

gras i magre



**XI GRAN TROBADA DE LA CONFRARIA
DEL GRAS I MAGRE**



LANGA
concept

*Establiments
amb ànima*

T. 933 994 552

info@langaconcept.com

www.langaconcept.com

SUMARI

4 [EDITORIAL

6 [CARTA OBERTA DEL PRESIDENT

7 [FEDERACIÓ

Entrevista a Jacint Arnau Arboix
Més de 100 anys d'Història
Crònica de la Fira de Sant Ermengol 2015
Entrevista a Alberto Herranz, director de Interporc
El porc de capa blanca a Master Chef Junior
Els Mestres Artesans 2015
X Convenció de la Confederació de Comerç de Catalunya
Principals novetats fiscals per l'any 2016

26 [FUNDACIÓ ESCOLA

Els al·lèrgens a la carnisseria-xarcuteria
Els grans plats de carn per els taules nadalenques
El món del foie: una delicatessen des de la granja fins al taulell
Els formatges també per festes

33 [CONFRARIA

XI Confraria del Gras i Magre

36 [GREMIS

Barcelona

Jornada Tècnica
VI edició de la Fira Mercat de Mercats
Reconeixement a les empreses del món del Comerç
La Fira Àpat 2015

Girona

La Cambra premia als Establiments Antics
Els carnisseres al Fòrum Gastronòmic (Capítol I)
Els Carnissers es formen

Tarragona

11^a Jornada gastronòmica de la baldana darrós

50 [DOSSIER

Lliçons de lideratge
El facebook, a la teva botiga

54 [CALENDARI DE FIRES FEBRER-MARÇ-ABRIL 2016

59 [PETITS ANUNCIS - MÒDULS



Foto Portada:
Casino de Sitges, Finca Mas Solers

NÚM. 167
Novembre i Desembre 2015 Gener 2016
Dipòsit Legal B - 357 - 60

EDITA
Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers Xarcuters

PRESIDENT
Joan Estapé i Mir

COORDINACIÓ
Cristina Domènech
Barcelona: Albert Pozo
Girona: Àngel Segarra
Tarragona: Sònia Castilla
Lleida: Josep Maria Tost

CONSELL DE REDACCIÓ

Jordi Mas Velasco
Ramon Hernando Martínez
Ricard Josep Llavallol
Ricard Julià i Escobairó
Pròsper Puig i Brignardelli
Josep Maria Dalmau
Miquel Herrero

DIRECTOR
Oriol Tarrats

ADMINISTRACIÓ I PUBLICITAT

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

DISSENY I MAQUETACIÓ

Empiezapori S.L.
Tel 93 470 00 37

IMPRESSIÓ

Gráficas Cuscó S.A.

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

Gras i Magre respecta 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.





L'any 2016 serà un any de canvis en les nostres organitzacions gremials: socis, equip tècnic i assessors, estem col·laborant per redefinir un nou pla estratègic - Pla 2020 - que ha de servir per impulsar les empreses del sector que representem i defensem. El procés de reflexió es basa en els quatre pilars fonamentals del gremialisme: defensar, formar, assessorar i comunicar, i tots ells d'acord en els tres eixos de treball dels socis: ofici, comerç i empresa.

EN UN MÓN EN QUE LES TECNOLOGIES ENS FAN EVOLUCIONAR RÀPIDAMENT I A TOTS ELS NIVELLS, EN LA NOSTRA MANERA D'ACTUAR COM A CONSUMIDORS I COM A CLIENTS, HEM DE REPENSAR LA NOSTRA ESTRATÈGIA COM A ENTITAT A FI DE PODER CONTINUAR SENT UNA EINA NECESSÀRIA PER A LA DEFENSA DEL SECTOR DELS DETALLISTES CARNIS I ELABORADORS ARTESANS

En primer lloc, des de la Fundació estem elaborant una nova oferta formativa, més completa i atractiva, tant per als que ja estan treballant com per als joves que necessiten una bona formació de base. La segona línia de treball s'està duent a terme des de la Federació, redefinint la nostra estratègia de comunicació, en el seu sentit més ampli, cap a els socis i cap a la societat; tanmateix volem dotar de les eines necessàries a la Secretaria General per tal que, amb tota la resta d'entitats del sector carni català, espanyol i europeu, pugui donar resposta als reptes de les nostres empreses. La tercera línia és més gremial, doncs estem treballant per ampliar els nostres serveis per incorporar-hi l'assessorament personalitzat en àmbits de l'ofici, el comerç i l'empresa.

És així com els Gremis de la Federació, una vegada més, estem fent el que cal fer: en un món en que les tecnologies ens fan evolucionar ràpidament i a tots els nivells, en la nostra manera d'actuar com a consumidors i com a clients, hem de repensar la nostra estratègia com a entitat a fi de poder continuar sent una eina necessària per a la defensa del sector dels detallistes carnis i elaboradors artesans. I per què ara?. Perquè el que és cert, és que les fórmules de l'èxit del passat són la llavor de la decadència del demà. Massa vegades podem veure com empreses i organitzacions exitoses els passa el que a la granota quan cau a l'olla d'aigua calenta, quan se n'adona que l'aigua bull, ja és massa tard per a reaccionar. I a nosaltres això no ens passarà!

"ELS DINERS
A LA
GUARDIOLA"

PER UNA CAIXA MÉS HIGIÈNICA, CÒMODA I SEMPRE QUADRADA.

