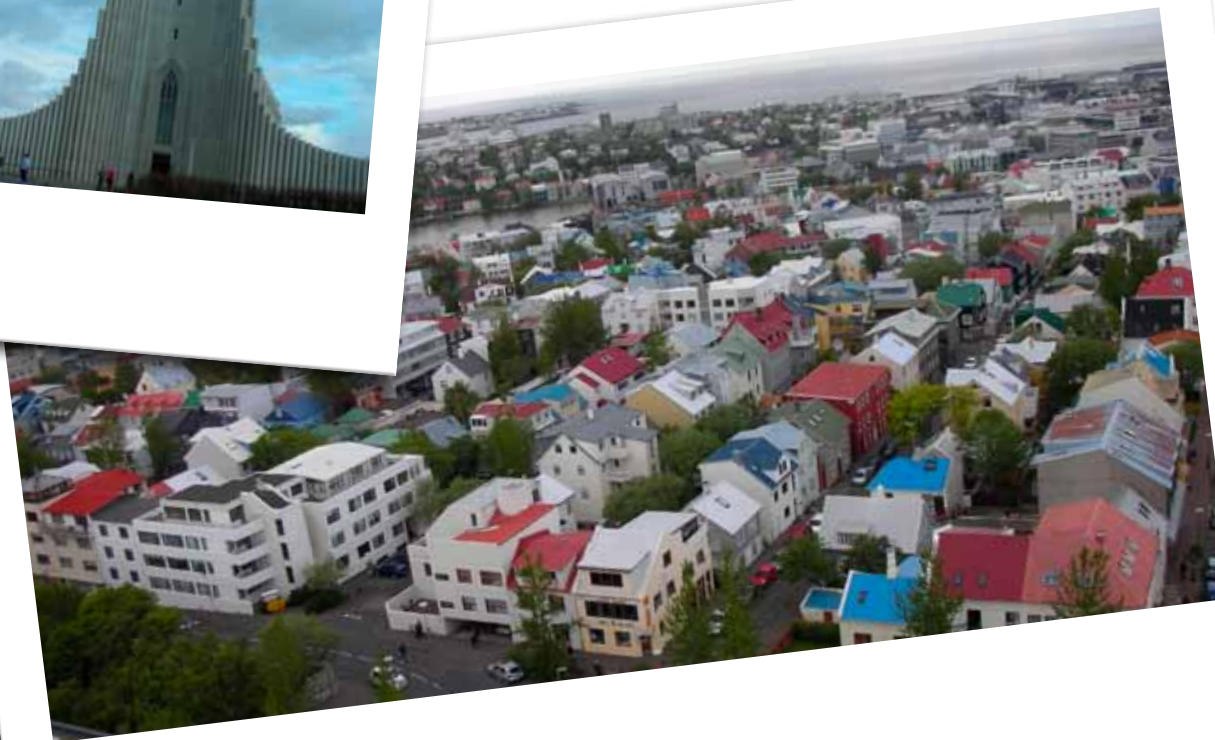
Viatge a Islàndia

Islàndia va ser el lloc escollit, aquest any, per anar al viatge que organitza cada any la Federació Catalana.

Així, el divendres 10 de juny, tot el grup es va trobar a la terminal 2 de l'aeroport del Prat per volar amb la companyia Iceland Express, destinació Reykjavik. Tan aviat com es va arribar a l'hotel, i després d'un breu descans, el grup va conèixer el guia, qui els va portar a conèixer la capital, tot fent una passejada.



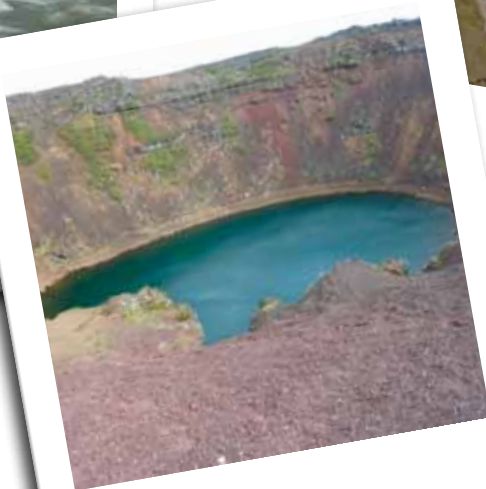
Per la tarda, van visitar el complex La Perla amb unes visites fabuloses de la ciutat.



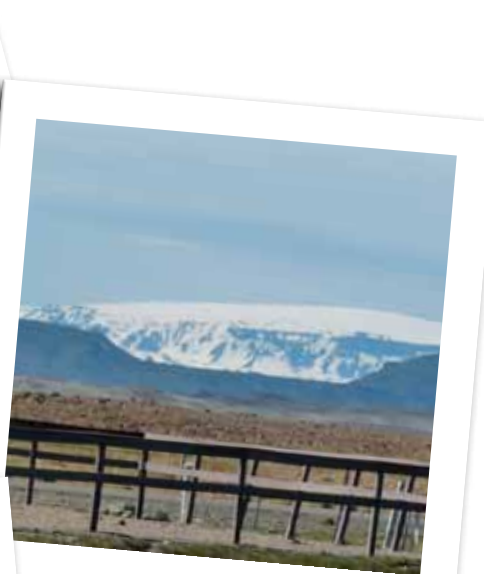
El diumenge era el torn de visitar el Golden Circle, Gullfoss i la Vall de Haukdalur, amb la falla d'Almannagjá, que està tocant la falla Euroasiàtica i Americana.



La cascada Gullfoss, espectacular, formada al mateix lloc per dos salts de 10 i 21 m.



El dilluns la ruta era la Península de Snæfellsnes, zona plena de pobles pescadors, formacions rocoses en formes d'arc, coves, penya-segats, etc.



Dimarts els components del grup es troben amb la sorpresa d'una activitat de trekking per la glacera de Solheimajokoll.



A la tornada de la caminada, era moment de recuperar forces i, gràcies a Josep Prat, no va ser gens difícil de fer-ho, perquè va portat tot un pernil ibèric llescat!

Van continuar la ruta admirant el magnífic paisatge que els envoltava



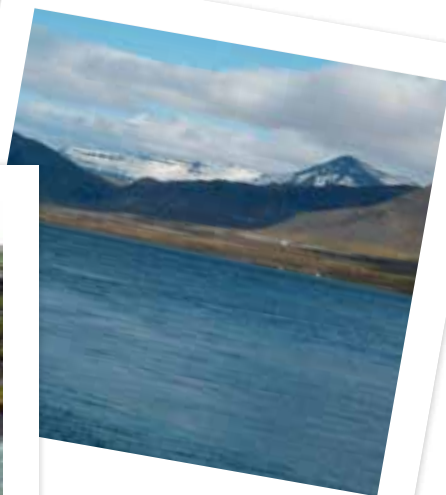


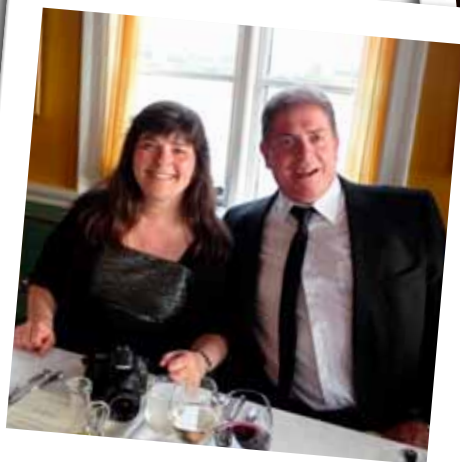
Dimecres tocava fer relax en el Llac Blau, llac natural amb una temperatura de 35° aproximadament.

Després del dinar tenien l'aventura de cercar balenes! Balenes que no hi van veure, però a canvi l'aventura va ser total, doncs la mar es va començar a revolucinar, i van haver de fer mitja volta i tornar de pressa a port, amb els conseqüents marejos del grup.

El dijous era hora de conèixer la història dels vikings, descobrir formes de vida, costums, les sagues islandeses fins a l'hora de sopar.

El sopar de gala va tenir lloc en una palau preciós de Reykjavik.







I finalment, arriba el divendres, dia de tornada, però abans encara hi havia temps per gaudir dels Festival Víking i del Dia de la Independència d'Islàndia.

Només em queda agrair, des de la Federació, a tot el grup per la seva companyonia, bon humor i ambient de germanor, que va regnar durant tot el viatge.

Igualment, agraïm a l'agència Viajes Tejedor, a l'Òscar, el guia acompanyant i com no, a Josep Prat pel fabulós pernil ofert.





Fotos cedides per: Pere Duran, M. Josep Fernández, Cristina Ferreruela i Joan Riera



NUEVO SERVICIO ESPECIALIZADO EN VENTA Y POSTVENTA DE VEHÍCULOS COMERCIALES EN ROS SANT BOI

VENTAJAS:

- + Amplia exposición de vehículos, incluso adaptados.
- + Oferta comercial en 48 horas.
- + Horario de taller ampliado.
- + Vehículo de sustitución o solución de movilidad.

Y mucho más...



30% de DESCUENTO
GAMA MASTER
ISOTERMOS



30% de DESCUENTO
GAMA TRAFIC
ISOTERMOS



20% de DESCUENTO
GAMA KANGOO
ISOTERMOS

DESCUENTOS EXCLUSIVOS PARA AGREMIADOS

**RENAULT
PRO+**

Oferta válida hasta el 31 de mayo 2011 en Ros Sant Boi. No compatible con otras ofertas en vigor.

ROS SANT BOI

CTRA. STA. CREU DE CALAFELL, 1-5 TEL. 936 522 051 SANT BOI DE LLOBREGAT

www.renault.es/concesion/ros



Modificació de l'Impost de Successions i Donacions

El passat dia 15 de juny de 2011 es va publicar al DOGC la Llei 3/2011, de 8 de juny, de modificació de la Llei 19/2010, de regulació de l'Impost de Successions i Donacions.

Jose Antonio Peinado
Secretari tècnic de GremiCarn



30



La reforma introduïda té dos objectius clars. Per una part eliminar la competència fiscal entre comunitats autònomes per evitar la deslocalització i en segon lloc generar confiança complint els compromisos electorals de l'actual govern.

L'Estat és el titular d'aquest tribut i per tant les comunitats autònomes no tenen capacitat de suprimir-lo però sí que tenen competències normatives que permeten introduir modificacions (reduccions de la base imposable, tarifes, bonificacions, deduccions) que sense suprimir l'impost el redueixen significativament.

En aquest sentit s'han aprovat dues modificacions importants que afecten a aquest tribut exclusivament a les adquisicions mortis causa:

- » Bonificació del 99% de la quota tributària de l'impost sobre successions en les adquisicions per causa de mort, incloses les quantitats percebudes pels beneficiaris d'assegurances de vida que s'acumulen a la resta de béns i drets de la seva porció hereditària, pels contribuents dels grups I i II, es a dir pel cònjuge, descendents o ascendents. Aquesta bonificació s'aplica als fets imposables meritats a partir de l'1 de gener de 2011.
- » Avança al 1 de gener de 2011 la tercera i darrera fase de l'entrada en vigor gradual dels imports de la reducció per parentiu i de la reducció addicional.

Els contribuents que hagin satisfet l'impost per defalliments produïts durant aquests primers mesos del 2011 poden sol·licitar la rectificació de l'autoliquidació presentada i la devolució d'ingressos indeguts.

Calendari oficial de festes laborals per a l'any 2012

DEPARTAMENT D'EMPRESA I OCUPACIÓ

ORDRE

EMO/80/2011, de 27 d'abril, per la qual s'estableix el calendari oficial de festes laborals per a l'any 2012.

Atès el que disposen l'article 170.1.l) de l'Estatut d'autonomia de Catalunya; l'article 37 del Reial decret legislatiu 1/1995, de 24 de març, pel qual s'aprova el Text refós de l'Estatut dels treballadors, i el Decret 177/1980, de 3 d'octubre, modificat pel Decret 17/1982, de 28 de gener, pel Decret 152/1997, de 25 de juny, i pel Decret 146/1998, de 23 de juny;

Vist l'article 12 de la Llei 13/1989, de 14 de desembre, d'organització, procediment i règim jurídic de l'Administració de la Generalitat de Catalunya; escoltat el Consell de Relacions Laborals, i en ús de les atribucions que tinc conferides,

ORDENO:

Article 1

a) Seran festes laborals a Catalunya durant l'any 2012 les següents:

- » 6 de gener (Reis).
- » 6 d'abril (Divendres Sant).
- » 9 d'abril (dilluns de Pasqua Florida).
- » 1 de maig (Festa del Treball).
- » 15 d'agost (l'Assumpció).
- » 11 de setembre (Diada Nacional de Catalunya).
- » 12 d'octubre (Festa Nacional d'Espanya).
- » 1 de novembre (Tots Sants).
- » 6 de desembre (Dia de la Constitució).
- » 8 de desembre (la Immaculada).
- » 25 de desembre (Nadal).
- » 26 de desembre (Sant Esteve).



b) Atès que el 17 de juny, festa d'Aran, coincideix en diumenge, no s'escau l'aplicació del Decret 146/1998, de 23 de juny, pel qual es modifica el Decret 177/1980, de 3 d'octubre, sobre el calendari de festes fixes i suplents al territori d'Era Val d'Aran.

Article 2

A més de les festes esmentades es fixaran, mitjançant una ordre d'aquest Departament, dues festes locals, retribuïdes i no recuperables, a proposta dels ajuntaments.

Article 3

De conformitat amb el Decret 319/1993, de 28 de desembre (DOGC de 3.1.1994), i en relació amb el que disposa l'article 48.7 de la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú, modificada per la Llei 4/1999, de 13 de gener, el calendari laboral anual tindrà efectes com a calendari de dies inhàbils pel que fa al còmput de terminis administratius a Catalunya.
Barcelona, 27 d'abril de 2011

F. XAVIER MENA
Conseller d'Empresa i Ocupació

8a edició Premi CCC a la millor iniciativa lingüística del sector comercial



Confederació de Comerç de Catalunya

BASES

La Confederació de Comerç de Catalunya té, entre els seus objectius, el de contribuir a la promoció de l'ús de la llengua catalana en el sector del comerç, dels serveis i del turisme de Catalunya. És per això que, a partir de la seva trajectòria a favor del foment de l'ús de la llengua catalana en el sector socioeconòmic i en el marc de la campanya "Oberts al català", vol premiar tant les entitats i associacions comercials com aquelles botigues, establiments o empreses comercials, de serveis i de turisme que s'hagin destacat en la promoció de la llengua catalana. Per això s'atorgarà el premi en dues categories:

- » Categoria entitats (associacions de comerciants i/o comercials, de serveis i de turisme; unions de botiguers; carrers comercials; mercats; gremis, federacions de comerç, etc).
- » Categoria establiments (botigues, establiments de serveis, cadenes d'establiments, etc).

PREMI CCC A LA MILLOR INICIATIVA LINGÜÍSTICA DEL SECTOR COMERCIAL. CATEGORIA ENTITATS

Poden optar-hi entitats (tant territorials com sectorials) i associacions del sector del comerç, dels serveis i del turisme que hagin destacat en algun dels aspectes següents:

- » Usar habitualment / de manera prioritària el català en la política comunicativa de l'entitat.
- » Dur a terme actuacions que hagin contribuït de manera significativa al foment de l'ús del català.



- » Dur a terme actuacions per potenciar la formació en català i de català del sector.
- » Promoure l'ús del català en el material tècnic o administratiu.
- » Promoure les noves tecnologies en català.

PREMI CCC A LA MILLOR INICIATIVA LINGÜÍSTICA DEL SECTOR COMERCIAL. CATEGORIA ESTABLIMENTS

Poden optar-hi establiments o empreses del sector del comerç, dels serveis i del turisme, que hagin destacat en algun dels aspectes següents:

- » Usar habitualment / de manera prioritària el català en la política comunicativa de l'establiment.
- » Usar el català en l'atenció al públic, la retolació, la publicitat, l'etiquetatge.
- » Dur a terme actuacions que hagin contribuït de manera significativa al foment de l'ús del català.
- » Dur a terme inversions econòmiques per aconseguir progressos en l'ús del català.
- » Dur a terme actuacions per potenciar la formació en català i de català del personal de l'establiment.
- » Promoure les noves tecnologies en català.

PREMI EXTRAORDINARI 2011 PER A L'APLICACIÓ DEL PLA D'ASSESSORAMENT "OBERTS AL CATALÀ"

D'altra banda, i en el marc de la campanya "Oberts al català", la CCC vol reconèixer l'esforç dels establiments que hi col·laboren, i, per aquest motiu, es donarà un premi extraordinari a un establiment que hagi participat en el Pla d'assessorament comercial i lingüístic, i que hagi destacat per la seva col·laboració i implicació en la campanya.

CANDIDATURES

Hi podran presentar candidatures les entitats o associacions comercials, de serveis i de turisme (gremis, unions de botiguers, federacions i altres associaci-

ons), així com els establiments o empreses comercials, de serveis o de turisme. S'hi podrà proposar la pròpia candidatura o bé la d'altres que reuneixin els mèrits suficients per optar al premi.

Les dades de les candidatures presentades, així com les de la persona, l'empresa o l'entitat que les proposi, estaran protegides d'acord amb la legislació vigent.

FORMA DE PRESENTACIÓ

Per presentar una candidatura, caldrà omplir l'imprès Proposta de candidatura, que s'adjunta a aquestes bases. Cal fer-hi constar el nom de la persona, empresa o entitat que presenta la candidatura, amb les seves dades; l'entitat, establiment, empresa o associació comercial i de serveis que es proposa, amb les seves dades i el motiu pel qual es fa la proposta. La presentació de la documentació (fotografies, documents, etc.) haurà de ser digital, en la mesura del que sigui possible, per correu electrònic o en un CD amb les proves documentals escanejades.