CASHLOGY és el caixer de tornada de canvi automàtic que posarà fi als desquadraments diaris, petits robatoris i li ajudarà amb la detecció de bitllets falsos. Una solució tecnològica però també higiènica, ja que redueix el contacte amb els bitllets, normalment portadors de gèrmens.

I per gestionar el seu establiment, Totpes, el software especialitzat per botigues d'alimentació.

Demani'ns informació al 934 512 338 o a la nostra web www.ossistemas.com





Sr. Joan Estapé

PRESIDENT Federació
Catalana de Carnissers i
Cansaladers-Xarcuters



Alarmista, desproporcionat i injustificable. Aquests són els tres adjectius -n'hi haurà molts més, és clar- que defineixen l'informe que la Organització Mundial de la Salut (OMS d'ara en endavant) va publicar el proppassat dilluns vint-i-sis d'octubre.

Alarmista perquè amaga la voluntat de despertar quelcom negatiu en un consumidor final a qui titlla de sedentari i a qui etiqueta amb uns hàbits de vida dels que no en sap res. Desproporcionat perquè atribueix la carn com a únic factor de major risc de càncer quan el Ens en qüestió pot dependre d'una combinació de factors tals com l'edat, la genètica, la dieta, el medi ambient, l'estil de vida, i tants d'altres. I injustificable perquè la OMS l'ha fet públic buscant un titular que no volia sinó generar preocupació entre el consumidor i entre la societat.

Tanmateix, el va publicar. I se'n va desdir. Ho va fer pocs dies després, parlant dels beneficis del consum de la carn. Un consum que per cert, es remunta als inicis de la nostra espècie. Un consum, val a dir, que aporta ferro, zinc, vitamina B i aminoàcids essencials.

I amb la publicació, la resposta. La Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters, en representació del sector i en col·laboració amb els homòlegs europeus, ha estat, és i seguirà essent taxativa. Els nostres hàbits de consum disten, i de quina manera, dels d'altres indrets com els Estats Units, on s'ha centrat, en gran part, el citat informe i on els hàbits de consum de la població poc tenen a veure amb la realitat europea, on proliferen uns hàbits alimentaris més sensats i en els que les carns i els derivats

s'integren no només a la nostra dieta sinó també a la nostra cultura i tradició. Els nivells de consum que poden representar un risc estan molt lluny dels consums de carn i d'elaborats que consumim a Europa. I incloure la carn en una dieta sana no només és factible, sinó que també necessari, important, recomanable. I malgrat tot, a la OMS, ho saben.

I fins aquí. Fins aquí perquè nosaltres, els professionals del sector carnisseria-xarcuteria hem de seguir fent la nostra feina com fins ara, no hem de canviar pas res. Tenim un ofici artesà, de qualitat i que assessora i informa al consumidor de les propietats dels seus productes, de les seves carns. Nosaltres, com hem demostrat en varies ocasions –la campanya de reducció de sal i greix n'és un dels darrers exemples– som professionals involucrats amb la salut dels nostres clients. I per tant, i ometen el cos de l'informe de la OMS, hem de seguir a la nostra, treballant amb la mateixa professionalització que fins ara. Res no ha de canviar, res no ha canviat.

Menció especial per a les desenes de professionals que s'han prestat aquests dies a donar resposta davant dels mitjans de comunicació i molt especialment al Pròsper Puig i al Ricard Julià, portaveus de la Federació en aquest assumpte.

Acabo, convidant-vos a consultar un informe elaborat per científics de la Universitat de Graz (Àustria), al 2014, que conclou que la incidència de casos de càncer i problemes de salut mental és sensiblement més alta en les persones que no mengen carn.



ENTREVISTA A JACINT ARNAU ARBOIX



Vostè és el cap del Programa de Tecnologia Alimentària de l'IRTA. Ens pot explicar que és aquest programa i què feu?

El programa de Tecnologia Alimentària és un programa científic de l'IRTA que inclou línees de treball en additius i ingredients, sistemes de control, tecnologies de processat, tecnologies de conservació, simulació de processos, la caracterització sensorial dels aliments i la percepció i comportament dels consumidors envers els aliments. És un grup de recerca consolidat reconegut per la Generalitat de Catalunya que porta a terme recerca orientada que

implica un equilibri entre la generació de coneixement i l'aplicació d'aquest coneixement al sector productiu.

Tecnologia i Aliments, són dos conceptes que sempre han anat lligats, però que sovint aquest lligam ha tingut una interpretació confosa. Com podem fer entendre al professional i al consumidor en general que aquest lligam és imprescindible?

La tecnologia i la conservació o transformació dels aliments sempre han anat lligats. Així, per exemple, durant el segle XX va tenir lloc la transformació dels sistemes de sacrifici ancestrals en mètodes més humans en els quals es té en compte el benestar dels animals tant abans com durant el sacrifici. L'augment de la higiene en els processos de sacrifici,