ON PRESENTAR LES CANDIDATURES

Es faran arribar a la CCC o bé personalment, per correu ordinari o electrònic o per fax.

Via Laietana, 32, 2n, despaxos 50-52

Tel.: 93 491 06 10 | Fax: 93 268 25 16

08003 Barcelona

sl@confecom.cat

TERMINI

El termini per presentar la candidatura s'acaba el dia **11 d'octubre de 2011**.

JURAT

El jurat següent avaluarà les candidatures i emetrà el veredictes corresponent.

Presidència del Jurat:

- » Secretari general d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

- » Directora general de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya
- » Director general de la Direcció General per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya
- » President de la Confederació de Comerç de Catalunya

Membres del Jurat:

- » Un representant de la Direcció General de Política Lingüística
- » Un representant del Departament d'Empresa i Ocupació
- » Un representant de la Direcció General per a la Immigració
- » Un representant del món de la cultura i/o d'alguna entitat cívica
- » Secretari del Jurat: secretari general de la CCC (amb veu sense vot)

Comitè tècnic assessor:

- » Un representant del sector comercial
- » Un representant de la Direcció General de Política Lingüística
- » Un representant del Departament d'Empresa i Ocupació
- » Un representant de la Direcció General per a la Immigració
- » Presidenta de la Comissió Lingüística de la CCC
- » Secretària: cap del Servei Lingüístic de la CCC (amb veu i sense vot)

GUARDÓ

El Premi CCC a la millor iniciativa lingüística del sector comercial consistirà en l'atorgament d'un guardó dissenyat amb el suport del Col·legi Oficial de Joiers, d'Orfebres, de Rellotgers i de Gemmòlegs de Catalunya i d'un diploma acreditatiu. A més, la CCC farà publicitat del nom dels guanyadors i difusió als mitjans de comunicació de Catalunya.



Servei Lingüístic

Servei Lingüístic Generalitat de Catalunya

A qui s'adreça?

Servei gratuït per a totes les entitats associades a la Confederació de Comerç de Catalunya

Quins serveis ofereix?

- » Correcció de textos en català
- » Consultes telefòniques sobre qüestions de llengua
- » Material lingüístic de suport (models de documents, vocabularis comercials...)
- » Informació sobre normativa i drets lingüístics, bibliografia, recursos lingüístics...
- » Cursos de català comercial, d'atenció al públic...
- » Campanyes i plans de normalització lingüística

On es troba?

Via Laietana, 32, 2n - 08003 Barcelona
Tel.: 93 491 06 10 | Fax: 93 268 25 16
sl@confecom.cat | www.confecom.cat

LLIURAMENT DEL PREMI

La concessió del premi es farà en un acte públic i conjunt de la Generalitat de Catalunya i la Confederació de Comerç de Catalunya, al mes de novembre del 2011.



KARELY ENVASOS ALIMENTARIS SL

Karely treballa en el sector de l'alimentació desde fa més de 20 anys. La nostra experiència ens fa ser especialistes en la varietat de producte i servei, distribuïm a tota Catalunya en 24-48 hores i som experts en alumini, cartró, paper, plàstic, porexpan, maquinària i productes per a catering tot d'un sol ús.

Estrenem pàgina web amb més de 4.300 referències, amb actualitzacions diàries d'imatges, continguts i nous productes. A més, hi podreu trobar la secció OUTLET amb els productes de liquidació a un preu únic per temps limitat.

També tenim el nou catàleg ja disponible pels nostres clients i uns preus especials per associats al gremi!

info@karely.com

Tel. 93 726 31 84

Fax. 93 726 64 40

www.karely.com

Estadístiques del ministeri sobre consum de carn, canals de distribució i despesa

CONSUMO EN HOGARES - GASTO EN MILES DE EUROS																		
POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TOTAL CARNES			CARNE VACUNO			CARNE POLLO			CARNE CONEJO			CARNE OVINO/CAPRINO			CARNE CERDO		
	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA
T.ESPAÑA																		
TOTAL CANALES	15.968.520	15.176.200	-5,0%	2.980.676	2.632.634	-11,7%	2.612.381	2.507.308	-4,0%	348.391	333.450	-4,3%	1.149.208	990.439	-13,8%	3.072.736	2.933.114	-4,5%
HIPERMERCADOS	1.847.714	1.765.944	-4,4%	292.897	262.753	-10,3%	244.816	243.666	-0,5%	29.844	28.187	-5,6%	115.004	97.242	-15,4%	315.671	295.728	-6,3%
SUPERMERCADOS	5.724.973	5.993.680	4,7%	884.487	846.953	-4,2%	1.024.696	1.067.613	4,2%	106.081	124.867	17,7%	285.070	294.494	3,3%	1.030.212	1.082.425	5,1%
TDA DESCUENTO	764.548	895.542	17,1%	75.703	83.926	10,9%	138.016	157.931	14,4%	12.128	16.206	33,6%	22.875	20.763	-9,2%	108.015	131.202	21,5%
TDA CONGELADOS	86.198	88.451	2,6%	3.009	6.366	111,6%	3.559	6.011	68,9%	*	*	*	*	2.392	*	2.794	7.843	180,7%
CARNICERÍA	4.293.583	3.776.031	-12,1%	1.172.135	988.066	-15,7%	720.560	644.208	-10,6%	87.663	69.111	-21,2%	429.273	351.006	-18,2%	957.477	871.352	-9,0%
MERCADOS Y PLAZAS	1.004.692	840.041	-16,4%	276.640	224.588	-18,8%	174.304	143.582	-17,6%	24.812	22.406	-9,7%	98.412	78.718	-20,0%	174.641	149.390	-14,5%
AUTOCONSUMO	482.603	391.855	-18,8%	53.446	44.164	-17,4%	83.080	60.777	-26,8%	45.868	34.602	-24,6%	79.742	57.750	-27,6%	163.624	140.671	-14,0%
TIENDA TRADICIONAL	327.032	285.345	-12,7%	41.109	31.087	-24,4%	46.895	42.968	-8,4%	5.607	4.147	-26,0%	14.805	11.788	-20,4%	59.619	50.892	-14,6%
RESTO	1.421.315	1.117.005	-21,4%	179.980	142.699	-20,7%	175.162	138.353	-21,0%	35.041	33.101	-5,5%	103.358	74.733	-27,7%	259.178	199.801	-22,9%
CATALUÑA																		
TOTAL CANALES	2.801.752	2.597.585	-7,3%	523.776	433.898	-17,2%	435.431	415.272	-4,6%	88.258	78.845	-10,7%	218.897	188.195	-14,0%	524.871	499.534	-4,8%
HIPERMERCADOS	230.803	226.108	-2,0%	37.133	31.033	-16,4%	29.318	31.404	7,1%	5.811	4.898	-15,7%	21.791	17.299	-20,6%	37.062	32.362	-12,7%
SUPERMERCADOS	774.175	829.608	7,2%	118.457	109.055	-7,9%	121.226	137.403	13,3%	19.311	24.868	28,8%	40.988	45.886	12,0%	148.815	159.569	7,2%
TDA DESCUENTO	102.836	128.028	24,5%	10.898	11.216	2,9%	18.389	22.106	20,2%	2.409	3.061	27,1%	3.135	3.769	20,3%	16.251	21.368	31,5%
TDA CONGELADOS	8.833	10.411	17,9%	674	1.308	94,2%	726	1.030	42,0%	*	*	*	*	839	*	737	1.639	122,5%
CARNICERÍA	769.667	678.135	-11,9%	203.383	169.842	-16,5%	118.493	104.323	-12,0%	22.987	16.801	-26,9%	88.917	68.248	-23,2%	148.705	146.453	-1,5%
MERCADOS Y PLAZAS	286.511	230.458	-19,6%	79.575	55.334	-30,5%	43.115	39.643	-8,1%	9.330	8.253	-11,5%	28.297	19.766	-30,1%	46.834	39.032	-16,7%
AUTOCONSUMO	30.750	31.714	3,1%	4.120	450	-89,1%	7.874	6.838	-13,2%	5.243	1.992	-62,0%	7.283	10.517	44,4%	2.440	6.895	182,6%
TIENDA TRADICIONAL	29.976	26.847	-10,4%	5.002	3.647	-27,1%	3.380	5.173	53,1%	720	415	-42,4%	2.146	2.527	17,8%	6.675	4.172	-37,5%
RESTO	564.985	430.268	-23,8%	64.328	51.245	-20,3%	92.787	66.795	-28,0%	21.710	18.325	-15,6%	26.285	18.996	-27,7%	117.053	86.284	-26,3%

CONSUMO EN HOGARES - COUTA EN VALOR																		
POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TOTAL CARNES			CARNE VACUNO			CARNE POLLO			CARNE CONEJO			CARNE OVINO/CAPRINO			CARNE CERDO		
	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA
T.ESPAÑA																		
TOTAL CANALES	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
HIPERMERCADOS	11,6	11,6	0,0	9,8	10,0	0,2	9,4	9,7	0,3	8,6	8,5	-0,1	10,0	9,8	-0,2	10,3	10,1	-0,2
SUPERMERCADOS	35,9	39,5	3,6	29,7	32,2	2,5	39,2	42,6	3,4	30,4	37,4	7,0	24,8	29,7	4,9	33,5	36,9	3,4
TDA DESCUENTO	4,8	5,9	1,1	2,5	3,2	0,7	5,3	6,3	1,0	3,5	4,9	1,4	2,0	2,1	0,1	3,5	4,5	1,0
TDA CONGELADOS	0,5	0,6	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	*	*	*	*	0,2	*	0,1	0,3	0,2
CARNICERÍA	26,9	24,9	-2,0	39,3	37,5	-1,8	27,6	25,7	-1,9	25,2	20,7	-4,5	37,4	35,4	-2,0	31,2	29,7	-1,5
MERCADOS Y PLAZAS	6,3	5,5	-0,8	9,3	8,5	-0,8	6,7	5,7	-1,0	7,1	6,7	-0,4	8,6	7,9	-0,7	5,7	5,1	-0,6
AUTOCONSUMO	3,0	2,6	-0,4	1,8	1,7	-0,1	3,2	2,4	-0,8	13,2	10,4	-2,8	6,9	5,8	-1,1	5,3	4,8	-0,5
TIENDA TRADICIONAL	2,0	1,9	-0,1	1,4	1,2	-0,2	1,8	1,7	-0,1	1,6	1,2	-0,4	1,3	1,2	-0,1	1,9	1,7	-0,2
RESTO	8,9	7,4	-1,5	6,0	5,4	-0,6	6,7	5,5	-1,2	10,1	9,9	-0,2	9,0	7,5	-1,5	8,4	6,8	-1,6
CATALUÑA																		
TOTAL CANALES	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
HIPERMERCADOS	8,2	8,7	0,5	7,1	7,2	0,1	6,7	7,6	0,9	6,6	6,2	-0,4	10,0	9,2	-0,8	7,1	6,5	-0,6
SUPERMERCADOS	27,6	31,9	4,3	22,6	25,1	2,5	27,8	33,1	5,3	21,9	31,5	9,6	18,7	24,4	5,7	28,4	31,9	3,5
TDA DESCUENTO	3,7	4,9	1,2	2,1	2,6	0,5	4,2	5,3	1,1	2,7	3,9	1,2	1,4	2,0	0,6	3,1	4,3	1,2
TDA CONGELADOS	0,3	0,4	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,0	*	*	*	*	0,4	*	0,1	0,3	0,2
CARNICERÍA	27,5	26,1	-1,4	38,8	39,1	0,3	27,2	25,1	-2,1	26,0	21,3	-4,7	40,6	36,3	-4,3	28,3	29,3	1,0
MERCADOS Y PLAZAS	10,2	8,9	-1,3	15,2	12,8	-2,4	9,9	9,5	-0,4	10,6	10,5	-0,1	12,9	10,5	-2,4	8,9	7,8	-1,1
AUTOCONSUMO	1,1	1,2	0,1	0,8	0,1	-0,7	1,8	1,6	-0,2	5,9	2,5	-3,4	3,3	5,6	2,3	0,5	1,4	0,9
TIENDA TRADICIONAL	1,1	1,0	-0,1	1,0	0,8	-0,2	0,8	1,2	0,4	0,8	0,5	-0,3	1,0	1,3	0,3	1,3	0,8	-0,5
RESTO	20,2	16,6	-3,6	12,3	11,8	-0,5	21,3	16,1	-5,2	24,6	23,2	-1,4	12,0	10,1	-1,9	22,3	17,3	-5,0

CONSUMO EN HOGARES - VOLUMEN DE CONSUMO EN MILES DE KG																		
POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TOTAL CARNES			CARNE VACUNO			CARNE POLLO			CARNE CONEJO			CARNE OVINO/CAPRINO			CARNE CERDO		
	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA
T.ESPAÑA																		
TOTAL CANALES	2.440.503	2.380.389	-2,5%	334.465	298.260	-10,8%	655.833	657.276	0,2%	61.564	62.670	1,8%	111.708	99.381	-11,0%	523.146	493.808	-5,6%
HIPERMERCADOS	269.098	263.584	-2,0%	32.877	29.953	-8,9%	61.463	64.941	5,7%	5.305	5.472	3,2%	11.518	9.902	-14,0%	54.021	50.658	-6,2%
SUPERMERCADOS	920.913	987.541	7,2%	102.112	98.712	-3,3%	266.027	287.325	8,0%	19.446	24.118	24,0%	28.574	30.547	6,9%	181.608	189.083	4,1%
TDA DESCUENTO	143.295	169.635	18,4%	10.916	11.820	8,3%	40.724	49.274	21,0%	2.376	3.374	42,0%	2.406	2.162	-10,1%	19.636	23.277	18,5%
TDA CONGELADOS	16.747	16.403	-2,1%	391	709	81,2%	869	1.572	80,9%	*	*	*	*	244	*	507	1.351	166,3%
CARNICERÍA	616.202	553.690	-10,1%	125.586	106.498	-15,2%	168.743	156.117	-7,5%	14.680	12.134	-17,3%	41.464	34.784	-16,1%	154.964	140.508	-9,3%
MERCADOS Y PLAZAS	139.247	119.483	-14,2%	28.797	23.732	-17,6%	39.544	34.509	-12,7%	4.448	4.245	-4,6%	9.177	7.908	-13,8%	27.777	23.579	-15,1%
AUTOCONSUMO	76.850	59.767	-22,2%	6.251	5.488	-12,2%	19.243	13.701	-28,8%	7.690	6.125	-20,3%	6.886	4.943	-28,2%	28.733	22.283	-22,4%
TIENDA TRADICIONAL	46.516	41.473	-10,8%	4.701	3.725	-20,8%	12.003	11.242	-6,3%	895	739	-17,4%	1.523	1.179	-22,6%	9.682	8.154	-15,8%
RESTO	209.489	165.654	-20,9%	22.690	17.373	-23,4%	46.964	38.093	-18,9%	6.476	6.314	-2,5%	10.079	7.549	-25,1%	45.990	34.277	-25,5%
CATALUÑA																		
TOTAL CANALES	396.877	383.676	-3,3%	53.917	45.743	-15,2%	104.066	104.037	0,0%	15.293	14.437	-5,6%	19.823	18.097	-8,7%	85.284	81.459	-4,5%
HIPERMERCADOS	30.527	31.138	2,0%	3.841	3.325	-13,4%	6.667	7.879	18,2%	999	894	-10,5%	2.158	1.708	-20,9%	6.012	5.255	-12,6%
SUPERMERCADOS	115.223	128.151	11,2%	12.900	11.937	-7,5%	29.917	35.169	17,6%	3.469	4.575	31,9%	3.978	4.709	18,4%	25.392	27.249	7,3%
TDA DESCUENTO	18.151	23.447	29,2%	1.598	1.602	0,3%	5.105	6.868	34,5%	470	624	32,9%	313	390	24,4%	2.765	3.659	32,3%
TDA CONGELADOS	1.428	1.611	12,9%	73	142	93,6%	203	276	35,9%	*	*	*	*	89	*	133	288	116,5%
CARNICERÍA	94.075	87.776	-6,7%	19.102	16.441	-13,9%	24.795	22.617	-8,8%	3.635	2.837	-22,0%	7.681	6.390	-16,8%	21.150	21.736	2,8%
MERCADOS Y PLAZAS	34.363	30.750	-10,5%	7.254	5.357	-26,1%	8.991	9.179	2,1%	1.595	1.586	-0,6%	2.278	1.789	-21,4%	6.867	5.800	-15,5%
AUTOCONSUMO	4.954	4.668	-5,8%	414	58	-86,0%	1.994	1.401	-29,7%	876	325	-62,9%	755	950	25,9%	390	1.089	179,5%
TIENDA TRADICIONAL	3.743	3.825	2,2%	553	420	-24,0%	710	1.334	87,8%	122	74	-39,5%	192	254	32,5%	990	622	-37,1%
RESTO	93.976	71.423	-24,0%	8.150	6.373	-21,8%	25.647	19.189	-25,2%	3.990	3.484	-12,7%	2.464	1.774	-28,0%	21.546	15.466	-28,2%