LA DISTRIBUCIÓ MODERNA HA INTRODUÏT EN LA PRESENTACIÓ DELS PRODUCTES CARNIS EL SEU ENVASAMENT AL BUIT I EN ATMOSFERA PROTECTORA PER AUGMENTAR-NE LA COMODITAT I SATISFER LES DEMANDES DELS CONSUMIDORS JA QUE AIXÍ ES POT ALLARGAR LA VIDA ÚTIL I LA QUALITAT D'AQUESTS PRODUCTES

especejament i maneig posterior de la carn, l'alimentació adequada i el respecte de la cadena del fred han permès fer de la carn i els productes carnis aliments segurs i amb una vida útil llarga. La distribució moderna ha introduït en la presentació dels productes carnis el seu envasament al buit i en atmosfera protectora

per augmentar-ne la comoditat i satisfer les demandes dels consumidors ja que així es pot allargar la

vida útil i la qualitat d'aquests productes. Quant als processos de transformació, s'ha introduït la traçabilitat i l'automatització de moltes de les operacions, la qual cosa deriva en una major higiene i en una reducció de les tasques més pesades. El major coneixement de la funcionalitat dels ingredients, els additius i els processos permet la introducció de productes carnis amb un menor contingut de sal i de greix, i amb un perfil nutricional millorat, tot mantenint la seva qualitat sensorial. Així doncs, mitjançant l'ús de la tecnologia s'han eliminat problemes associats a la falta d'aliments, s'ha produït una desestacionalització i s'ha assolit un alt grau de seguretat alimentària. Per tant, cal que els professionals facin ús de la tecnologia per aprofitar les seves avantatges i al mateix temps mantinguin la qualitat dels productes tradicionals.

De quina manera la tecnologia ens ajuda a millorar els aliments en general i els productes carnis en particular?

La tecnologia permet augmentar la higiene dels processos, el respecte de la cadena del fred i tenir una vida útil segura llarga. Quant als processos de transformació hi ha hagut moltes millores, així per exemple, en els productes crus curats, la introducció dels cultius iniciadors va permetre uniformitzar les fermentacions i en l'última dècada la introducció de tecnologies de conservació no tèrmiques (e.g. alta pressió) ha permès millorar la seguretat i la vida útil dels productes envasats, fent possible l'exportació dels productes carnis crus curats a mercats (e.g. USA) que d'altra manera no seria possible. També cal esperar que la nutrigenètica i la nutrigenòmica permetin en un

futur proper oferir una nutrició personalitzada, la qual cosa augmentarà la complexitat de la oferta pel sector alimentari.

I també als petits elaboradors? No creu que massa sovint els petits elaboradors no tenen accés a la tecnologia, o a les novetats tecnològiques?

Una bona part de les novetats tecnològiques són també accessibles als petits elaboradors, però hi ha alguns casos en què és més difícil ja que el cost de l'aplicació de la tecnologia només es pot amortitzar amb grans volums de producció.

La competència que s'experimenta en el mercat actual porta a la necessitat de millorar o innovar en els productes. Com es millora un producte? Que

pot fer i com ho pot fer, un petit xarcuter artesà per innovar i millorar?

La millora dels productes es pot fer a través del que s'anomena "millora contínua" de les matèries primes, els ingredients emprats, els processos, la maquinaria, l'envasat, la conservació, l'adequació del punt de venda, la professionalitat dels operaris, l'especialització en un producte, l'adequació del producte a un perfil de client, la qualitat del servei...

Cap on creu que va la nova distribució i comercialització dels productes carnis? Veu als petits artesans preparats per aquests reptes? Donins algun consell.

Quant a tendències, crec que cal distingir els mercats amb gran volum de vendes i els mercats de major valor afegit o que van dirigits a un nínxol concret. En els mercats de gran volum de vendes,

CAL DESENVOLUPAR ALIMENTS PER A COL·LECTIUS AMB NECESSITATS ESPECIALS (INTOLERÀNCIES, AL·LÈRGIES, HIPERTENSOS, PERSONES GRANS, NENS,...) I PRESENTACIONS ADAPTADES ALS HÀBITS DE CONSUM I A L'ORGANITZACIÓ DE LA SOCIETAT ACTUAL.

la comoditat, el preu i la seguretat alimentària són els eixos directores d'aquesta tendència de consum. També cal disposar d'una àmplia varietat de productes perquè els consumidors puguin triar. Una altra característica és la producció i transformació (a nivell internacional) en zones de baix cost de producció dels productes alimentaris adaptant-se a les preferències dels consumidors de destí.

Per mercats d'alt valor afegir o nínxols concrets calen productes nutricionals adaptats a les necessitats del consumidor (nutrició personalitzada), amb qualitat diferenciable, frescos, que tinguin incidència positiva en la salut, que proporcionin plaer i integrin criteris ètics (benestar animal, sostenibilitat, ecològic, proper...) en el seu procés productiu. Cal desenvolupar aliments per a col·lectius amb necessitats especials (intoleràncies, al·lèrgies, hipertensos, persones grans, nens,...) i presentacions adaptades als hàbits de consum i a l'organització de la societat actual. Es en aquest sentit en que molts petits artesans han trobat el seu lloc, i els permetrà competir en el futur front a la gran distribució.

Quina importància considera que té la formació per als professionals del sector carnisseria-cansaladeria-xarcuteria?

És cabdal, ja que permet marcar la diferència, ésser un professional enlloc de tan sols un operari. La formació és sempre important en tots els sectors professionals i més en aquest que és tan important per a la salut de les persones. La

innovació i el tractament diferencial dels productes dels carnisseres passen per l'aprenentatge de noves tecnologies per a l'elaboració de productes que els diferenciï dels seus competidors directes com poden ésser les grans superfícies. L'intercanvi d'experiències entre els experts és també una manera enriquidora de formar-se.

Cap on hauria d'estar orientada aquesta formació? Quins tipus de cursos hauria de fer un professional del sector que porta ja molts anys d'experiència en els seus negocis?

La formació també és vàlida per a ells?

El professional que porta molts anys d'experiència té un bagatge professional molt important, però els temps canvien i la manera de fer les coses també; per això és important que estiguin al cas de les novetats tec-

nològiques, de les tendències de mercat i de les normatives vigents per continuar fent uns productes de qualitat per poder donar un bon servei amb totes les exigències técnico-sanitàries i de preferència dels consumidors actuals.

Per on creu que passa el futur del petit elaborador artesà? Quines podrien ser, al seu parer, les línies a seguir?

Crec que el futur del petit elaborador artesà passa per oferir una qualitat diferenciada de les grans superfícies tant en matèries primeres com en processos, elaborant com a casa però responsable a les necessitats especials de cada consumidor i amb una Qualitat de servei excel·lent que fidelitzi al client.



Quatre generacions després, un munt d'hores de feina, centenars de milers de botifarres, salsitxes, bisbes i molts d'altres productes, i una passió intacte com la del primer dia, han fet que Estapé Cansaladers sigui avui una empresa centenària. Una empresa d'artesans de la carn i els embotits –toquen sobretot el porc– que amb el Carles i la Cristina, besnéts d'aquell primer membre de la família que va baixar de la Cerdanya per treballar a la gran ciutat, esdevé avui un referent al barri i al Mercat d'Hostafrancs. L'un a l'obra, el Carles, i l'altra a la parada, la Cristina, porten endavant un negoci en el que van entrar-hi de forma circumstancial i del que ara no en marxarien per res del món. “No se'm acut res millor a fer. Estimo aquest ofici” ens explica el Carles. Relata també, que amb 7 anys d'edat i mentre ell i la seva germana esperaven a que el pare els portés a escola ja trenaven salsitxes.

Els avis del Carles i la Cristina van agafar la parada del Mercat d'Hostafrancs, que avui encara tenen i que esdevé eix central del seu negoci. Aleshores no hi havia neveres ni congeladors, el que importava era la compra diària. Eren èpoques en les que la gent es preocupava de menjar d'una manera diferent. “Era

més prioritari” – opina en Carles. En la mateixa línia, la Cristina, comenta que la diferència rau en el tipus de demanda i en com s'entén avui el negoci. I en aquest canvi de model Estapé Cansaladers s'hi ha hagut d'adaptar. “Nosaltres busquem la diferenciació amb el producte, amb la innovació. I en aquest punt és molt important la formació, perquè t'ajuda i a més et permet la interacció amb els altres artesans, compartir idees, canviar experiències”.

A l'obra, la majoria dels productes que s'elaboren són els mateixos que fa trenta anys. Amb aquelles impagables fórmules dels avis i besavis. “La meua botifarra d'ou és la meua, que no me la treguin” comenta el Carles per fer-nos veure que cada producte és únic i exclusiu. Tot i que la botifarra d'ou és el producte estrella d'Estapé Cansaladers (en venen tot l'any i la fan de ceps, de patata) n'hi ha d'altres com les croquetes o les botifarres de sabors que també tenen molta sortida. “Ara, per Tot Sants, fem panellets de formatge”.

Tant a l'obra com a la botiga, l'ofici exigeix esforç, hores i molta dedicació. “Has de tenir una gran capacitat de treball, ganes de ser-hi. I tot això acompanyat

d'una voluntat d'estar al dia i adaptar-se a cada moment" diu la Cristina per explicar què implica la professió. Així mateix assegura que al igual que el seu germà, també estima la professió, l'hi agrada el tracte amb la gent, innovar, i pensar en nous productes. Ferma i segura en la seva posició està convençuda –i no l'hi falta raó– que el negoci ha de continuar la línia dels darrers anys amb una aposta clara per la innovació i la formació.

I també en clau de futur, el Carles, ens parla de l'especialització com a ens principal. De no voler competir amb les grans superfícies i de treballar sabent que "la meva botifarra no pot valdre el mateix que el que en fa 5.000 cada dia". Ambdós tenen clar com serà el seu negoci a curt i mig termini, saben el camí a seguir, la línia, com han de fer-ho i sobretot, el que volen.

Amb sacrifici i esforç, amb una orientació clara al client i amb una professionalitat, especialització i formació a la que imperen per seguir essent forts, els germans Estapé Batalla seguiran un camí marcat des de principis del segle passat.

I del vell mig de Barcelona viatgem a Sentmenat, on els germans Jordi i Miquel tenen el repte de continuar el que van iniciar els seus rebesavis ara fa 150 anys, Cal Vivet. "Volem fer-ho el màxim de bé possible per a continuar 150 anys més". Ara fa 25 anys, i un cop van finalitzar el servei militar (popularment conegut com la mili) el seu pare els hi va preguntar si voldrien continuar amb el negoci; i dit i fet. "Vam agafar el negoci i vam adequar-lo i modernitzar-lo amb l'experiència del que havíem estudiat" ens explica el Jordi. Ara són catorze treballadors i a diferència d'abans no toquen només be i vedella sinó que també treballen el porc.

Així com a Estapé Cansaladers la innovació també ha esdevingut sempre clau per a aquests dos germans del Vallès Occidental. Tenen una gamma de

més de 200 productes i tot s'ho fan ells. "No comprem res a ningú". Fan botifarra d'ou de fins a tretze sabors diferents, peus de porc desossats per fer carpaccio, i el tret diferencial és que "no hem hagut de sortir al carrer. La gent sap que fem coses noves i venen a buscar-les". Els hi demanen botifarra d'ou amb castanyes i moniatos i les fan. Fins i tot les altres botigues i els restaurants s'interessen pels seus productes. Productes que fan diferents des de l'origen, productes del tot innovadors.