CONSUMO EN HOGARES - COUTA EN VOLUMEN																		
POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TOTAL CARNES			CARNE VACUNO			CARNE POLLO			CARNE CONEJO			CARNE OVINO/CAPRINO			CARNE CERDO		
	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	Dif. AA
T.ESPAÑA																		
TOTAL CANALES	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
HIPERMERCADOS	11,0	11,1	0,1	9,8	10,0	0,2	9,4	9,9	0,5	8,6	8,7	0,1	10,3	10,0	-0,3	10,3	10,3	0,0
SUPERMERCADOS	37,7	41,5	3,8	30,5	33,1	2,6	40,6	43,7	3,1	31,6	38,5	6,9	25,6	30,7	5,1	34,7	38,3	3,6
TDA DESCUENTO	5,9	7,1	1,2	3,3	4,0	0,7	6,2	7,5	1,3	3,9	5,4	1,5	2,2	2,2	0,0	3,8	4,7	0,9
TDA CONGELADOS	0,7	0,7	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	*	*	*	*	0,2	*	0,1	0,3	0,2
CARNICERÍA	25,2	23,3	-1,9	37,5	35,7	-1,8	25,7	23,8	-1,9	23,8	19,4	-4,4	37,1	35,0	-2,1	29,6	28,5	-1,1
MERCADOS Y PLAZAS	5,7	5,0	-0,7	8,6	8,0	-0,6	6,0	5,3	-0,7	7,2	6,8	-0,4	8,2	8,0	-0,2	5,3	4,8	-0,5
AUTOCONSUMO	3,1	2,5	-0,6	1,9	1,8	-0,1	2,9	2,1	-0,8	12,5	9,8	-2,7	6,2	5,0	-1,2	5,5	4,5	-1,0
TIENDA TRADICIONAL	1,9	1,7	-0,2	1,4	1,2	-0,2	1,8	1,7	-0,1	1,5	1,2	-0,3	1,4	1,2	-0,2	1,9	1,7	-0,2
RESTO	8,6	7,0	-1,6	6,8	5,8	-1,0	7,2	5,8	-1,4	10,5	10,1	-0,4	9,0	7,6	-1,4	8,8	6,9	-1,9
CATALUÑA																		
TOTAL CANALES	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
HIPERMERCADOS	7,7	8,1	0,4	7,1	7,3	0,2	6,4	7,6	1,2	6,5	6,2	-0,3	10,9	9,4	-1,5	7,0	6,5	-0,5
SUPERMERCADOS	29,0	33,4	4,4	23,9	26,1	2,2	28,7	33,8	5,1	22,7	31,7	9,0	20,1	26,0	5,9	29,8	33,5	3,7
TDA DESCUENTO	4,6	6,1	1,5	3,0	3,5	0,5	4,9	6,6	1,7	3,1	4,3	1,2	1,6	2,2	0,6	3,2	4,5	1,3
TDA CONGELADOS	0,4	0,4	0,0	0,1	0,3	0,2	0,2	0,3	0,1	*	*	*	*	0,5	*	0,2	0,4	0,2
CARNICERÍA	23,7	22,9	-0,8	35,4	35,9	0,5	23,8	21,7	-2,1	23,8	19,6	-4,2	38,7	35,3	-3,4	24,8	26,7	1,9
MERCADOS Y PLAZAS	8,7	8,0	-0,7	13,5	11,7	-1,8	8,6	8,8	0,2	10,4	11,0	0,6	11,5	9,9	-1,6	8,1	7,1	-1,0
AUTOCONSUMO	1,2	1,2	0,0	0,8	0,1	-0,7	1,9	1,3	-0,6	5,7	2,3	-3,4	3,8	5,3	1,5	0,5	1,3	0,8
TIENDA TRADICIONAL	0,9	1,0	0,1	1,0	0,9	-0,1	0,7	1,3	0,6	0,8	0,5	-0,3	1,0	1,4	0,4	1,2	0,8	-0,4
RESTO	23,7	18,6	-5,1	15,1	13,9	-1,2	24,6	18,4	-6,2	26,1	24,1	-2,0	12,4	9,8	-2,6	25,3	19,0	-6,3

CONSUMO EN HOGARES - GASTO MEDIO [EUROS/AÑO]																		
POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TOTAL CARNES			CARNE VACUNO			CARNE POLLO			CARNE CONEJO			CARNE OVINO/CAPRINO			CARNE CERDO		
	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA	AÑO MÓVIL FEB 2010	AÑO MÓVIL FEB 2011	% Evol. AA
TESPAÑA																		
TOTAL CANALES	998,20	893,34	-10,5%	209,40	171,91	-17,9%	174,04	154,52	-11,2%	57,03	43,41	-23,9%	137,15	104,99	-23,4%	207,03	181,95	-12,1%
HIPERMERCADOS	181,49	159,04	-12,4%	65,76	52,32	-20,4%	50,59	41,72	-17,5%	28,19	21,50	-23,7%	65,38	55,38	-15,3%	57,89	46,69	-19,3%
SUPERMERCADOS	373,97	366,39	-2,0%	84,62	73,78	-12,8%	86,03	79,11	-8,0%	32,33	27,47	-15,0%	65,78	55,75	-15,2%	87,14	81,22	-6,8%
TD DESCUENTO	79,75	83,95	5,3%	25,68	25,11	-2,2%	29,66	29,84	0,6%	18,00	18,11	0,6%	73,22	44,16	-39,7%	27,23	27,36	0,5%
TD CONGELADOS	68,64	58,35	-15,0%	37,73	25,92	-31,3%	26,81	17,26	-35,6%	*	*	*	*	42,97	*	25,53	20,65	-19,1%
CARNICERÍA	435,80	362,62	-16,8%	163,38	130,53	-20,1%	103,13	84,68	-17,9%	43,69	29,86	-31,7%	115,78	89,57	-22,6%	122,83	103,96	-15,4%
MERCADOS Y PLAZAS	297,38	231,47	-22,2%	142,88	111,16	-22,2%	91,15	68,29	-25,1%	37,01	32,37	-12,5%	92,95	75,75	-18,5%	88,11	66,38	-24,7%
AUTOCONSUMO	577,40	491,64	-14,9%	410,60	315,89	-23,1%	209,25	148,81	-28,9%	156,77	140,91	-10,1%	528,75	418,12	-20,9%	475,10	419,83	-11,6%
TIENDA TRADICIONAL	114,60	93,98	-18,0%	68,05	48,16	-29,2%	56,09	47,44	-15,4%	40,86	21,18	-48,2%	53,93	52,96	-1,8%	54,30	43,15	-20,5%
RESTO	187,09	132,03	-29,4%	73,33	55,93	-23,7%	56,37	41,88	-25,7%	37,03	35,10	-5,2%	99,81	67,69	-32,2%	76,38	55,43	-27,4%
CATALUÑA																		
TOTAL CANALES	1.058,87	934,87	-11,7%	219,19	172,24	-21,4%	176,01	156,84	-10,9%	66,28	51,65	-22,1%	142,18	114,30	-19,6%	212,87	189,23	-11,1%
HIPERMERCADOS	160,59	135,12	-15,9%	63,38	47,45	-25,1%	48,23	39,12	-18,9%	28,99	20,55	-29,1%	79,19	63,45	-19,9%	48,50	35,06	-27,7%
SUPERMERCADOS	313,00	317,59	1,5%	72,99	63,73	-12,7%	69,83	67,24	-3,7%	31,06	31,87	2,6%	60,45	54,38	-10,0%	81,76	77,15	-5,6%
TD DESCUENTO	65,24	77,29	18,5%	22,74	20,86	-8,3%	24,73	27,54	11,4%	14,30	16,24	13,6%	86,21	65,00	-24,6%	23,85	27,06	13,5%
TD CONGELADOS	34,34	27,57	-19,7%	34,01	19,21	-43,5%	21,53	11,65	-45,9%	*	*	*	*	40,38	*	28,43	18,87	-33,6%
CARNICERÍA	456,71	386,24	-15,4%	165,43	130,76	-21,0%	106,54	86,40	-18,9%	51,31	34,61	-32,5%	121,98	93,73	-23,2%	114,83	107,23	-6,6%
MERCADOS Y PLAZAS	400,88	299,63	-25,3%	187,86	117,51	-37,4%	119,37	93,86	-21,4%	47,01	48,59	3,4%	101,49	75,49	-25,6%	100,69	76,87	-23,7%
AUTOCONSUMO	248,23	338,90	36,5%	99,15	37,32	-62,4%	102,55	126,54	23,4%	185,97	109,30	-41,2%	258,54	585,20	126,3%	56,49	219,70	288,9%
TIENDA TRADICIONAL	74,74	54,74	-26,8%	51,75	39,09	-24,5%	26,40	36,95	40,0%	27,14	11,12	-59,0%	36,70	50,05	36,4%	31,28	19,49	-37,7%
RESTO	299,11	207,11	-30,8%	64,65	59,36	-8,2%	72,45	56,36	-22,2%	42,35	38,72	-8,6%	60,97	48,82	-19,9%	86,45	68,34	-20,9%

Placsell®

www.placsell.com

Sistema de revestimiento de paredes y techos, exclusivo y patentado para su aplicación en aquellas superficies donde se exige un elevado nivel de higiene libre de bacterias.



Con Placsell la homologación es permanente



Calidad garantizada

Placsell (placas selladas) cumple la normativa sanitaria y nos ofrece una amplia gama de soluciones:

Placsell sanitario industrial (PSI), plancha de polipropileno grado alimentario, sistema de ensamblaje entre planchas propio y patentado formado por un rastrel de aluminio y tapeta de presión de PVC blanca, maciza y garantizada contra golpes, al igual que toda la periferia sanitaria de remates.

Placsell sanitario decorativo (PSD), placa extra-fuerte de PVC, machihembrada y periferia auxiliar de remates en PVC, también si se precisa con acabado sanitario.

Placsell sanitario antimicrobiano (PSA), plancha de PVC, con acabado de alta resistencia química y al rayado, con efecto constante y duradero debido a la no migración de compuestos activos (Efecto antimicrobiano contra Escherichia Coli y contra MRSA)



Revestimientos Coberplast sl.

C/ Anselm Clavé s/n - Polígono Matacás, nave 17
08980 SANT FELIU DE LLOBREGAT (Barcelona)
Tel. 93 685 12 62 Fax 93 685 14 50
revestimientos@coberplast.com
www.coberplast.com - www.placsell.com

(PSI) Mataderos, salas de despiece, obradores de carne, pescado, panadería y pastelería, lácteos, aceite, frutas y verduras, bodegas, cámaras frigoríficas de conservación, congelación, túneles, vaquerías, granjas, silos, plantas embotelladoras, etc.

(PSD) Tiendas, cocinas, paradas de mercado, supermercados, vestuarios, laboratorios, lavacoques, platos cocinados, etc.

(PSA) Hospitales, quirófanos, UCI, UVI, enfermerías, laboratorios, salas blancas, geriátricos, salas neonatales, de quemados, etc.

Con el aval de mas de un millón de m2 colocados entre España y Portugal desde 1991



La Federació Catalana al Facebook

Ja tenim la nostra entitat a les xarxes socials, en aquest cas, hem apostat pel facebook.

La Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters ha fet la seva incursió al món de les xarxes socials, amb una pàgina al facebook que de ben segur serà participativa, divertida i sobretot interactiva. Esperem poder comptar amb els vostres comentaris i que participeu molt en ella.



ELS AUTOCONTROLS ALS ESTABLIMENTS ALIMENTÀRIS

ELS PREREQUISITS

Pla de control de temperatures

Què call fer per evitar que....

.... la temperatura de conservació suposi un risc alimentari?

1 El Programa de control de temperatures

Preguntes clau	Aspectes que heu de descriure
Quins són els equips/locals que heu de controlar?	1. Identifiqueu en un plànol els equips relacionats amb la temperatura de conservació i tractament: • Cambres o equips de refrigeració i congelació. • Equips per al manteniment tèrmic. • Equips de desinfecció amb tractament tèrmic (desinfectadors de ganivets, esterilitzacions amb vapor o aigua...). • Locals amb condicions tèrmiques especials (sales blanques, sales de desfer...). • Mitjans de transport amb temperatura refrigerada (isotèrmics, frigorífics, congeladors).
Quina és la temperatura òptima per cada equip/local?	2. Especifiqueu la temperatura òptima i els marges de tolerància de: • Cambres o equips de refrigeració i congelació. • Equips per al tractament o manteniment tèrmic. • Equips de desinfecció amb tractament tèrmic. • Locals amb condicions tèrmiques especials. • Mitjans de transport amb temperatura refrigerada.
Amb quins equips de mesura compteu?	3. Descriviu els equips de mesura de què disposeu, indicant els intervals d'error que accepteu i les mesures correctores a aplicar quan se superin els marges de tolerància: • Termòmetres. • Sonde tèrmiques. • Registres gràfics. • Programes d'ordinador.
Què feu per comprovar els equips de mesura?	4. Les activitats de comprovació permeten saber que els equips. • S'utilitzen com està previst. • Són eficaces. És a dir, si els aparells i els equips estan a la temperatura que han d'estar, i si els aparells mesuren el que han de mesurar.



Descripció de cada activitat de comprovació

4a. Procediments:

Què es comprova?

- El funcionament dels equips de manteniment tèrmic i/o tractament.
- L'aplicació i els resultats de calibratge i/o contrastació.

Com es comprova?

Expliqueu els mètodes utilitzats per fer les comprovacions:

- Controls visuals de termòmetres.
- Registres gràfics.
- Programes d'ordinador.
- Termòmetres de punxó.
- Sonde tèrmiques.

On es comprova?

Definiu el lloc de la comprovació: cambres o equips de refrigeració/congelació, equips de desinfecció amb tractament tèrmic, locals amb condicions tèrmiques especials, medis de transport amb temperatura regulada o arxiu documental (certificats de calibratge...).

4b. Freqüència:

Definiu la periodicitat de control per a cada equip, en funció de les seves característiques, influència en la seguretat alimentària i el moment en què es realitza.

4c. Persona encarregada:

Disseguen el responsable per portar a terme cada una de les activitats de comprovació, encara que la desenvolupi una empresa externa (calibratge...).

4d. Com s'enregistren els resultats:

Definiu el sistema d'enregistrament de resultats, incidències i actuacions derivades.

2 Els registres

Dissenyeu els models de registre on quedaran indicats els resultats, les incidències i les actuacions derivades de les activitats de comprovació.

Cal que hi consti:

1. Dades de l'establiment.
2. Prerequisit al qual pertany.
3. Data i hora.
4. Objecte del registre.
5. Resultat obtingut.
6. Persona que realitza el registre.
7. Resultats dels registres obtinguts.
8. Descripció d'incidències, si s'escau.
9. Accions correctores si hi ha hagut incidències, amb data i hora.
10. Responsable de les accions correctores.

1. Registres de temperatura, sigui del producte, aparell o ambient a
 - a. cambres de refrigeració i/o congelació.
 - b. aparells destinats al manteniment de productes alimentaris.
 - c. aparells destinats a realitzar neteja i desinfecció amb mitjans tèrmics.
 - d. locals o sales amb condicions de temperatura especials.
 - e. vehicles de transport o contenidors destinats a mantenir o modificar la T°.
2. Registre de les calibratges i/o contrastacions dels aparells de mesura de la temperatura.
3. Registre o documents de les validacions de les temperatures de conservació.

Anoteu el que feu i guardeu els registres

Exemples de registres:

Dades de l'empresa:
PLA: CONTROL DE TEMPERATURES

Registre del control de temperatura de l'aigua dels esterilitzadors d'estris

Data	T° Ester. 1	T° Ester. 2	T° Ester. 3	Descripció de la incidència	Accions correctores	Signatura responsable

Dades de l'empresa:

PLA: CONTROL DE TEMPERATURES

Registre del control de temperatura de les cambres

Data	T° Cambra 1	T° Cambra 2	T° Cambra 3	Descripció de la incidència	Accions correctores	Signatura responsable

Per a més informació, consulteu:

La Guia per a l'aplicació de l'autocontrol basat en el Sistema d'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crític.

www.gencat.cat/salut/acsa

Agència de Protecció de la Salut

C/ Roc Boronat, 81-95

Edifici Pere IV, 4a planta · 08005 Barcelona

T. 93 551 39 00 F. 93 551 75 05

aps.salut@gencat.cat

 Generalitat de Catalunya
Departament de Salut

 Agència de
Protecció de la Salut

 www.gencat.cat/salut

Amb la participació de:

 **CSB** Consorci Sanitari de Barcelona
 Agència de Salut Pública

 ASSOCIACIÓ CATALANA
DE MUNICIPIS I COMARQUES

 **Diputació de Barcelona**
xarxa de municipis

 FEDERACIÓ DE MUNICIPIS
DE CATALUNYA

Mercabarna no és només
un lloc. És una garantia.
Per això, només els més
exigents treballen amb nosaltres.
Escorxador de Mercabarna:
qüestió de prestigi.

mb
mercabarna



Patrocinadors de l'Escola Professional de la Fundació Oficis de la Carn

Com en les darreres edicions d'aquesta revista, la Fundació Oficis de la Carn agraeix la participació i col·laboració de i a totes aquelles empreses que participen en el dia a dia de l'Escola Professional d'aquesta Fundació, per tal de millorar i innovar el servei formatiu ofert per la mateixa. Així, a continuació, us presentem les empreses col·laboradores:

ESPÈCIES TEIXIDOR

Circumval·lació, 108-110, 08240 - Manresa, Barcelona, Tel. 93 874 12 00

TECNOTRIP

Gerent: Sr. FERRER, L'Alguer, 22 P. I. Nord, 08226 Terrassa, Barcelona, Tel. 93 735 69 69
www.tecnotrip.com

BANC SABADELL

Plaça Catalunya, 1, 08201 Sabadell, Barcelona (Espanya), Tel. 902 323 555,
Des de l'estranger: +34 902 323 555
Info@bancsabadell.com

CRUZ, sl - Construcciones Frigoríficas

Gerent: Sr. Cruz
Av. Cerdanya, s/n, P.I. Pomar de Dalt, nau 25-26, 08916 Badalona, Barcelona, Tel. 93 465 00 65
www.cruzsl.es

MAFRIGES

Barri Serrallonga, s/n - 08571 St. Vicenç de Torelló, Barcelona. Tel. 93 859 27 11..
www.mafriages.com

Obres a l'Escola Professional

L'Escola Professional dels Oficis de la Carn ja ha començat el projecte de reforma integral de les seves instal·lacions, que finalitzaran durant el mes d'octubre.

Properament informarem del programa previst de realització de cursos i tallers.



El Somriure del Mestre

*Trobarem a faltar el teu somriure,
Diu que ens deixes te'n vas lluny d'aquí,
Però el record dels moments que vam conviure,
no els esborra la pols del camí.*

Josep Dolcet Llaveria
Confraria del Gras i el Magre

44



He volgut començar la redacció d'aquestes difícils ratlles amb l'adaptació del text d'una cançó de la nostra època de "kumbaias" que, penso, reflecteix perfectament la imatge del Carles Simón, el seu somriure. Un somriure sincer, permanent i encomanadís que l'acompanyava on fos i fossin quines fossin les circumstàncies.

Vàrem començar pràcticament alhora a moure'ns pel Gremi a la segona meitat dels 80. En Carles formava part d'una jove comissió de l'Escola que va marcar un dels períodes més determinants de la institució i jo començava en les feines de formació. Fou llavors, entre cursos i reunions, on vam començar a gaudir del seu somriure, de vegades irònic, també bromista, però sobre tot sincer, positiu i com he dit abans, encomanadís.

Per la seva joventut llavors, en Carles tenia les idees molt clares pel que fa al seu ofici: calia conèixer-ne bé els seus fonaments i calia estar a l'aguait de les noves tendències. Això va portar-lo, tant a ell com a la Montse, la seva esposa, a assistir de forma assídua als cursos de l'escola, també a altres fòrums, on s'hi exposessin idees interessants per al seu negoci. Podem dir, i amb coneixement de causa que en Carles va ser un pioner en moltes coses i així ho va demostrar. Va tenir molt clar, que abans que res, el que calia era complir la llei, per això va ser dels primers en adaptar el seu obrador a l'exigent normativa tècnica i sanitària. Va ser un dels primers cansaladers-xarcuters, fet que li va comportar algunes dificultats amb l'administració i fins i tot certa incomprensió i indiferència del mateix col·lectiu. Va ser dels primers en incorporar els menjars cuinats. Recordo que deia, "jo no faré gran cuina, ni molta varietat, però vull fer els plats de sempre perquè la gent en pugui menjar cada dia". També de seguida va incorporar les safates d'embotits on hi destacaven les innovacions que anava incorporant al seu receptari. Recordo especialment en aquest sentit el bisbe de dos colors, una excel·lent botifarra d'ou i un cap de senglar que recordava les idees del famós seminari a Salzburg. Tot plegat sense mai abandonar les arrels clàssiques heretades de la dinastia familiar. Era extremadament detallista, fins i tot un artista (d'això en tenim proves de les seves obres i figures amb ferro que creava en els seus moments lliures a la casa d'estiu de Sanahuja). En aquest sentit i tornant al Carles professional, vull recordar un fet que vaig poder observar un dia que vaig passar pel seu obrador i que encara el veig com si fos ara: ell mateix es farcia les olives amb pebrot per fer la mortadella d'olives. Sense comentaris.

Tot això mai el va distanciar del seu Gremi i del seu ofici. Qualsevol cosa que el Gremi, l'Escola o la Fundació li demanava, ell responia i estava allí, per convicció, per solidaritat, sense buscar res a canvi, i sempre amb el seu somriure. A les campanyes de la Botifarra d'Ou no hi havia faltat mai (em ve a la memòria una any que se'ns va presentar amb una gorra del Gremi decorada amb closques d'ou naturals). A les festes i reunions o jornades del Gremi tampoc. Quan el veies, quan arribava a una reunió ja esperàvem el moment en que ens explicaria un acudit o una anècdota, o faria un comentari irònic. Un personatge que omplia i que es feia estimar.

Vull acabar parlant del Carles confrare. Des que la Confraria del Gras i el Magre va començar la seva

singladura, el Carles s'hi va bolcar de ple. Des de l'inici ha format part de la Taula de Mestres. Quan parlàvem de la Confraria i dels valors que representava se li il·luminava la cara. Mai va faltar a una reunió o a un acte i sempre, sempre amb il·lusió i amb el seu somriure. Se'l veia feliç, en la seva salsa, defensant els valors que creia i sobre tot compartint-ho amb els companys.

No puc escriure res més.

Una abraçada molt forta a la Montse i a la Carla, a l'Esteve i la Margarita i als seus germans.

Et trobarem a faltar Carles. Trobarem a faltar el teu somriure.



Pebres, Espècies i herbes, Additius alimentaris, Ingredients, Complements, Preparats Teifel, Productes Kerry,



Nova convocatòria per ser membre de la Confraria del Gras i el Magre

Renovem el nostre propòsit d'acollir nous membres a la Confraria del Gras i el Magre. El termini per presentar la vostra sol·licitud si esteu interessats és el 30 de setembre de 2011.

46

La iniciativa de la Confraria neix de la Fundació Oficis de la Carn. La seva finalitat és el reconeixement públic i la distinció per la trajectòria professional de carnisser-scansaladers-xarcuters o especialistes en aviram.

Cada any, un acte cerimonial dona la benvinguda als nous membres.

S'exigeixen els següents requisits per ser nomenat Confrare:

- » Disposar del títol de Mestre Artesà Cansalader-Xarcuter segons l'article 30 de la Llei 14/2003 de qualitat agroalimentària de la Generalitat de Catalunya, prèvia sol·licitud de Cavaller o Dama confrare.

Prèvia sol·licitud i l'aval de dos confrares:

- » Ser professionals del sector detallista carni i disposar d'una antiguitat de 15 anys en l'ofici de carnisser, cansalader-xarcuter i especialitat en aviram
- » Ser professionals relacionats amb el sector carni (fabricants, matancers, ramaders, etc.) amb un antiguitat de 20 anys de responsabilitat directa en la professió

Tots els amants de la carn i dels productes de la xarcuteria (cuiners, científics, universitaris, etc.) segons mèrits i reconeixements aportats en bé del sector

Distintius

La Confraria del Gras i el Magre disposa de diferents distintius que li atorguen el seu segell d'identitat. Els Cavallers o Dames Confrares duen la seva insígnia, la broca, representativa del grau d'antiguetat:

- » Broca de Bronze: Primers cinc anys
- » Broca de Plata: Durant els següents 10 anys
- » Broca d'Or: durant el següents 10 anys
- » Broca de Platí: A partir dels 25 anys de pertinença i és perpètua

El vestuari obligatori consistirà :

- » Capa de cerimònia de color grana
- » Barret de mitja copa de color grana

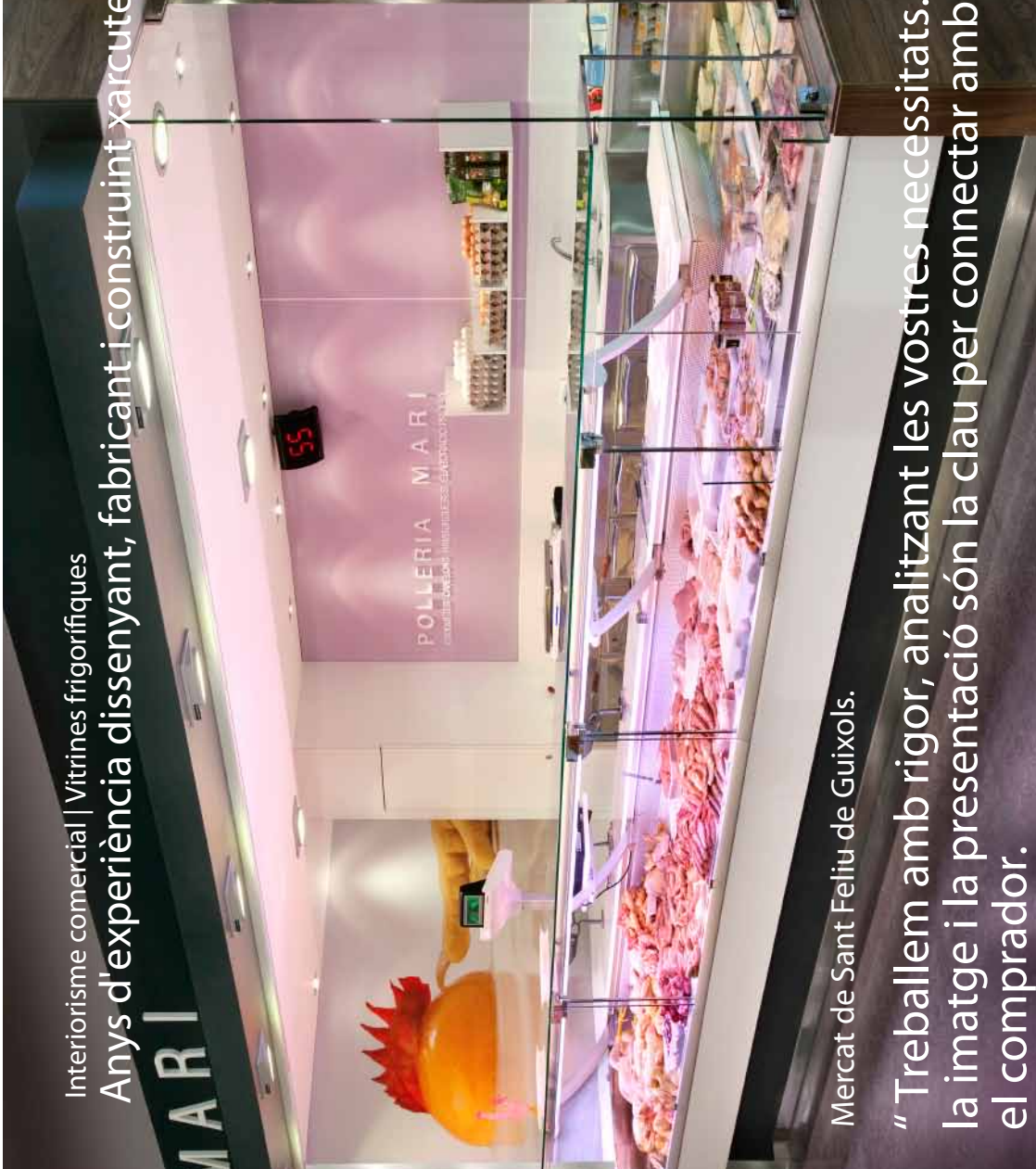
Altres distintius seràn:

- » Banda de collaret de color verd i daurat, finalitzat amb el medalló de l'escut de la Confraria
- » Broca penjada a la banda collaret, signe inequívoc de tot professional de la carn

Treballem per la consolidació d'aquest projecte en el nostre sector i per al seu progressiu ressò. Esperem comptar, ben aviat, amb nous membres carnisser-scansaladers-xarcuters afins a l'esprit d'aquesta iniciativa.

Interiorisme comercial | Vitrines frigorífiques

Anys d'experiència dissenyant, fabricant i construint xarcuteries



Mercat de Sant Feliu de Guixols.

“Treballem amb rigor, analitzant les vostres necessitats, la imatge i la presentació són la clau per connectar amb el comprador.

Les nostres noves vitrines de vidre recte, amb sistema d'elevació amb esmorteïdors i la millor tecnologia de fred, faran el vostre producte més atractiu .”

Treballem amb els cinc sentits

«He posat fre a les comissions»

BS Compte Professional és **el compte que ho té tot, excepte comissions¹**:

[0]
comissions

- de manteniment
- d'administració
- per emissió de Visa Classic²

A més a més, amb BS Compte Professional podrà accedir a la resta de serveis financers exclusius per a vostè i per a la seva activitat laboral.

Vingui a les nostres oficines i obri el seu o informi-se'n en el **902 383 666**

1. Excepte comptes inoperants en un període igual o superior a un any i amb un saldo igual o inferior a 150 euros, en els quals s'aplicarà una comissió trimestral de manteniment del compte de 10 euros.

2. La quota anual de la targeta Visa Classic és de 35 euros a partir del segon any.

GREM CARN

Gremi de
Carnissers-Cansaladers-Xarcuters
de Barcelona i Comarques

OFERTA PER A:



[SOLUCIONS **PROFESSIONALS**]

Sabadell Atlántico

BS



Safates Solidàries GremiCarn

Sota el títol “Safates Solidàries de GremiCarn”, la nostra entitat ha volgut anar més enllà d’una campanya de promoció de les safates d’embotits, formatges, patés, etc.

Enguanys, us proposem una manera diferent d’oferir als vostres clients les safates d’embotits per a les revetlles, reunions amb amics, sopars informals, etc., i alhora col·laborar en una bona causa, que serà la remodelació de la Sala de Jocs del Pavelló Materno-Infantil de l’Hospital de la Vall d’Hebron.

Durant tot l’estiu aquesta campanya estarà vigent.





Fira de Productes de Qualitat i Proximitat

El passat 16 d'abril es va celebrar a la plaça de la vila de Torroella de Montgrí per segon any consecutiu la Fira de Productes de Qualitat i Proximitat de promoció de la marca de garantia E Productes de l'Empordà.

Carnisseria Seli va participar com a únic productor certificat de la Botifarra dolça E Productes de l'Empordà a la població.

Durant tot el dia i va haver venda i mostra de productes alimentaris artesans de l'Empordà. I a més a més es varen realitzar tallers de demostració per als més petits. Un taller de Brunyols de l'Empordà realitzada pel Mestre Artesà Flequer, Josep Maria Font de la Fleca Sunyer i un de botifarra dolça realitzat per Antoni Vila de Carnisseria Seli.



Els Carnissers de Riudellots de la Selva col·laboren en el 50è aniversari de l'escola

El passat 30 d'abril es va celebrar el 50è aniversari de l'escola de Riudellots.

La Festa es va iniciar amb la presentació del llibre commemoratiu "Les escoles noves fan 50 anys (1960-61/2010-11)" per gentilesa de l'Ajuntament, es va obsequiar a tots els assistents amb un exemplar del mateix per família.

Gràcies a l'aportació del **Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines amb els seus agremiats: Josep Güell i Josep Tort**, al Gremi de Flequers amb els seus agremiats: pastisseria Noguera, al forn de pa Sant Cristòfol, Sclarest i a la seva feina de l'AMPA, varem poder gaudir d'un final de festa amb una botifarrada, brunyols, coca i begudes diverses mentre escoltàvem sardanes.



Els Carnissers i els Flequers preparen l'esmorzar en el II Congrés infantil d'Arquitectura perquè els més petits agafin el gust per l'entrepà.

Com a segon any consecutiu la Demarcació de Girona del COAC ha engegat un projecte pedagògic sota el nom "Ensenyar arquitectura – Aprendre arquitectura" perquè l'arquitectura formi part del coneixement a impartir en els projectes educatius dels centres primaris.



Aquest treball ha culminat en la celebració del II Congrés Infantil d'Arquitectura que ha tingut lloc el passat divendres 13 de maig a l'Auditori de Girona on durant tot el matí, prop de quatre-cents alumnes de 9 centres educatius de les comarques gironines han exposat com havien viscut el projecte.

Per aquesta fita, Carnisseria Joan Nadal de Sarrià de Ter i Carnisseria Herminia de Bordils, en representació del Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines van preparar botifarra negra i catalana per oferir un esmorzar saludable als participants del Congrés.

Participem amb la formació de l'ofici en el Mercat del Lleó de Girona

L'Ajuntament de Girona i el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, han organitzat un curs d'ALIMENTACIÓ i CUINA a l'aula gastronòmica del Mercat del Lleó, amb l'objectiu de donar les habilitats claus i bàsiques a dotze alumnes, amb oficis relacionats amb la manipulació dels aliments. Cada participant acabarà de donar forma al seu perfil professional amb una contractació de 6 mesos.

El Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines està participant en el mòdul professional de carnisseria i xarcuteria, on durant més de 15 hores diferents professionals i Mestres Artesans del sector, han compartit l'aula i l'obrador amb els alumnes perquè coneguessin l'essència de l'ofici i el seu art.



Visita a les carnisseries dels Mercats de Barcelona

A partir de l'invitació del Gremi d'Empresaris Carnissers i Xarcuters de Barcelona i Província el passat 19 de maig els carnisers del Gremi varem anar a visitar carnisseries de diferents Mercats de Barcelona, per tal de conèixer les diferents maneres de presentar i elaborar els seus productes de vedella i xai.

Varem visitar quatre carnisseries, David Carnissers del Mercat de Santa Caterina, Carnisseries Agata i Toni del Mercat de la Unió (Poble Nou), Cuinats Olivella del Mercat d'Horta i per últim la Carnisseria Xavier Gallifa del Mercat de Felip II on el Gremi els va atorgar un diploma d'honor pel respecte que tenen per l'ofici de carnisser i la seva professionalitat amb la que treballen els seus productes.

Per últim ens varen convidar a degustar els seus productes elaborats al **Restaurant La Pera**. Menjar elaborat per el cuiner **Joan Saldanya** expert assessor culinari.



Carpaccio Vedella en got de xupito
Panellet dolç (de pastisseria, embolicat amb carpaccio de vedella, després arrebossat amb pinyons i una salsa de torró de foie d'ànec i fideus xinos "noodles".



Burrito de poltre amb enchilada
Poltre picat. Salsa Enchilada fets ("el Paso") salsa feta amb ketchup i remolatxa de pot.



Porra o xurro de carn picada
Porres que venen congelades fetes de Maheso, carn picada amb nous barrejat, salsa d'olives negres i xocolata.

Els carnisseros de les Comarques Gironines participen amb el Patronat de turisme Girona Costa Brava per promocionar el territori

Els carnisseros de les Comarques Gironines participen en l'acció promocional Km0 Costa Brava y Pirineu de Girona concebuda per el Patronat de turisme Girona Costa Brava amb l'objectiu de divulgar la oferta turística i els productes artesanals de les nostres comarques en els mercats de Barcelona.