Tot i que no volen parlar de visió de futur reconeixen que l'adaptació als temps canviants és un dels principals elements per seguir endavant. "Farem el que faci falta per continuar el negoci. Aquests últims anys ha estat el boom de l'empresa i elaborem perquè és el futur"

comenta en Jordi. Tots dos són Mestres Artesans i l'any 2003 en Jordi va rebre el premi de Millor Jove Innovador. La seva línia d'acció, està doncs bastant clara.

Estapé Cansaladers i Cal Vivet són l'exemple de dues empreses que s'han sobreposat al pas del temps, dels anys, dels segles. Són l'exemple de com amb perseverança, il·lusió i sobretot formació i innovació, arribar a ser centenari és possible.

A L'OBRADOR, LA MAJORIA DELS PRODUCTES QUE S'ELABOREN SÓN ELS MATEIXOS QUE FA TRENTA ANYS. AMB AQUELLES IMPAGABLES FÓRMULES DELS AVIS I BESAVIS. "LA MEVA BOTIFARRA D'OU ÉS LA MEVA, QUE NO ME LA TREGUIN" COMENTA EL CARLES PER FER-NOS VEURE QUE CADA PRODUCTE ÉS ÚNIC I EXCLUSIU.



CRÒNICA DE LA FIRA DE SANT ERMENGOL 2015

La Seu d'Urgell, capital de l'Alt Urgell i una de les ciutats més representatives del Pirineu català, va acollir el passat mes d'octubre, la 21a edició de la Fira de Sant Ermengol. És la Fira de Formatges Artesans dels Pirineus per antonomàsia i rep el nom d'un dels patrons de la diòcesi de l'Urgell, Sant Ermengol.

Durant els dies 17 i 18 d'octubre milers de persones van desfilar pel pavellons habilitats per una fira que acollia principalment a dos sectors: el dels formatges i el de la ramaderia, aquest últim amb una mostra dels bovins i equins més representatius de la Comarca. Des de primera hora i fins a ben entrada la tarda, autòcton i forans van acudir a una cita que cada any es supera. Al migdia del dissabte 17 fou sense dubte el moment més àlgid de la fira i l'instant on es van reunir més quantitat de visitants. Molts d'ells amb la idea de degustar i comprar formatges i productes d'elaboració pròpia dels pirineus. Per aleshores l'honorable Conseller d'Agricultura, Pesca i Ramaderia de la Generalitat de Catalunya, el Sr. Jordi Ciuraneta, finalitzava el seu recorregut per la fira, acompanyat en tot moment de l'alcalde de la Seu, el Sr. Albert Batalla.

Al pavelló dels formatges, ubicat a la pista polivalent de la zona esportiva municipal, hi havia un total de 44 formatgeries de les quals 23 són del Pirineu català, 9 del Pirineu basc-navarrès, 5 de l'aragonès i 3 del francès. A més a més en aquesta edició es va convidar al formatge Son Vives, de Ferreries (Menorca). La gran qualitat i varietat dels formatges que participen converteix la Fira de Sant Ermengol en



un aparador immillorable per conèixer i difondre la situació i tendències del sector formatger artesà d'arreu del Pirineu i esdevé un espai en el que es desenvolupen altres accions estretament relacionades amb el consum de formatges com ara les jornades tècniques, els concursos de formatges, les aules de tast i activitats gastronòmiques, per als més petits. En aquest context cal destacar l'aula de tast on s'hi van desenvolupar tretze sessions que incloïen demostracions de cuina, tastos guiats de formatges, vins i cerveses i un taller d'elaboració de formatge per als més petits.

Clar queda que, el formatge fou el principal protagonisme de la fira. Tant va ser així que fins i tot el públic assistent al certamen va poder votar durant tot el dissabte el formatge que més l'hi havia agradat. Entre els votants es va fer un sorteig i la butlleta guanyadora va obtenir un premi de 5 quilos de formatge.

En aquesta edició de la Fira de Sant Ermengol hi va haver fins a tretze categories diferents i es van lliurar tres premis per categoria. Menció especial per al Truc,



un formatge de llet crua de cabra de la Formatgeria Taüll que va guanyar la Medalla d'Or i per la Carbassa, formatge de la Vall de Meranges, guanyador de l'any passat i un dels més votats per als assistents.

com un certamen de referència del món del formatge i de l'agroalimentària. Una fira que any darrera any es supera i que, a ben segur, tornarà a ser exitosa en la seva propera edició.

Va destacar també, el premi Amic del Formatge, que aquest any va recaure en Nandu Jubany, del restaurant Can Jubany de Calldetenes, que té una estrella Michelin.

Tot i que l'entrada al recinte firal era gratuïta els visitants tenien la opció d'adquirir un tiquet degustació que donava dret a cinc tastos de formatge, vi o cervesa artesana. Així mateix el tiquet permetia fer dos tastos de productes agroalimentaris de proximitat a l'Espai Tast Km0-Gustum, ubicat al pavelló de davant i on s'hi exposaven altres professionals agroalimentaris de gran nivell tals com la Vedella dels Pirineus.

Finalment, cal destacar la presentació del llibre "Els 50 millors formatges de Catalunya", de Laia Pont i Natàlia Nicolau i un tast a cegues de formatge a càrrec de Jonatan Armengol, gastrònom invident.

Referent no només al Pirineu català sinó també a tot el país, la Fira de Sant Ermengol està ja consolidada



ENTREVISTA A ALBERTO HERRANZ, DIRECTOR DE INTERPORC



el fin de resolver los problemas que afectan a todos y mejorar su eficacia global, y que su actividad contribuya decisivamente a su desarrollo económico y la rentabilidad del mismo.

Se trata de la organización interprofesional más importante del sector cárnico por el volumen de la producción porcina de nuestro país. En los últimos años, el sector ha experimentado una progresión muy notable en su crecimiento y actividad económica, al tiempo que se ha mejorado la calidad de sus producciones.

objetivo principal de INTERPORC es convertirse en un instrumento útil al conjunto del sector y cuyas actividades contribuyan decisivamente al desarrollo económico y aseguren su rentabilidad.

Para ello, la Interprofesional se ha planteado las siguientes metas:

¿Con qué objetivo nace Interporc y que representa como Interprofesional?

La Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca, INTERPORC, es una entidad sin ánimo de lucro en la que está representada todo el sector, desde la producción hasta la comercialización, pasando por la industria transformadora.

INTERPORC fue reconocida por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente el 1 de agosto de 2008 y su principal función es la de ser un instrumento útil para el conjunto del sector con

- Mejorar la percepción de la carne de cerdo y de los productos cárnicos de porcino, informando y formando al consumidor sobre las bondades (calidades nutritivas) de la carne y productos del cerdo.
- Realizar acciones y campañas de promoción de la carne y derivados a consumidores y profesionales médicos.
- Impulsar la innovación y la investigación aplicada a la resolución de problemas específicos del sector porcino.
- Fomentar y apoyar las exportaciones cárnicas y la internacionalización
- Potenciar la imagen del sector

- Poner en común las preocupaciones sectoriales a lo largo de toda la cadena

¿En qué sentido puede beneficiar y/o ayudar una Interprofesional al comercio minorista cárnico?

En una Interprofesional Agroalimentaria se encuentra integrada toda la cadena. Todos los eslabones trabajan con el objetivo común de dar un producto sano seguro y saludable al consumidor final, y que pueda disfrutar integrándose en su estilo de vida. Por lo tanto las acciones que pone en marcha INTERPORC, benefician a todos los eslabones de la cadena y sobre todo aquellos que están en contacto directo con la sociedad y el consumidor. Un ejemplo claro de las acciones que puede poner en marcha la interprofesional es la gestión de crisis como la acontecida recientemente en referencia a la cancenogeneidad del consumo de carne y sus procesados, y para lo cual INTERPORC ha puesto a disposición de otros sectores cárnicos su Gabinete de Crisis y los expertos.

En televisión podemos ver que Interporc presenta el cerdo como carne blanca. ¿Cómo se puede demostrar que realmente es así?

La Comisión Europea clasifica a la carne de cerdo dentro de las carnes blancas junto con la carne de ave (http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/meat/2004_en.pdf).

Los cortes magros (solomillo, cinta de lomo, costillas de lomo y pierna) del cerdo de raza blanca contienen solo un 2-11 % de grasa intramuscular. Por ejemplo la cinta de lomo tiene solo 2,65 g de grasa por 100 g, cantidades similares a otras carnes blancas como la pechuga de pollo que tiene 2,8 g de grasa por 100 g, el pavo sin piel que tiene 2,4 g de grasa por 100 g o la carne de conejo que tiene 4,6 g de grasa por 100 g. Además, alrededor del 70 % de la grasa de la carne de cerdo es subcutánea, por

lo que el carnicero o el propio consumidor pueden eliminarla fácilmente. Esto determina que se pueda disponer de diversos cortes de carne con un contenido de grasa muy escaso.

*Datos de composición extraídos de: Moreiras O, Carbajal A, Cabrera L, Cuadrado C. Tablas de composición de alimentos. Guía de prácticas. 16ª ed. Madrid: Ediciones Pirámide; 2013.

¿Cree que a raíz del anuncio ha aumentado la percepción positiva sobre la ingesta de cerdo por parte de la población?

Podemos hacer una valoración muy positiva del trabajo que esta realizando la Interprofesional, y hemos podido comprobar los resultados de nuestra campaña “colores”, en los datos que hemos recogido al entrevistar a más de 1000 personas en toda España, comprobando si verdaderamente los mensajes que hemos querido transmitir han llegado al consumidor y así lo confirman los datos.

Es una campaña informativa, en la que queremos quitar los falsos mitos alrededor de la carne de porcino de capa blanca, identificar y dar a conocer todas sus propiedades, una carne saludable, adaptada a todas las edades y actividades, es en definitiva nuestra carne blanca más rica.

Nuestro target, es lo que se identifica en publicidad como amas de casa de más de 30 años (aunque se denomine como amas de casa también es incluida la parte masculina), que son los que tienen la capacidad de decisión de compra. Hemos querido ser continuistas en la campaña ya que esta funcionando muy bien y los mensajes llegan y se consolidan en el consumidor, cambiando y mejorando su percepción sobre la carne de porcino de capa blanca y todos sus productos.

SE TRATA DE LA ORGANIZACIÓN
INTERPROFESIONAL MÁS IMPORTANTE
DEL SECTOR CÁRNICO POR EL
VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN
PORCINA DE NUESTRO PAÍS

Una vez más “*El estilo informativo/ explicativo del anuncio*” (34,4%) es el elemento que más ha gustado de la campaña

Desde 2014 el mensaje percibido de la campaña , continúa centrándose en 4 ideas:

La carne de cerdo es una carne blanca (46,3%) (Aumenta 6 puntos desde Febrero de 2015).