L'acció promocional arranca en el mercat de la Boqueria, els dies 29 i 30 d'abril amb la presència del cantant de Girona Gerard Quintana, del grup de rock català Sopa de Cabra. Aquesta primera mostra va anar seguida d'altres accions al mercat de la Sagrada Família el 06 i 07 de maig, en el mercat de la Concepció, del 12 al 14 de maig, i en el mercat de Torreblanca de Sant Cugat del Vallès, els dies 27 i 29 de maig.

En aquest cas varem participar amb botifarra dolça, al mercat de la Sagrada Família el dia 07 de maig de 2011.

A la imatge podeu veure dos carnisseros del mercat de la Sagrada Família amb en Ricard Josep i Llavallol, president del Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines



Per concloure l'acció promocional del Patronat de Turisme Girona Costa Brava, els carnisseros del Gremi varen ser presents al mercat de Torreblanca de Sant Cugat del Vallès el passat 28 de maig, realitza'n un taller infantil de botifarra dolça, on els més petits varen poder elaborar la seva pròpia botifarra dolça, per després emportar-se-la i menjar-la a casa.





Km0 Costa Brava Pirineu de Girona, mercat de Sant Cugat. Jordi Roca. Arxiu d'Imatges Patronat de Turisme Costa Brava Girona



Els carnisserers al XXV Salón de Gourmets

El passat 11 d'abril de 2011 un grup de carnisserers del Gremi varem anar a Madrid a visitar el XXV Salón de Gourmets, Fira professional de referència en el sector de la gastronomia de qualitat a Europa.



La primera parada en arribar a Madrid va ser un sopar tots junts al Mercado de San Miguel, un lloc històric i monumental, un espai de productes gourmets. Emplaçat en el cor del Madrid castís, es troba a la zona de major personalitat de la ciutat i millor oferta comercial, cultural i d'oci, un lloc que a més de fer la compra quotidiana, es pot participar en activitats, degustar el que vols portar a casa o simplement prendre alguna cosa.

Al dia següent tot el grup varem anar a visitar el Salón de Gourmets, la Fira Internacional d'Alimentació i begudes de qualitat, que aquest any celebrava les seves noccs de plata on hi havia més de 1.270 expositors, productors, elaboradors i distribuïdors d'aliments i begudes delicatessen, amb presència d'articles de parament, vestuari i productes editorials relacionats amb la gastronomia, 38.000 productes i 1.100 novetats.



Sessió oberta sobre al·lèrgies alimentàries



El passat 9 de febrer de 2011 es va celebrar en la seu del Col·legi Oficial de Veterinaris de Tarragona una sessió oberta sobre les al·lèrgies alimentàries.

Això també fa referència a les mencions d'avertència en quant a la presència de traces no desitjades quan no es pugui assegurar la absència total de l'al·lèrgen, sense que això comporti una minva del que hem d'entendre per la correcta fabricació dels nostres productes

La sessió, que comptava amb el suport de la Agència de Protecció a la Salut, anava dirigida a la conscienciació de la societat en general i especialment del sector de manipulació d'aliments, sobre els perills a que es veuen sotmesos els afectats d'al·lèrgia alimentària i/o latex.

Els aliments que més freqüentment produeixen al·lèrgia, especialment en nens, són la llet de vaca, l'ou, els fruits secs, els llegums, els cereals, el peix i algunes fruites i cal tenir en compte que ara per ara l'únic tractament per a l'al·lèrgia alimentària i/o latex és l'exclusió absoluta de l'al·lèrgen responsable de la reacció al·lèrgica.

El nostre sector té una responsabilitat activa, especialment pel que fa a la contaminació encreuada pels al·lèrgens que puguin ser utilitzats en alguna fase dels processos de fabricació dels nostres productes. Per aquesta raó el nostre compromís vers les persones al·lèrgiques radica principalment en dos línies d'actuació, en primer lloc és imprescindible dotar al consumidor d'una informació completa i comprensible en l'etiquetatge per tal de que pugui identificar fàcilment els ingredients al·lèrgens que intervenen en el producte.

D'altra banda també és desitjable portar a terme un control eficaç per evitar la contaminació encreuada. Aquest control compren tot el procés de la producció, incloent la neteja d'equipaments, instal·lacions i estris, el control del transport, l'envasament i reproprocessament.

El que és unànime en el nostre sector és que tan interessant en l'aplicació de les bones practiques de la fabricació com el consumidor sensible està el propi fabricant, qui considera com part de la qualitat del seu producte la seguretat del propi client, per tant és important l'esforç esmerçat en la preparació de noves formulacions sense al·lèrgens que garanteixin la seguretat del producte i que comportin la confiança en el client.



Jornades Gastronòmiques i Turístiques

Al passat mes de febrer l'Institut Escola d'Hosteleria de Cambrils va acollir la XV edició de les Jornades Gastronòmiques i Turístiques, que varen comptar amb la participació de més de trenta professionals procedents de sectors tant diferents com la cuina, pastisseria, restauració,



cansaladeria, carnisseria i en un altre àmbit, agències de viatge, hotels, animació turística i assistència i guiatge de grups, entre d'altres.

Aquestes jornades es desenvolupen mitjançant demostracions, xerrades, ponència, tallers, taules rodones, etc...

Enguany els agremiats Josep Maria Dalmau Vilanova i Vicenç Bardolat Penalba van participar d'aquest esdeveniment portant a terme la direcció de la ponència sobre elaboració i presentació de galantines. La seva actuació, que va ser reconeguda amb un guardó dissenyat pel joier tarragoní Joan Blazquez, va consistir en una demostració pràctica sobre la elaboració d'aquest producte d'origen francès que forma part de la xarcuteria d'alta qualitat.



Dia del Gremi

El passat 22 de maig va tenir lloc a la comarca del Montsià el sempre festiu Dia del Gremi, una jornada de germanor que aprofitem, a més de per compartir amb els col·legues una estona d'esbarjo, per conèixer i moltes vegades descobrir fantàstics indrets de les nostres comarques. Aquest any els assistents van poder gaudir d'una excursió en vaixell per la Ruta de les Muscleres.

La Ruta de les Muscleres en un recorregut guiat per la costa de Sant Carles de la Ràpita, des de on es poden divisar la Punta de la Banya, les Salines de Trinitat i els viviers de musclos i ostres instal·lats en el cor del Delta de l'Ebre. La visita va incloure una degustació de musclos i ostres de la zona acompanyades de cava.



Comerç, reptes i oportunitats

Pròsper Puig i Brignardelli
Vice-president del Gremi de Carnissers-
Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i
Comarques



Dilluns 30 de Maig vaig llegir al diari La Vanguardia un article del professor d'economia de la UPF, Modest Guinjoan que duia per títol, "El repte del botiguer". Encara que sempre que llegeixo títols referits al comerç em poso a tremolar, he de dir que aquest escrit, arriba al moll de l'òs de les problemàtiques del comerç. En un destacat diu: "Rebre en herència una botiga de tota la vida no té cap atractiu professional". Després matisa les seves asseveracions. Escriu que a l'economia catalana no hi ha cap sector que ocupi més persones que el comerç: 295.000 segons la darreres EPA. No podem oblidar que des de fa anys el sector comercial està en contínua fase de reconversió sense cap ajut de les administracions, que si ha ajudat a altres sectors a fer aquests ajustos. Al contrari que sembla que el comerç ho pugui suportar tot.

Quines son les variables que fan el desenvolupament del comerç? Primer la oferta, segona la demanda i una tercera però no per això menys important que és el marc regulador.

Què està passant amb la oferta? Doncs que en moments de crisi la gent, busca la relació qualitat preu més adequada. En aquests moments tenim un client ben format, exigent i més capacitat per valorar si la compra el satisfà o no. Tot això fa que els marges de beneficis s'estretin tant que si no tens prou volum de venda o si tens un producte diferenciat de la competència sigui insostenible la continuïtat del negoci.

En quant a la oferta ens trobem en un moment de grans transformacions.

Diversitat de formats, àrees comercials, supermercats, franquícies, cadenes de botigues, i un fet relativament nou, botigues atapeïdes de productes

...en moments de crisi la gent, busca la relació qualitat preu més adequada



de qualitat dubtosa. Tot això fa difícil la supervivència del comerciant independent. Encara que aquí el nostre sector es una mica diferent, perquè els nostres establiments necessiten ofici i això ens fa difícilment replicables.

Ara, els punts febles que reflexa l'article, que no tenen res a veure amb l'oferta amb la demanda però són essencials pel futur dels nostres negocis. El primer és el relleu generacional. Aquí sí que tenim un problema. Si no hi ha relleu generacional no hi ha viabilitat futura per l'empresa. I l'altre és la dificultat d'adaptació del negoci tradicional a la nova tessitura competitiva.

L'articulista fa un paral·lelisme molt encertat entre el que va passar a pagès i el món de la distribució comercial. Diu, amb el traspàs de la terra de pares a fills, els hereus rebien un lloc de treball, no necessàriament un negoci, i quan el que rebia l'herència veia que havia de treballar de sol a sol i no en treia un fruit econòmic, ho deixaven corre.

És evident que rebre una botiga en herència, que comporti treballar totes les hores del dia per uns escassos guanys no és atractiu per ningú. Només hi ha una alternativa que és la transformació de la botiga en empresa, amb professionalitat, innovació, marges que permetin viure dignament i una continuïtat dignificació del ofici.

Una societat que té la gent més formada de la història i resulta que l'únic objectiu professional, és triomfar a la televisió, ser funcionari o treballador d'una entitat financera, no pot anar bé. Si volem sortir de la crisi, necessitem emprenedor i gent que arrisqui el seu talent creant riquesa, que es traduirà en crear ocupació, i això reactivarà el consum. La economia real és això.

el nostre sector es una mica diferent, perquè els nostres establiments necessiten ofici i això ens fa difícilment replicables

Una vegada dit tot això, ens falta la tercera variable, que és el marc regulador.

Un marc regulador que per les tensions de la crisi actual, i sempre amb la visió de disparar cap avall i mai cap amunt, entrarem en un marc molt més hostil pel petit comerç. Tornem a obrir el debat de la liberalització dels horaris comercials, un debat que només s'entén que es reobri per interessos d'uns quants.

La pregunta definitiva la fa el professor Guinjoan, al final del seu article: "Ara s'ha aparcat el debat de la obertura en dies festius, però aquesta proposta, que a qui més perjudica és al petit botiguer, tornarà a aflorar, mentre un es pregunta per què s'han entestat a liberalitzar el comerç, i no ha liberalitzar, per exemple, el mercat de treball o a deixar caure banc i caixes insolvents?".

Ens queden molts reptes, ens en sortirem amb esforç i tenacitat. Aquesta crisi ens farà més forts, i segurament viurem a la realitat i no en un món imaginari que quan surts del plató resulta que tot era decorat.

Al final d'aquest escrit no puc deixar d'expressar la profunda pena i el buit que ens ha deixat la mort d'en Carles Simón, sobtada i difícil d'entendre. Un amic, un company de feina i de junta, un confrare però sobretot una gran persona, una persona que no tenia un no per ningú i que sempre el recordarem pel seu sentit del humor i la seva visió positiva de la vida. Descansa en pau. Sempre seràs un dels nostres.

Claves para triunfar en el retail

Cuando hablamos de retail podemos hablar de diferentes estilos de venta y de estrategia.

Me gustaría centrarme en este artículo en los establecimientos que basan su estrategia en el valor añadido y no en el volumen.

Jordi Mas
Conseller delegat
MAS GOURMETS



60

Para triunfar en estos establecimientos es muy importante ser consciente que la búsqueda de la excelencia necesita tiempo y un riguroso control interno para poderlo llevar a cabo lo que supondrá costes añadidos.

Como se basa la estrategia centrada en el valor añadido?

Hay 2 caminos para conseguirlo y se dividen en dos: el trabajo interno y el trabajo externo.

El interno es lo que no ve el cliente, y el externo es lo que ve el cliente.

En este artículo me centrare en el trabajo externo, es decir lo que ve y percibe el cliente.

Me gustaría que nos preguntáramos diferentes cuestiones:

Por que hay establecimientos que están vacios y otros están llenos?

Por que en épocas de crisis el precio no es un factor determinante de éxito?

Por que los lugares vacios siempre están vacios?

La respuesta está en cómo trabajamos los atributos externos:

Dentro de la estrategia externa en el punto de venta, siempre me baso en 3 atributos:

1. ESPACIO
2. PRODUCTO
3. SERVICIO

En el espacio esta la determinación de un cliente de que entre o no entre

1. ESPACIO

El Espacio es determinante en la estrategia comercial, una vez ya hemos elegido una buena ubicación. Es el atributo que identifica y define claramente **quienes somos**. Como percibe el cliente nuestro cuidado por el detalle. El tipo de decoración identifica claramente nuestra cadena de valor. En el espacio esta la determinación de un cliente de que entre o no entre. Una vez dentro ya hay otras herramientas para impulsar sus decisiones de compra y su fidelidad, pero es sumamente importante y clave seducir al cliente con nuestro espacio.

Muchas de las respuestas anteriores se basan en el espacio:

- » Resulta atractivo el establecimiento?
- » Invita a entrar?
- » gusta o no gusta?
- » Nos da a entender quienes somos que vendemos?
- » a quien no dirigimos?

En definitiva vamos a construir la primera percepción del cliente y la más determinante. Es importante que

dediquemos tiempo en crear el espacio que queremos ofrecer.

Si nos centramos en el sector alimentario del pan vemos diferentes estrategias encadenadas al espacio. Turris (www.turris.es), centra su espacio con una decoración atractiva y cualitativa pero especialmente el valor añadido se centra en enseñar el obrador, dando a entender la artesanía y el origen del pan.

Otro ejemplo que me llama mucho la atención en espacio es el de las tiendas Apple. Se respira tecnología y minimalismo en cualquier tienda Apple (www.apple.com). A pesar de parecer en un inicio que la versión de montaje es económica, en realidad es todo lo contrario ya que los muebles están estudiados y realizados exclusivamente para estas tiendas. La gran mayoría de muebles esconden cajas registradoras, lectores de barras, bolsas, etiquetadoras y otras herramientas para el buen funcionamiento del establecimiento, viendo desde fuera muebles limpios y ordenados.

Una vez estas dentro de una tienda Apple respiras futuro, innovación y tecnología, todo lo que debe comunicar una tienda de este calibre. Toda la gama de productos que dispone la marca esta en exposición y se puede probar, que marca puede decir lo mismo. Cada mesa ubica una línea de productos y la comunicación en carteles te comunica el producto más nuevo. En estos momentos la comunicación del ipad2 y del nuevo Mac es el producto a vender. Si en el mundo del retail hemos de poner un ejemplo de éxito ese es Apple.

Todos queremos ser Apple, una empresa que vende un producto de alto valor adquisitivo, que existen productos alternativos a bajos precios, pero que han creado la necesidad de pertenecer al mundo Apple. No sólo han creado marca, han creado una nueva forma de entender la tecnología de tal forma que

fomentan la Apple-adicción, quieres tener todos los productos de la marca, ya que es un mismo lenguaje para todos y se comunican entre si lo que facilita al usuario su uso y adaptación.

El resultado es todo un éxito de ventas.

Otras empresas que hacen de la decoración un valor diferencial en el sector moda es ABERCROMBIE (www.abercrombie.com), una marca nacida en New York, que tenía sus orígenes en tiendas de pesca y se reinventó en una tienda de moda, dando un enfoque a sus establecimientos como si de una discoteca se tratase, ambiente nocturno, diferentes pisos, música muy fuerte, con el objetivo que transformes la compra en una parte más de un momento lúdico y de diversión. Hoy han extendido la su formula por diferentes países del mundo entero. El público al que se dirigen obviamente es joven pero han decorado y puesto en escena el establecimiento concretamente para este target. Llama la atención que no tiene escaparates, lo que aumenta la ansiedad por entrar y saber que pasa dentro y las grandes colas de espera para poder entrar en las tiendas.



...el producto debe ser atractivo visualmente. Si no lo es debe parecerlo, con un buen packaging

2. PRODUCTO

El Producto, debe cumplir también las expectativas de calidad que el cliente busca y percibe. Siguiendo con el ejemplo de espacio, que es lo que debemos trabajar siempre en el retail para conseguir parte de nuestros objetivos, estudiar la primera reacción, cual es la que pertenece al campo visual. Que significa, que el producto debe ser atractivo visualmente. Si no lo es debe parecerlo, con un buen packaging.

La selección de productos atractivos en el punto de venta es clave, por lo que la oferta debe estar muy bien estudiada.

La información que daremos al cliente con cartelera también es muy importante para fortalecer la decisión de compra pero a la vez para utilizar la herramienta como el vendedor invisible, un refuerzo de comunicación en el punto de venta que ayudará a dar más valor a la exposición de productos.

Por ejemplo dentro de sector alimentario hay una marca llamada just married (www.justmarriedweb.com). Se especializa en productos precocinados donde la base es un caldo, donde va unido a un pote de arroz o pasta para elaborar arroces o fideuas. Es una simple lata con el pote de arroz o fideos en la parte superior. Sería atractivo ver el caldo en un recipiente transparente?, la respuesta obviamente es que no, por ello esta marca ha concebido una lata elegante con una etiqueta sencilla que comunique y a la vez sea distinguida. Un principal competidor ha ido un paso más allá y la ha vestido con un buen packaging. Se llama Querida Carmen, (www.queridacarmen.com), la lata va dentro de un tubo de cartón, dando un valor más al producto. Obviamente la segunda es más costosa por la inversión en packaging.

Una vez ya tenemos el aspecto visual conseguido nos centraremos en la tangibilización del producto, su calidad y su diferenciación con el resto. En productos de alimentación, que guste que sea más sano, más apetitoso, más sabroso, etc. Pero sobre todo que el cliente perciba el valor cualitativo del producto, ya que si no se generará el efecto contrario, no se cumplen las expectativas del producto. El cliente esperaba más del producto.