Es una carne muy sana (41 5%). (Incrementa 5 puntos desde Febrero de 2015) .

Fomentar consumo de carne de cerdo 27,4% (Sube 8 puntos en relación a Febrero de 2015).

Que no engorda o no tiene grasa a pesar de lo que se piensa (17,4%). (Disminuye 6 puntos desde Febrero de 2015 y 10 puntos desde 2014). Este mensaje esta perdiendo fuerza

¿Hay parámetros o resultados tangibles que os indiquen la repercusión de esta campaña a nivel de ventas?

Se han realizado 1000 encuestas telefónicas a mujeres mayores de 30 años a nivel nacional

Dando como resultado:

- El recuerdo espontáneo ha aumentado 4 puntos, en relación a Febrero del 2015 pasando del 58,7% al 62,7% (con respecto a 2014 el incremento es de casi 13 puntos). De este 62,7% un 69,6% describe adecuadamente algún elemento de dicha campaña que permite identificarla (66,7% en Febrero de 2015). Sobre la base total encuestada este 69,7 % se convierte en un 43,6%, 4 puntos más que en Febrero de 2015 y 11 puntos más respecto a 2014 . El nivel de notoriedad en 2015 continúa aumentando, pero a un ritmo inferior en relación a 2014.

- Al total de las 1000 encuestadas se les sugirió el anuncio leyendo una descripción del mismo,

independientemente si recordaron la campaña de forma espontánea. Este recuerdo sugerido se mantiene respecto a Feb de 2015, 54,7% frente a 55,5%. Dado que en Septiembre 14 se obtuvo un 53% , podemos decir que la campaña en general ha sido vista algo mas del 50% en las 3 olas testadas.

- En el recuerdo final de campaña (54,7%), el mensaje percibido es muy similar al manifestado de forma espontánea. Las principales mensajes son:

Aumentan:

Es carne muy sana (proteínas/sin colesterol) (51,4%). (Aumenta 10 puntos frente a Feb 2015).

Es carne blanca (49,3%) (Aumento de 9 puntos)

Fomentar el consumo de carne de cerdo (28,3%) (Aumenta de 4 puntos frente Feb 15).

Una vez más “*El estilo informativo/ explicativo del anuncio*” (34,4%) es el elemento que más ha gustado de la campaña (aumenta con respecto a Feb 2015 en 5 puntos). Sin embargo los otros dos mensajes que destacan por gustar a las encuestadas pierden algo de fuerza. Así pues el agrado del mensaje “carne sana” disminuye de 23,5% al 18,5% y el agrado con respecto al dibujo explicativo también disminuye 3 puntos hasta situarse en el 11,6%.

- El anuncio podría influir en la compra futura de carne de cerdo y derivados para un 43,9% de las encuestadas , 2 puntos mas que en Febrero de 2015 y 9 puntos más respecto a 2014 (35%).

- Un 57,6% de las encuestadas declara consumir habitualmente carne de cerdo, un 27,2% de vez en cuando y un 15,3% casi nunca o nunca.

- De entre las que consumen cerdo suelen hacerlo casi todas las semanas (77,1%,), o cada 15 días (16,8).

- Las principales ventajas de la carne de cerdo para las encuestadas continúan siendo: el buen sabor

(59,8%, 64,0% en Febrero de 2015), resulta económica (20,5%, frente a 24,8% en Febrero de 2015), y carne muy aprovechada (18,6% frente a 24,8% en Febrero de 2015). Los conceptos relacionados con la salud en general tiene cada vez mas peso pasando del 17,5 a 24,1%.

· Del 59% que menciona algún atributo negativo, el 32,6% comenta la grasa /colesterol y un 14,6% afirma que hay que consumirla con moderación. En la misma línea que en Febrero de 2015 un 41,0% ,considera que la carne de cerdo no tiene inconvenientes o atributos negativos.

· De entre el 15,3% que no consume carne de cerdo o lo hace muy poco, no lo hace porque no le gusta el sabor (23,3%) , contiene grasa/colesterol (21,8%) o consumen poca carne (13,9%).

Aunque la prescripción medica sigue influyendo en gran parte de la muestra (a un 47,6%), la tendencia desde 2014 es a la baja (al 58% le influía en ese año).

¿Con la llegada de Interporc disminuye el miedo del consumidor a comer carne de cerdo, por creer que no es adecuado para una dieta equilibrada?

INTERPORC ha contribuido enormement a que la carne de cerdo de capa blanca y sus elaborados cárnicos se convierten en un gran aliado ya que además de incluirse dentro de una alimentación equilibrada, nos ofrece manjares exquisitos.

La carne de cerdo de capa blanca es un alimento que pueden consumir todas las personas, siempre siguiendo las recomendaciones de consumo y que además nos ofrece múltiples variedades.

Gracias a sus cualidades nutricionales, la carne de porcino blanco y sus elaborados se adaptan a las

necesidades de cada etapa de la vida. En el caso de los más pequeños de la casa el lomo de cerdo es una gran opción ya que cubre el aporte suficiente de proteínas, necesarias para el crecimiento y desarrollo normales de los huesos, así como de vitaminas del grupo B (B₁, B₃, B₆ y B₁₂) y minerales como el potasio, el fósforo y el zinc. Los más mayores, por su parte, encuentran en cortes de la carne de cerdo como el lomo un alimento con un bajo contenido en grasa ideal para su dieta.