De qué sirve tener un producto innovador y atractivo como los de Apple si luego no funcionan correctamente, no se actualiza bien, tiene errores, etc. Porque pagar más?

Cuando salió el nuevo iphone4 el software de teléfono daba problemas, la reacción de la marca fue compensar a los usuarios y a la vez darle rápida solución. El resultado de reacción fueron unos costes altísimos añadidos al lanzamiento del producto, pero en APPLE, son conscientes que en su estrategia de valor añadido, la percepción del cliente nunca puede ser negativa.

Todo producto de valor añadido debe saber cuál es su ventaja competitiva:

- » Diseño
- » Modernidad
- » Color
- » Facilidad de uso
- » Prestaciones
- » Calidad organoléptica (productos alimentarios)
- » Exclusividad
- » Etc...

1. Buena presencia física
2. Buena actitud
3. Disfrute del sector. Apasionado por lo que hace.
4. Conocimientos previos del retail de calidad
5. Buena base cultural
6. Amabilidad
7. Gestionar bien las reclamaciones
8. Dispuesto a implicarse por satisfacción del cliente
9. Disciplinado
10. Profesional. Aprendizaje continuo. Siempre querer seguir aprendiendo y mejorando

3. SERVICIO

El servicio en el retail es de los atributos más importantes, ya que es lo que te genera fidelidad en la compra. El servicio en el retail siempre va orientado a una buena gestión de personas, para que luego el equipo humano pueda transmitir la filosofía de la empresa a sus clientes. Dentro del servicio podríamos identificar un pequeño decálogo de conducta del vendedor:

A parte de la figura del vendedor, en el retail de calidad también nos debemos centrar de servicios alternativos que facilitan la satisfacción del cliente: Servicio a domicilio, servicio de consigna (guardar los paquetes por comodidad al cliente), servicio bolsa anónima (en tiendas de lujo el ayudar al cliente por no lucir la marca de la tienda es un valor en algunos clientes), servicio de restauración en tiendas de moda, WIFI, etc.

En el apartado del servicio de "valor añadido", es todavía más indispensable para los establecimientos de producto multimarca, es decir que no tienen un producto de fabricación propia como reclamo único y diferencial. Su valor añadido es en gran parte el servicio.

Por ejemplo en el sector de las Joyerías multimarca, ¿dónde va estar la diferencia cuando puedo ir a la joyería de la propia marca a comprar el reloj o joya?

En Barcelona Rabat ha revolucionado el sector de la joyería, basándose en un servicio impecable a precios más económicos. En su estrategia de inicio en Badalona, te ofrecían una copa de champagne moët&chandon, te dedicaban el mejor tiempo para realizar tu mejor selección, el equipo humano era amable, conocedor del producto y buen profesional, no te presionaban, y además te ofrecían un buen descuento

El servicio en el retail siempre va orientado a una buena gestión de personas, para que luego el equipo humano pueda transmitir la filosofía de la empresa a sus clientes

en el precio final. Esta estrategia rompió esquemas era el lujo a buen precio, hoy Rabat se ha instalado en Barcelona y ha crecido considerablemente.

En las joyerías de marca, el cliente ya va a buscar el producto concreto, por lo que la fuerza de ventas del vendedor no va a ser tan determinante.

Que debe tener el servicio de un establecimiento de valor añadido?:

1. Amabilidad
2. Equipo profesional
3. Vendedores que les guste su trabajo (la pasión se transmite)
4. Servicios complementarios

Cumplir los tres atributos diferenciales del retail alineados a la estrategia del cliente va a determinar el éxito de establecimiento.

Algunos ejemplos de éxito que cumplen los 3 atributos de la marca:

- » APPLE
- » TURRIS
- » NESPRESSO
- » ABERCROMBIE
- » STARBUCKS
- » IMAGINARIUM
- » TOUS
- » WALL MART
- » TOD'S

Imposiciones culinarias

Miquel Sen
Escriptor
www.gastronomiaalternativa.com



64

Cada religión tiene su magia más o menos disfrazada de preceptos que nos hacen comer unos ingredientes y aborrecer otros.

La cocina de los judíos practicantes, la cocina Kasher es un ejemplo de ordenes y recomendaciones ancladas en los preceptos de el Levítico, en cuya parte tercera se describe que animales son puros e impuros. Resultan que los puros y comestibles tienen la pazuña hendida y rumian. Si solo rumian, pero no tienen la pazuña partida, no pueden ir a parar a la cazuela. Las otras religiones monoteístas también marcan el recetario. Grosso modo, los seguidores de Mahoma lo tienen crudo con el cerdo. Julio Camba, que era un gallego irónico, decía que era una decisión democrática: como los jamones eran tan buenos y no había para todos, mejor prohibirlos.

Aunque parezca increíble, la religión católica no es excesivamente contundente a la hora de decirnos que hay que freír o cocer, no le hace falta marcar pautas dietéticas. A lo sumo nos cuenta que hay unos días en los que no hay que comer carne, a menos de que se tenga bula. Por supuesto existen explicaciones antropológicas mucho más serias que las mías o las de Julio Camba para explicar el listado de las suculencias que no podemos comer en tiempos de Cuaresma. Carson, en el libro Comida y civilización, lo describe muy bien. Incluso aguantar la risa con aquella historia en la que Jesús saca cuarenta demonios de un hombre y los cuarenta perversos espíritus van a poseer cuarenta hermosos

cerdos que se precipitan a un lodazal y se ahogan. Una pérdida de jamones de lo más triste.

Pero a medida que se impone la riqueza, Gran Hermano gana cuota de pantalla y las religiones pierden audiencia, triunfa la impostura de otros dioses, que ahora se llaman salud y culto al cuerpo. Son religiones que dan a sus pastores una pasta loca, por lo que es normal que se contagie de esta idea amplios sectores de la sociedad, entre ellos el segmento culinario que ve en este filón una manera de luchar contra la crisis. En estos últimos meses el lector de noticias culinarias publicadas en páginas rosas habrá leído informaciones tan divertidas como la creación de menús anti age, el invento de platos anti arrugas, la creación de recetas tan cardiosaludables como incomedibles. No hay nada nuevo en esta inventiva que pretende hacernos creer que somos pequeños dioses que no pueden envejecer. Ya lo sabía el gran Carême, cocinero de ricos y poderosos, por lo tanto obligado a mantenerlos en una forma que haga del día a día una eternidad. Para ellos creó, (entonces se llamaba creación, ahora que los términos religiosos no sirven para nada hay que entender que se trata de creatividad), una sopa curativa de todo, de la que doy la receta:

Tomar 12 caracoles, 4 docenas de ancas de rana y pocharlas en agua con puerros y pequeños nabos. Pasar por la estameña el caldo, colorearlo con azafrán y beberlo mañana y noche.

Perfecto remedio para ser joven, siempre que se tenga un estomago a prueba de ranas y caracoles. Probablemente la receta también sea anti edad, quite las patas de gallo, en el sentido epidérmico del termino y aclare la piel. Lástima que plantee problemas religiosos, porque muchos creyentes tienen prohibidos expresamente los caracoles en sus dietas. No se si porque son sinónimo de lentitud. Precisa-

mente para combatir a tanto impostor propongo pensemos, no en nuestra arrugas actuales o futuras, si no en lo fugaz de la felicidad que tantas veces se alcanza comiendo en buena compañía, notables embutidos, levantando los ojos hacia una copa de vino y dejando para más adelante el menú que nos ha de llevar a una felicidad tan cara e imposible como una crema anti age a base de caviar histórico.

Notícies del Sector

Mercabarna amplía sus instalaciones con un nuevo espacio urbanizado

22 de marzo de 2011

La nueva gran nave, denominada Multiservicio III, permite el crecimiento de empresas que ya están instaladas en Mercabarna

En total, el proyecto ha supuesto la urbanización de más de 35.000 metros cuadrados.

Empresas del sector del pescado apuestan por abrir nuevas líneas de negocio en estos nuevos espacios

El presidente de Mercabarna y primer teniente de alcalde, Jordi William Carnes, acompañado de la directora de Mercabarna, Montserrat Gil de Bernabé, han inaugurado las



nuevas instalaciones Multiservicio III, que entrarán en funcionamiento en los próximos días.

Mercabarna ha urbanizado los terrenos que ocupaba el antiguo Mercado Central de la Flor (desde 2008 trasladado a un nuevo equipamiento en Sant

Boi de Llobregat) y ha construido una gran nave, llamada Multiservicio III (dividida en 8 almacenes en su interior). Asimismo, ha urbanizado cuatro parcelas adyacentes edificables, con el objetivo de que se ubiquen más empresas que aporten valor añadido al producto y servicio a los profesionales que vienen a proveerse en este gran polígono alimentario. La zona se encuentra junto a la estación de Metro (llamada Mercabarna) de la futura línea 9, de un aparcamiento en altura de 420 plazas y de una zona verde de 1.320 m².

La superficie total de los terrenos urbanizados es de 35.167m². El edificio Multiservicio tiene 8.577m²

El presidente de Mercabarna, Jordi William Carnes, y la directora general de Mercabarna, Montserrat Gil de Bernabé, ante el nuevo edificio Multiservicio III de Mercabarna



construidos en dos plantas (6.660m² en la planta baja y 1.917m² en la primera planta) y los almacenes que hay dentro de este Multiservicio tienen entre 715 y 1.245m² en planta baja. El número de puertas de carga y descarga por cada almacén va de 4 a 8 unidades. En cuanto a las cuatro parcelas adyacentes edificables, van de los 1.500 a los 3.200m².

Se prevé que esta iniciativa genere alrededor de 250 puestos de trabajo. La inversión del proyecto ha sido de 4,6 millones de euros y el periodo de ejecución de 13 meses.

El presidente de Mercabarna y primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Barcelona, Jordi William Carnes, ha destacado "la importancia de este nuevo espacio para un proyecto como el de Mercabarna, competitivo, ambicioso y sólido. Las empresas que han demostrado su fortaleza a pesar del contexto de crisis económica tienen la oportunidad de ampliar o diversificar su negocio en una zona donde ya llevan a cabo su actividad cotidiana, optimizando así recursos. Mercabarna es uno de los símbolos de la competitividad de Barcelona".

Un espacio idóneo para las empresas ya ubicadas en Mercabarna

Este nuevo espacio permitirá a las empresas del sector alimentario, tanto las que ya están instaladas dentro de Mercabarna como las de fuera del recinto, desarrollar actividades de valor añadido al producto fresco y de servicio a los clientes. De momento, de las empresas que ya han reservado parcela o almacén en este espacio, todas menos una son compañías del sector del pescado que ya operan en Mercabarna y que quieren ampliar sus instalaciones dentro del polígono alimentario o poner en marcha nuevas líneas de negocio. Algunos de los ejemplos de empresas que se ubicarán son:



Vista del pabellón Multiservicio III, donde se ubicarán empresas del sector alimentario especializadas en aportar valor añadido a los alimentos frescos

- » Empresa mayorista del Mercado Central del Pescado que ha reservado un almacén de 730 m² para realizar elaborados de pescado y para exportar productos de la pesca.
- » Compañía que ha reservado un almacén de 715 m² para la elaboración y distribución de pescado fresco y congelado el sector de la restauración.
- » Empresa que operaba dentro de una firma de servicios logísticos de Mercabarna y que ha reservado una parcela de unos 3.000 m² para

la importación, elaboración y distribución de productos de la pesca.

- » Compañía de alquiler de vehículos industriales para la distribución de alimentos que ya ocupaba un espacio en Mercabarna y que ha reservado una parcela de unos 3.200 m² para ampliar esta actividad.



La red de telecomunicaciones de Mercabarna, galardonada con un premio @asLAN

En constante desarrollo desde 1992, la red de telecomunicaciones de Mercabarna ha sido premiada como "Caso de éxito TIC" en la categoría de Empresas Públicas. Esta red constituye una ventaja competitiva para las 700 empresas de Mercabarna, que disfrutan de servicios de comunicación avanzados a precios muy competitivos

La Asociación de Proveedores de Red, Internet y Telecomunicaciones (conocida como @asLAN) ha otorgado a Mercabarna el Premio @asLAN 2011 por la red de telecomunicaciones de la Unidad Alimentaria de Barcelona, reconocida



como "Caso de éxito TIC" en la categoría de Empresa Pública. La entrega de estos galardones, que premian los casos de éxito en tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en Administraciones y Organismos Públicos, se llevó a cabo el pasado 7 de abril en Ifema, en el marco del salón SITI/asLAN'2011, organizado por la misma asociación.

Este galardón premia el conjunto de actuaciones realizadas durante los últimos veinte años en la red de telecomunicaciones de Mercabarna, una infraestructura que pone al servicio de las 700 empresas del recinto unos servicios de comunicación avanzados a bajo coste.

Mercabarna ha desarrollado esta red teniendo en cuenta las necesidades de las empresas del polígono alimentario. Los mayoristas y compradores de Mercabarna necesitan estar permanentemente conectados con sus proveedores y clientes, tanto nacionales como internacionales, con el fin de buscar, comprar y vender productos. Unas comunicaciones que han de ser ágiles, ya que la rápida caducidad de los alimentos frescos que se comercializan en Mercabarna exige una gran rapidez en la toma de decisiones. Por esta razón es tan importante contar con un servicio de telefonía fija y móvil, y de acceso a internet, que sea realmente competitivo.

Una red de telecomunicaciones pionera

En 1997, Mercabarna fue el primer mercado mayorista del mundo en instalar una red de fibra óptica en todo su recinto, de 90 hectáreas. Desde entonces, se han sucedido las mejoras: la creación de una comunidad cerrada de usuarios de telefonía móvil; sistema centralizado de vigilancia por vídeo-cámaras; conexión Wi-Fi a internet en todo el recinto; potenciación de las comunicaciones vía móvil, etc.

Cada una de estas mejoras se ha traducido en ventajas para las empresas de Mercabarna: transferencia gratuita de datos y voz entre las empresas de la Unidad Alimentaria; tarifas reducidas en telefonía móvil gracias a poder garantizar al operador el gran número de usuarios que conforman la comunidad de Mercabarna; conexión a internet y a la red propia de la empresa mediante terminales móviles; gestión informática de pedidos con terminales inalámbricos; posibilidad de implementar programas de localización de flotas, gestión de estocs, etc.

La última actuación para la mejora de la red de telecomunicaciones supone la modernización del sistema de telefonía fija, de modo que la señal telefónica utiliza el mismo protocolo que Internet (lo que se conoce como telefonía IP, Internet Protocol). Este sistema favorece la creación de una plataforma de comunicaciones unificada con múltiples ventajas: puesto que la señal telefónica utiliza el mismo canal de conexión a internet, cada terminal se convierte en un pequeño ordenador conectado al sistema de gestión informática de la empresa. Entre otras muchas funcionalidades, este sistema permite atender las llamadas al teléfono de la empresa desde cualquier punto del mundo. Y también favorece una reducción en los costes de telefonía fija. Primero, porque las llamadas entre dos terminales IP entran en la tarifa de conexión a internet. Y segundo, porque Mercabarna negocia con los operadores de telecomunicaciones asegurando un gran número de usuarios, y esto permite obtener importantes beneficios.

Para más información,
Dep. de Comunicación de Mercabarna
Tel: 93 556 30 00
E-mail: comunicacio@mercabarna.cat

El portal de l'alimentació fresca

www.mercabarna.com

*"On puc comprar
fruita de qualitat
per als meus establiments?"*

*"A quin preu
s'ha venut avui
la gamba llagostinera?"*



*"On està
situat el nou magatzem
de Carns X?"*

*"Quins festius obre
Mercabarna-flor?"*

Sabors, aromes i textures que revolucionen el món de les mels

Bee Honey presenta unes mels amb una imatge molt atractiva i uns sabors que són ideals per combinar amb productes de la xarcuteria tradicional.

Perquè ja fa 10.000 anys que l'home recol·lecta i consumeix mel, per ningú són desconegudes les propietats nutricionals i terapèutiques d'aquest plaer amb història.

Però la mel, igual que el cafè, el te o la xocolata, no té una sola procedència ni molt menys un sol sabor. Hi ha infinites varietats de mel que encara no coneixem. Bee Honey ens porta quatre d'elles procedents de Mèxic i Guatemala, d'orígens florals poc habituals i amb aromes, sabors i textures nous i sorprenents.

Diferenciades per categories, Relax, Gourmet, Energy i Life, les mels Bee Honey d'alta qualitat gastronòmica, permeten maridatges que posaran un punt innovador a més de dolç a les cuines dels seus consumidors.

El reconegut expert en mels, Antonio Gómez Pajuelo, ens proposa a través de les seves tècniques de cata, els maridatges més adients per a cadascuna de les mels Bee Honey.

Et donem les següents recomanacions per a que les suggereixis als teus clients:



Azahar: per prendre amb infusions, fruites fresques i macedònies, formatges frescs, gelats o pa amb mantega.



Hule: carn estofades o al forn, dolços al forn. Ideal per pa torrat o pa amb oli.



Laurel: chutneis, peix blau, sobretot escabeixats.



Mil·lores: diluïda amb una mica d'aigua per les vinaigrets d'amanida, salses per carns (salsa barbacoa, mostassa a l'antiga...) i peix blau.

A nivell gastronòmic les mels Bee Honey ja són a la cuina del xef Matteo Pancetti, amb sis anys d'experiència al restaurant de Sergi Arola i ara al capdavant de la cuina del restaurant de Barcelona 3 Food People & Music (Còrsega 231-233) d'Eduard Arola. El mateix Matteo ens explica que utilitza la mel AZAHAR per a fer el brioix de llimona o la crema de taronja. La mel HULE pel seu sabor mentolat, és idònia per a les carns rostides o al forn. Un dels seus plats estrella és la codorniu en escabeitx, blat de moro i remolatxa que fa amb la mel LAUREL, idònia també per maridar amb formatges curats. I tant la ceba caramelitzada com la vinagreta de mel que acompanya el seu plat de carpaccio de bacallà són elaborades amb la mel MILFLORES



Una original presentació

Component fonamental de les mels Bee Honey és el cuidat disseny de la seva presentació. A més tant el kit de cata com el lot de mels Bee Honey venen acompanyades d'un manual per a conèixer el procés de cata i distingir les peculiaritats de cada tipus de mel.

Innovar generant impacte social

La mel Bee Honey és produïda per petits apicultors vinculats a projectes de desenvolupament. Com a empresa sense ànim de lucre té com a una única missió generar impacte social. Millorar les condicions de vida de comunitats en situació de pobresa i desenvolupar projectes a partir de l'apicultura és el principal objectiu de Bee Honey.



Per saber més sobre Bee Honey: www.bee-honey.org
Per contactar personalment: comercial@bee-honey.org



Firagost. Fira-Exposició del Camp Català

Població: Valls

Dates: 2 - 3 Agost 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes del camp i derivats, herboristeria, jardineria, ceràmica, maquinària agrícola, ramaderia i aus, vehicles

C/e: valls@cambravalls.es

Web: www.cambravalls.com

Fira Multisectorial de Mont-roig del Camp Població: Mont-roig del Camp

Dates: 5 - 7 Agost 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial

C/e: ajuntament@mont-roig.com

Web: www.mont-roig.cat

Fira de Sant Llorenç

Població: Bellver de Cerdanya

Dates: 9 - 10 Agost 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes alimentaris artesans del Pirineu

C/e: cultura@bellver.org

Web: www.bellver.org

Fira d'Artesania

Població: Les

Dates: 13 - 14 Agost 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Artesania alimentària, productes del país

C/e: heires@torismeles.com

Web: www.turismoles.com

Besalú Medieval

Població: Besalú

Dates: 2 - 4 Setembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes artesanals

C/e: turisme@besalu.cat

Web: www.besalu.cat

Fira Ramadera i d'Activitats Agroalimentàries

Població: Castellterçol

Dates: 11 Setembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Exposició de cavalls i bestiar petit, demostracions d'oficis antics: esquilar ovelles, ferrar cavalls o filar llana.

C/e: g.prensa@diba.cat

Web: www.castelltersol.cat

Expocoloma

Població: Santa Coloma de Gramenet

Dates: 15 - 18 Setembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial

C/e: promocio@grameimpuls.es

Web: www.expocoloma.net

Fira de la Figa d'Alguaire

Població: La Sénia

Població: Alguaire

Dates: 17 - 18 Setembre 2011

Periodicitat: biennal (senars)

Oferta a exposar: Figues; indústria, comerç i serveis locals.

C/e: ajuntament@alguaire.cat

Web: www.alguaire.cat

Fira del Formatge de Lladó

Població: Lladó

Dates: 18 Setembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Formatge artesà.

C/e: llado@ddgi.es

Web: www.webgipal.net/llado

Mostra de Vins i Caves de Catalunya Població: Barcelona

Dates: 22 - 25 Setembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Vins i caves de Catalunya

C/e: incavi.darp@gencat.cat

Web: www.incavi.cat

Fira de Setembre

Població: Igualada
 Dates: 22 - 25 Setembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Industrial, comercial i agrícola en general, alimentació, informàtica i serveis
 C/e: general@firaigualada.org
 Web: www.firaigualada.org

Fira de Calella i l'Alt Maresme

Població: Calella
 Dates: 23 - 25 Setembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Mostra de productes, tradicions i costums catalans; fira comercial.
 C/e: info@firadecalella.cat
 Web: www.firadecalella.cat

Festa del Porc i la Cervesa

Població: Manlleu
 Dates: 23 - 25 Setembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Venda i degustació de productes elaborats del porc, plats preparats, marques de cervesa. Matança del porc i rostida d'un porc en directe.
 C/e: ope@opemanlleu.cat
 Web: www.porcicervesa.cat

Exposició, Mostra i Concurs d'Aus Població: Camallera

Dates: 24 - 25 Setembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Exposició d'aus, conills i espècies animals autòctones i exòtiques.
 C/e: regor906@hotmail.com
 Web: www.giroca.org

Fira de l'Hostal del Vilar

Població: Sant Agustí de Lluçanès
 Dates: 28 Setembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Exposició de bestiar; maquinària agrícola i comerç
 C/e: st.agusti@diba.cat

Fira Agrària de Sant Miquel. Saló Nacional de la Maquinària Agrícola. Fira Catalana de l'Agricultura i la Ramaderia

Població: Lleida | Dates: 29 Setembre - 2 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Maquinària agrícola, serveis a l'agricultura, productes agroalimentaris, ramaderia.
 C/e: fira@firadelleida.com
 Web: www.firadelleida.com

Firapalau

Població: Palau-solità i Plegamans
 Dates: 30 Setembre - 2 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial.
 C/e: info@comerciantspalau.com
 Web: www.comerciantspalau.com

Fira del Comerç i la Indústria

Població: Vilanova del Camí
 Dates: 30 Setembre - 2 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Comercial i industrial
 C/e: peconomica@vilanovadelcami.net
 Web: www.vilanovadelcami.net

HostelCat. La fira d'Hoteleria i Restauració de la Catalunya Sud

Població: Reus
 Dates: Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Productes i serveis relacionats amb la restauració, càterin i hostaleria
 C/e: direccio.comercial@firareus.com
 Web: www.firareus.com

Fira del Comerç i la Indústria

Població: Cervelló
 Dates: 1 - 2 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Comerç, indústria, entitats socioculturals i esportives
 C/e: cervello@cervello.diba.es
 Web: www.cervello.cat



COMARCALS

Fira Gastronòmica Ebre Gourmet

Població: Deltebre
Dates: 1 - 4 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Gastronomia. Productes alimentaris autòctons de les Terres de l'Ebre. Demostracions culinàries.
C/e: turisme@deltebre.cat
Web: www.deltebre.cat

Fira de la Pobleta de Bellvei

Població: La Torre de Cabdella
Dates: 1 - 2 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Bestiar oví i boví. Artesania i demostració d'oficis antics.
C/e: comunicacio@vallfosca.net
Web: www.torredecapdella.org

Fira de l'Empelt

Població: Llobera
Dates: 1 - 2 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Artesania, caça, vi i bolets
C/e: ajuntament@llobera.cat
Web: www.llobera.cat

Fira Tast del Bisaura

Població: Sant Quirze de Besora
Dates: 2 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes del Bisaura (embotits, ratafia, flequers...), mostra d'art, d'oficis i artesanía.
C/e: comerç@gesbisaura.cat
Web: www.bisaura.cat

Fira de Les

Població: Les
Dates: 6 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Alimentació; confecció, eines, artesanía, bestiar, material agrícola. Productes artesanals.
C/e: heires@torismeles.com
Web: www.turismoles.com

Cavatast. Mostra de Caves i Gastronomia

Població: Sant Sadurní d'Anoia
Dates: 7 - 9 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Cava; cuina, xarcuteria i pastisseria al cava
C/e: turisme@santsadurni.cat
Web: www.cavatast.cat

Fira Comercial i Industrial de Sant Sadurní d'Anoia

Població: Sant Sadurní d'Anoia
Dates: 7 - 9 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multisectorial.
C/e: ubss@ubss.org
Web: www.santsadurnicomercial.com

Fira de Bandolers

Població: Alcover
Dates: 8 - 9 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multisectorial. Entorn natural. Activitats lúdiques i espectacles.
C/e: ajuntament@alcover.cat
Web: www.alcover.com

Expro/Reus

Població: Reus
Dates: 8 - 16 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multisectorial
C/e: direccio.comercial@firareus.com
Web: www.firareus.com

Fira de Santa Teresa

Població: El Vendrell
Dates: 13 - 16 Octubre 2011
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Habitatge, automoció, alimentació. Jornades gastronòmiques.
C/e: promocio@elvendrell.net
Web: www.elvendrell.net

Fira del Vent

Població: El Pla de Santa Maria
 Dates: 14 - 16 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Automoció, agricultura, ramaderia, indústria, comerç, alimentació. Expositors del sector dels esports del vent.
 C/e: aj.pla@altanet.org
 Web: www.elpladesantamaria.cat

Fira de Santa Teresa

Població: Esterri d'Àneu
 Dates: 15 - 16 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial. Bestiar, vaques, cavalls.
 C/e: ajuntament@esterrianeu.cat
 Web: www.esterrianeu.cat

Fira de Sant Lluç

Població: Olot
 Dates: 15 - 23 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Mostra comercial, turisme, art i disseny, casa i jardí, agricultura i ramaderia, artesanía i gastronomia.
 C/e: firolot@olot.cat
 Web: www.areadepromocio.olot.cat

Expo-Vallès

Població: Terrassa
 Dates: 21 - 23 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial.
 C/e: fsoler@cambraterrassa.es
 Web: www.firadeterrassa.com

Fira Tradicional Artesana de Torrelles de Foix

Població: Torrelles de Foix
 Dates: 22 - 23 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Productes artesans alimentaris, decoratius, industrials, medicinals, culturals, tèxtils.
 C/e: torrellesf@diba.es
 Web: www.torrelesdefoix.cat

Fira de la Girella

Població: El Pont de Suert
 Dates: 23 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Girella, velles tradicions a muntanya, productes agroalimentaris, artesanía i ramaderia.
 C/e: imarin@elpontdesuert.cat
 Web: www.elpontdesuert.cat

Fira Industrial, Agrícola i Comercial. Fira de Mostres

Població: Girona
 Dates: 28 Octubre - 1 Novembre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Agricultura, ramaderia i comerç.
 C/e: info@firagirona.com
 Web: www.firagirona.com

Fira de la Selva del Camp

Població: La Selva del Camp
 Dates: 29 - 30 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Oci, artesanía, mercat medieval; maquinària agrícola i industrial, vehicles, productes fitosanitaris, construcció, comerç en general.
 C/e: fira@laselvadelcamp.cat
 Web: www.laselvadelcamp.cat

Fira de la Castanya

Població: Navarçles
 Dates: 29 Octubre 2011
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Castanyes, alimentació, comerç local, corral d'animals de granja, mostra d'eines del camp.
 C/e: ubicnavarçles@hotmail.es
 Web: www.ubicnavarçles.net



NACIONALS

76

Fermagourmet

Població: Barbastro - Huesca

Dates: 25 – 25 Agosto 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Alimentación, Restaurantes, Hosteleria

Web: www.ifeba.es**Fermagourmet**

Població: Teruel

Dates: 2 – 11 Septiembre 2011

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Alimentación, Restaurantes, Hosteleria

Web: www.feria-congresosteruel.com**Andalucía Sabor**

Població: Sevilla

Dates: 20 - 22 Septiembre 2011

Periodicitat: Biental

Oferta a exposar: Alimentación, Restaurantes y Hostelería

Web: www.fibes.es**Congreso Mundial del Jamón**

Població: Lugo

Dates: 28 - 30 Septiembre 2011

Periodicitat: Biental

Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hosteleria.

Web: www.afe.es**Ficade**

Feria del Queso y de la Cabra

Població: Armilla - Granada

Dates: 7 – 9 Octubre 2011

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hosteleria.

Web: www.fermasa.org**Alimenta**

Feria Regional de la Alimentación Població: Albacete

Dates: 12 – 14 Octubre 2011

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hosteleria.

Web: www.ifab.org**Salon Dieta Mediterránea y Salud**

Població: Madrid

Dates: 13 – 16 Octubre 2011

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hosteleria.

Web: www.ifema.es

INTERNACIONALS

Food & Hotel Thailand 2011

Població : Bangkok - Tailandia
 Dates: 13 - 16 Septiembre 2011
 Periodicitat: Anual
 Oferta a Exposar: Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Hotelería, Catering y Equipamiento
 Web: www.feriasalimentarias.com

World Food Moscow 2011

Població : Moscú - Rusia, (Federación Rusa)
 Dates: 13- 16 Septiembre 2011
 Periodicitat: Anual
 Oferta a Exposar: Feria Internacional de Alimentos y Bebidas
 Web: www.feriasalimentarias.com

Food & Hotel Malaysia 2011

Població : Kuala Lumpur - Malaisia
 Dates: 20 - 23 Septiembre 2011
 Periodicitat: Bienal
 Oferta a Exposar: Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Suministros para Hotelería y Restaurantes, Equipamiento y Tecnología
 Web: www.feriasalimentarias.com

Gida 2011

Població : Estambul - Turquía
 Dates: 22 - 25 Septiembre 2011
 Periodicitat: Anual
 Oferta a Exposar: Feria Internacional de Alimentos, Bebidas y Tecnologías para su Procesamiento
 Web: www.feriasalimentarias.com

Food & Hotel Vietnam 2011

Població : Ho Chi Minh City - Vietnam
 Dates: 28 - 30 Septiembre 2011
 Periodicitat: Bienal
 Oferta a Exposar: Feria Internacional de Alimentos, Bebidas, Hotelería, Tecnologías y Servicios Relacionados
 Web: www.feriasalimentarias.com

Anuga

Població : Colonia – Alemania
 Dates: 8 – 12 Octubre 2011
 Periodicitat: Anual
 Oferta a Exposar: Alimentos, Bebidas, Catering. Web: www.anuga.com

World Food Ukraine 2011

Població : Kiev - Ucrania
 Dates: 25 – 28 Octubre 2011
 Periodicitat: Anual
 Oferta a Exposar: Alimentos, Bebidas, Ingredientes y equipamiento para supermercados, retail, mayoristas y tiendas
 Web: www.feriasalimentarias.com

**VENDES****LOCALS**

ES VEN:
CANSALADERIA – XARCUTERIA
EN PLE FUNCIONAMENT
68 M2 MES 10 M2 PATI
ZONA PARAL·LEL AMB TAMARIT
TEL. 93. 325.29.40

ES VEN:
OBRADOR EN PLE FUNCIONAMENT
I GRANS POSSIBILITATS D'EXPANSIÓ.
TOTS ELS PERMISOS SANITARIS VIGENTS.
SITUADA AL CENTRE DE VILANOVA I LA GELTRÚ.
TEL. 620.84.90.66 ANNA

ES LLOGA:
LOCAL 120 M2.
AMB CAMBRA I UN BANY COMPLERT
SENSE TRASPAS
ZONA RAVAL A PROP RONDA SANT PAU
TEL. 93.454.63.21

ES LLOGA:
PER JUBILACIO CANSALADERIA AMB MAQUINARIA
ZONA RAVAL A PROP RONDA SANT PAU
TEL. 93.454.63.21

ES LLOGA:
NAU INDUSTRIAL CENTRE BARCELONA
2 PLANTES - PLANTA BAIXA 375 M2. PLANTA 1ª. 325 M2
CAMBRA DE 70 METRES CUBICS- PARETS DE FIBRA DE VIDRE
AMB GUAL VIGENT
PREU NEGOCIABLE
TEL. 93.429.85.26 - MOBIL 679.440.509

ES VEN, LLOGA O TRASPASSA:
NAU DE 800 M2 DE DOS PLANTES, ES UNA FABRICA
D'EMBOTITS AMB UNA BOTIGA DE 100M2
EN BIGUES I RIELLS
TEL. 93.865.82.42

ES VEN O TRASPASSA:
CARNISSERIA - XARCTUERIA
AMB CLIENTELA FIXA A LES RODALIES DE GIRONA
MOBIL 629.940.886

ES VEN Ó LLOGA:
FABRICA D'EMBOTITS AMB PERMISOS
TOTALMENT EQUIPADA
ZONA FELIP II
MOBIL 685.16.03.28

ES LLOGA:
PER JUBILACIO
CANSALADERIA - XARCUTERIA AL BARRI DEL BON PASTOR
LOCAL EN FUNCIONAMENT
EN FRONT DE LA LINEA 9 I 10 DE METRO.
MOBIL 625.51.88.97

VARIS

ES VEN:
DESCORNADORA ACER INOXIDABLE.
PREU A CONVINDRE
TARDES DE 17 A 20 HORES
TEL. 93.429.85.26
MOBIL 679.44.05.09

ES VEN:
MÀQUINA DE PASTA FRESCA MARCA PAT MAN
PREU A CONVENIR
TEL. 93.869.81.86

ES VEN:
PASTADORA D'ALUMINI MARCA VIVAR 50 L.
MÒBIL 639.10.52.00

ES VEN:
INJECTORA DE 12 AGULLES
BAIXA INTENSITAT PER PRODUCTE ARTESA
TEL. 972.21.34.15

ES VEN:
DESCONNEDORA MARCA FATOSA
AMB MOLT BON ESTAT
MAQUINA TERMOSELLADORA WALDISA AUTOMATICA
TEL. 93.735.63.56

ES VEN:
MURAL CONGELADOR
MARCA POLAR SELF DE 1,40 MS.
PREU 3000 EUROS
TEL. 972.50.41.05

ES VEN:
CUTTER HOMOLOGADA DE 40 LITRES
PREU A NEGOCIAR
MOBIL 659.78.80.11 TRUCAR A PARTIR DE LES 18:00 HORES
ES VEN:
CALDERA JOSE LIZONDO 350 LITRES
A GAS PER COCCIO D'EMBOTITS
MOBIL 696.43.64.17

ES VEN:
DOBLE CINTA MOTORITZADA
ENCOLADORA/REBOSSADORA
BONA PRODUCCIÓ
TRINXADORA CASTELLVALL DE PEU MODEL PM 114 DIAMETRE
MOLT NOVA. PREU A CONVENIR
MOBIL 609.31.53.30

ES VEN:
TAULELL FRIGORIFIC
MARCA COSTAN (3,25 M)
93 821.00.24

ES VEN:
MAQUINA ENVASAR TECNOTRIP
BALANÇA PESATRONIC, 2 TALLADORES
RALLADORA DE FORMATGE, PILÒ
CAMBRA FRIGORIFICA 5 PORTES., TAULA INOXIDABLE
MOBIL 690.74.28.27

ES VEN:
TALLADORA EMBOTITS MARCA SCHARFEN
ENVASSADORA AL BUIT DE SOBRETAULA MARCA ZERMAT
EN PERFECTE ESTAT.
TEL. 977.69.09.21
MOBIL 670.31.32.82

ES VEN:
PER JUBILACIO
2 BALANCES DIBAL, SERRADORA MOBBA
PICADORA MOBBA, ENVASSADORA MITJANA TECNOTRIP
CALCULADORA CASIO, TALLADORA SAT-DORVEN
ARMARI FRIGORÍFIC, BASCULA MANUAL 50 KG.
TEL. 93. 466.19.89
MOBIL 626.12.60.00

ES VEN:
PER JUBILACIO MAQUINARIA D'OBRADOR
CONGELADOR I VITRINA
EN BON ESTAT
PREU A CONVENIR
TEL. 93.777.13.49
MOBIL 666.21.67.37

ES VEN:
2 BALANCES
MICRA (SI S'HAN VA LA LLUM TE 2-3 HORES D'AUTONOMIA)
1 AMASADORA TRIFASICA AMB DOS POSICIONS
1 CONGELADOR CONSTAN AMB VIDRE DELANTER DE
METRO I MIG
TEL. 977.54.48.98

ES VEN:
MAQUINA DE CROQUETES MARCA IMA
MAQUINA EMBOTIDORA 40 LITRES MARCA RAMON
TEL. 972.23.15.91

ES VEN:
MAQUINA LLIGADORA SEMIAUTOMICA MODEL 5T-70 MAR-
CA GASER
PREU 2900 EUROS.
MOBIL 665.90.10.29

ES VEN:
EMBOTIDORA 20 LITRES, PICADORA MOSTRADOR
TALLADORA D'EMBOTITS, RALLADORA DE FORMATGES
3 BALANCES PENJADES ELECTRÒNIQUES, CUTTER 20 KGS
FORN ELECTRIC DE VAPOR DE 4 SAFATES DE 1X1
TEL. 93 751.32.54

ES VEN:
PICADORA TALLERS VALL (INOX 380 W, 25 LITRES)
EMBOTIDORA TALLERS VALL (INOX 380 W.)
MOBIL 628.70.06.73

TRASPASSOS

ES TRASPASSA:
CANSALADERIA -XARCUTERIA
ALS MERCATS DE VALL D' HEBRON, GUINAUETA I SUD-OEST
BESOS
MOBIL 649.46.35.48

ES TRASPASSA:
CARNISSERIA - XARCUTERIA - VERDULERIA
AL CENTRE DE REUS AMB CLIENTELA FIXA
MOBIL 650.93.36.27

ES TRASPASSA:
CARNICA DE LLIURE SERVEI A CANET,
TOTALMENT NOVA I EQUIPADA, 140 M2.
PORTA D'ENTRADA AUTOMÀTICA, ZONA CARROS
1 CAMBRA FRIGORÍFICA. AMB 6 EXPOSITORS, CENTRAL
FRED.
AIRE ACONDICIONAT
MOLT INTERESSANT
MOBIL 619.49.29.59 /651.89.37.36

ES TRASPASSA:
LOCAL IDEAL PER FABRICACIO EMBOTITS I PRECUINATS
ZONA SANS
MOBIL 696.43.64.17

ES LLOGA:
CANSALADERIA
MERCAT A L'HOSPITALET
MOSTRADOR 6 METRES. 1 TALLADORA (12 MESES)
1 TRINXADORA (3 MESES) 1 EMVASSADORA AL BUIT
1 CONGELADOR. MAGATZEM OPCIONAL 600,00 EUROS
OBERT TOTS ELS DIES
MOBIL 656.62.47.42 / 639.00.81.91

ES TRASPASSA:
NEGOCI SITUAT A POLINYÀ. SUPERMERCAT AMB
CARNISSERIA I OBRADOR, AMB 600 M2.
L'OBRADOR COMPTA AMB PERMISOS DE SANITAT PER
LA PRODUCCIO DE CARNS, EMBOTITS . INCLOU ELS
TRANSPORTS DE L'EMPRESA.
MOBIL 626.71.43.82

GRAN OPORTUNITAT PER GENT EMPRENADORA
QUE BUSQUI NEGOCI ALS PIRINEUS
ES TRASPASSA PER JUBILACIO
SALA D'ESPECEJAMENT- INDUSTRIA CARNICA A TREMP
TOTS ELS PERMISOS SANITARIS VIGENTS
MOLT BE DE PREU. A CONVENIR
MOBIL 660.45.26.45
TEL. 973.65.26.45

ES TRASPASSA:
PARADA D'AVIRAM
MERCAT DEL CENTRE A HOSPITALET
PLE FUNCIONAMENT, CLIENTELA FIXE
TEL. 93. 338.83.53

ES TRASPASSA:
CARNISSERIA - XARCUTERIA A BADALONA
BONA FACTURACIO
TOTALMENT REMODELADA
TEL. 93. 701.47.26
MOBIL 619.31.81.44

ES TRASPASSA:
CANSALADERIA - XARCUTERIA AMB OBRADOR
ZONA BADALONA (PEP VENTURA)
CLIENTELA FIXA. PAS DE MERCAT
TEL. 93 383. 90.64
A PARTIR DE LES 19:00 HORES

ES TRASPASSA:
PARADA DE CANSALADERIA - XARCUTERIA
AL MERCAT MUNICIPAL DE PREMIA DE MAR
AMB TOT MUNTAT (MAQUINARIA, CAMBRA I MOSTRADOR)
TEL. 93 751.61.53

ES TRASPASSA :
BOTIGA ZONA LES CORTS
AMB LICENCIA J2 POLIVALENT TRADICIONAL ALIMENTACIO
TRASPAS 12000 EUROS, LLOGUER 600 EUROS.
MOBIL 638.01.72.82

ES TRASPASSA:
CANSALADERIA -QUEVIURES
AL MERCAT D' HOSTAFRANCHS (2 NUMEROS)
AL COSTAT DE LA PORTA
MOBIL 615.10.66.09

ES TRASPASSA:
PARADA DE CARNISSERIA, CANSALADERIA I ELABORATS
MERCAT LES CORTS (4 NUMS.)
MÒBIL. 637.31.96.25

ES TRASPASSA:
CARNISSERIA MERCAT CONCEPCIO
TEL. 93 458.96.02

ES TRASPASSA:
CARNISSERIA SANT ILDEFONS (CORNELLA LL.)
2 NUMEROS , PASSADIS CENTRAL
AMB PLE FUNCIONAMENT AMB CAMBRA
MOBIL 649.80.34.58

ES TRASPASSA:
CANSALADERIA – XARCUTERIA - PLATS PREPARATS
MERCAT CENTRAL SABADELL (4 NUMS) FA CANTONADA
OPORTUNITAT PREU NEGOCIABLE A PROP DE LA ENTRADA
93. 724.47.11 MOBIL 617.32.34.30

ES TRASPASSA:
NAVE INDUSTRIAL EN VENTA O ALQUILER EN BARCELONA
INSTALACIONES FRIGORIFICAS HOMOLOGADAS
CAMARAS REFRIGERADAS Y DE CONGELACION
EN EL POLIGONO DE LA ZONA FRANCA DE BARCELONA
SALAS DE TRABAJO CON FRIO PARA ELABORACION
DE PRODUCTOS FRESCOS O CONGELADOS
TODOS LOS PERMISOS SANITARIOS EN REGLA
SITUACION EXCEPCIONAL
A 300m. ENTRADA PUERTO DE BARCELONA
A 100m. ENTRADA CINTURON LITORAL
A 100M. FUTURA PARADA LINEA 9 METRO
5 PLAZAS DE PARKING ANEXAS
ESTADO GENERAL INMEJORABLE
IDEAL PARA EMPRESAS DE ALIMENTACION
TERNERA-CERDO-POLLO-PESCADO-FRUTA-CONGELADOS
IMPORTACION-EXPORTACION
INTERESADOS:
MANEL 616932676

DEMANDES

ES BUSCA:
OBRADOR AMB REGISTRE SANITARI
ACTUALITZAT A LA ZONA DEL VALLES
MOBIL 686.33.07.77 / 615.59.91.27

ES BUSCA:
BALANÇA MOSTRADOR
PER TALLAR FIAMBRES
MOBIL 606.76.93.95

OFERTES

S'OFEREIX:
CANSALADER - XARCUTER
EDAT 57 ANYS
EXPERIENCIA 15 ANYS
PER LA ZONA DE TARRAGONA
TEL. 977.52.25.27

S'OFEREIX:
MESTRE – ARTESA - ELABORADOR
ELABORACIO DE TOT TIPUS D'EMBOTITS I PREPARATS CARNICS
ELABORACIO DE PROGRAMES PER ALS "COSTOS DE PRODUCCIÓ"
TECNiques D'EMPAQUETAT I ENVASAT EN ATMOSFERA CONTROLADA
ESPECEJAMENT DE VEDELLA I DE PORC
SERIOS I RESPONSABLE
MOBIL 627.66.90.09

NECROLOGIQUES

MARTI CALSINA I VIVES

Morí a Esparreguera, el dia 11 d'abril, a l'edat de 84 anys,
Donem el nostre més sentit condol a la seva esposa Antònia, les seves filles Montserrat, Maria Rosa i Marta, fills polítics, Manel, José i Pepe, néts Albert, Núria, Cristina i Enric.
Descansi en pau.

FILOMENA MUNDET I FERRER

VÍDUA DE BARTOLOME MARTI
Morí a Barcelona, el dia 24 de març, a l'edat de 82 anys
Donem el nostre més sentit condol a les seves filles Carme i Montserrat i demás familiars.
Descansi en pau.

CARLES SIMÓN I CLOSAS

Morí a Barcelona, el dia 18 de juny, a l'edat de 52 anys.
Donem el nostre més sentit condol a la seva esposa Montserrat, filla Carla, els seus pares, germans i demás familiars.
Descansi en pau.



**Federació Catalana
de Carnissers i
Cansaladers Xarcuters**



**Gremi de
Carnissers-Cansaladers-Xarcuters
de Barcelona i Comarques**

**FUNDACIÓ
OFICIS DE LA CARN**



OFERTES

**STOCK DE VITRINAS FRIGORÍFICAS
REALIZADAS PARA EXPOSICIÓN EN FERIAS,
EXPUESTA EN NUESTRA FÁBRICA.**

**INFÓRMESE POR TELÉFONO O
VENGA DIRECTAMENTE A VISITARNOS.**

*Avda. Cerdanya, s/n, nave 25-26. Polígono Ind. Pomar Dalt
08916 Badalona - Barcelona (España) Tel. 934 650 065 / 934 650 441*



SECADEROS PARA EMBUTIDOS Y JAMONES

Instalaciones de salazón Post-Salado Secado Estufaje Carga parcial Ciclo Continuo

**ESPECIALIZADOS EN LA FABRICACIÓN DE SECADEROS
PARA EL MAESTRO ARTESANO**

C/ Torrente Estadella, 42-44 Nave 4 - 08030 Barcelona
Tel. 93 313 28 88 - Fax. 93 313 28 82 - email: millosa@yahoos.es - Móvil 629 76 24 89

COMERCIAL INSA

**ESPECIAS - PIMENTON - TRIPAS
PREPARADOS PARA EMBUTIDOS
MALLAS PARA CARNES Y
PRODUCTOS AUXILIARES**

DISTRIBUIDOR DE



MAS DE 50 AÑOS
COLABORANDO CON EL
CHACINERO ARTESANO

**Calle Giralda, 57 - Tel. 936 650 671 - Fax 936 362 710
08860 Castelldefels (Barcelona)**

ABRIL

Distribuciones Cárnicas, S.A.

- Disposem d'una extensa gamma d'elaborats càrnics i especejament porcí.
- Repartim diàriament a Barcelona i cinturons.

Viladomat, 72-74 - Tel. 93 424 79 01 - Barcelona

SEGURETAT AMBIENTAL I ALIMENTÀRIA



ASESORIA Y CONSULTORIA SANITARIA S.L.

☎ 93 434 21 24 ☎ 93 434 21 25

**✉ aconsa@aconsa-lab.com
www.aconsa-lab.com**

**Oficina i Laboratori
Avda. Pla del Vent 11 Local
08970 Sant Joan Despí**

**ASSESSORIA, FORMACIÓ,
AUDITORES I CONTROLS
ANALÍTICS**



***Fco. Blanch**

**Frio industrial - comercial
Aire acondicionada
Instalación, reparación y
mantenimiento**

Taller: 93 455 27 72

Juan de Peguera, 113 local

08026 BCN

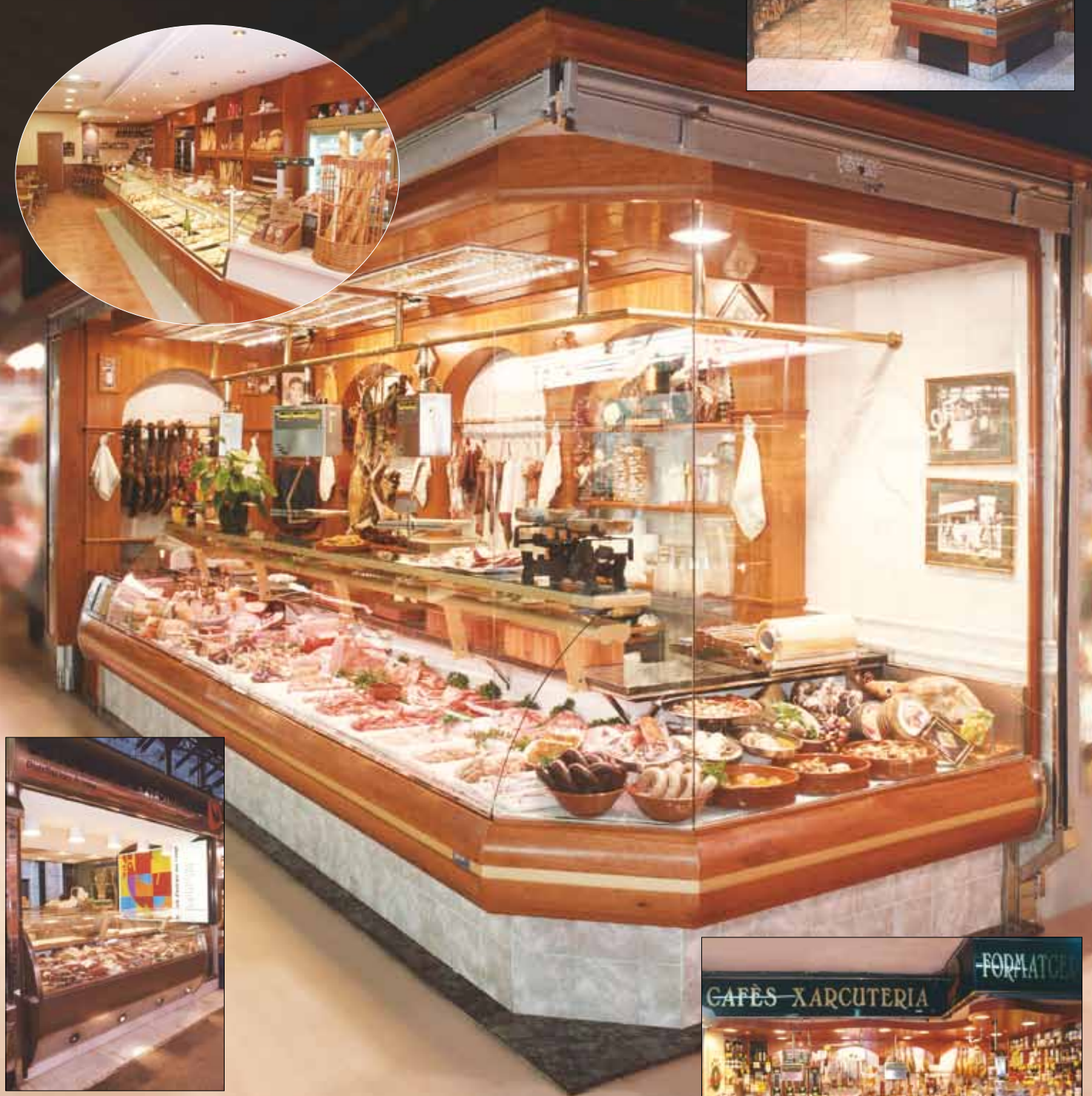
grasimagre

Petits Anuncis, grans resultats

truca i informa't 93 424 10 58

**Posi la reforma del seu establiment
en mans d'uns professionals**

**Fabricació pròpia en
Acer Inoxidable i Polièster**



Fàbrica i Comercial:
Josep Bastús i Planas, 7 - Pol. Ind. Fontsa
08970 SANT JOAN DESPÍ (Barcelona)
Tel. 93 477 05 00 - Fax 93 477 03 76



¿En que es diferencien les nostres vitrines, de totes les altres?

1. Més aïllament tèrmic, gràcies a la construcció en Sandvitx de polièster injectat amb poliuretà d'alta densitat.
2. Més netedat, construïm cada vitrina en una sola peça, sense juntes, ni soldadures ni cantons rectes.
3. 3 nivells d'exposició, amb sortida d'aire independent a cada nivell.
4. Molta més capacitat, l'única vitrina del mercat amb 1,05 mts d'exposició.
5. Fred homogeni i constant a qualsevol punt de la vitrina.
6. Reducció de pèrdues del producte fresc, gràcies a la qualitat del fred, comparable al fred d'una càmera frigorífica.
7. L'Única vitrina del mercat que exposa el producte de dia i el conserva a la nit.
8. ¿Vols saber més? www.cruzsl.es