EN EL CASO DE LOS MÁS PEQUEÑOS DE LA CASA EL LOMO DE CERDO ES UNA GRAN OPCIÓN YA QUE CUBRE EL APORTE SUFICIENTE DE PROTEÍNAS, NECESARIAS PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO NORMALES DE LOS HUESOS, ASÍ COMO DE VITAMINAS DEL GRUPO B Y MINERALES COMO EL POTASIO, EL FÓSFORO Y EL ZINC.

Los jóvenes también encuentran en la carne de cerdo de capa blanca una gran alternativa en su alimentación, ya que el lomo es fuente de zinc que contribuye a la función cognitiva normal; y los deportistas ya que el potasio contribuye al

funcionamiento normal de los músculos. En el caso de los adultos, el lomo de porcino blanco es ideal ya que tiene un bajo contenido de grasas saturadas y un menor consumo de este tipo de grasas favorece unos niveles normales de colesterol sanguíneo.

Una de las grandes ventajas que presenta la carne porcino de capa blanca es que podemos encontrarla de distintas formas ya sea carne fresca como el lomo, el solomillo, las chuletas, en forma de nuestros sabrosos jamones y embutidos o en productos cocidos como el jamón cocido, el lacón...

Esta gran variedad que ofrece el cerdo, así como la versatilidad de sus carnes, la convierten en una alternativa perfecta para cualquier cocinero ya que se adapta perfectamente a la cocina más moderna con cortes como la carrillada pero también a la más tradicional con productos de casquería.

Y es que la carne de cerdo de capa blanca nos ofrece un sinfín de posibilidades con las que poder

sorprender a nuestra pareja, familiares o amigos. De hecho, es un alimento típico de nuestra gastronomía que solemos encontrar en todos los hogares ya que por precio, sabor y calidad, la carne de cerdo de capa blanca fresca y sus elaborados son una buena opción con la que siempre acertarás. En definitiva y sin lugar a dudas, la carne de cerdo debe ser un elemento a tener en cuenta en nuestra alimentación.

¿El libro “Nuestra Estrella de Capa Blanca” es un recetario de aprovechamiento del porcino o de las cualidades que ofrece su carne?

La Interprofesional del porcino de capa blanca, Interporc ha presentado el pasado 28 de julio en Madrid un recetario con más de 50 propuestas culinarias seleccionadas por nueve reconocidos chefs españoles que ostentan una estrella Michelin.

Durante el acto de presentación del libro, que se ha celebrado en la sede central del Instituto Cervantes, el secretario general del Instituto Cervantes, llevando de esta manera desde Interporc “la cultura en torno a la ganadería española es de lo más conocido de la cultura sociológica de nuestro país. La gastronomía y las tradiciones alimentarias de España, la dieta mediterránea y tantos otros aspectos tan valorados actualmente, también forman parte de nuestra cultura española”

Hemos destacado el protagonismo que el porcino y sus elaborados tiene en la cultura gastronómica española, y como algunos de ellos se han convertido en grandes embajadores de la Marca España fuera de nuestras fronteras.

Estamos ante uno de los sectores que más aporta a la balanza comercial española y ayuda a mejorar la

economía española por su gran apuesta por la internacionalización. De hecho el año pasado batió todos los récord de exportación con más de 15 millones de toneladas de porcino vendidas al exterior, un 10% más que en años anteriores.

Estos eventos visualizan el papel esencial que la Interprofesional juega en el peso y desarrollo del sector y de toda la cadena del porcino español de capa blanca en un claro ejemplo de unión sectorial por el desarrollo, la dinamización y la modernización del porcino. Desde el ganadero al comercio detallista.

Durante años, comer cerdo fue sinónimo de nobleza y señorío y cualquier actividad relacionada con su “matanza” era poco menos que un rito y motivo de celebraciones y reuniones familiares. “Hoy, después de un tiempo denostado y rele-

gado de su lugar en la dieta de los españoles queremos reivindicar al porcino como un alimento sano y saludable por su condición de carne blanca, que aporta nutrientes esenciales y proteína de alto valor para el organismo y que debe estar presente en una dieta sana y equilibrada.

Todo el sector y su cadena son un modelo de sostenibilidad que generan empleo y riqueza en regiones rurales altamente dependientes del sector primario, fomentando la cohesión territorial y ayudando a fijar población en el medio rural.

El sector porcino español de capa blanca es un sector estratégico. Es el primer sector agroalimentario. Las cifras le sitúan como segundo productor de la Unión Europea (UE) y el cuarto a nivel mundial, en términos económicos, sólo está por detrás de sectores tan

HOY, DESPUÉS DE UN TIEMPO DENOSTADO Y RELEGADO DE SU LUGAR EN LA DIETA DE LOS ESPAÑOLES QUEREMOS REIVINDICAR AL PORCINO COMO UN ALIMENTO SANO Y SALUDABLE POR SU CONDICIÓN DE CARNE BLANCA, QUE APORTA NUTRIENTES ESENCIALES Y PROTEÍNA DE ALTO VALOR PARA EL ORGANISMO Y QUE DEBE ESTAR PRESENTE EN UNA DIETA SANA Y EQUILIBRADA

importantes como la industria automovilística o la petroquímica”, ha terminado Del Barrio.

El recetario “Nuestra estrella de capa blanca. El porcino blanco, estrella de la gastronomía española” recoge más de 50 recetas seleccionadas por reconocidos chefs españoles, todos ellos con una Estrella Michelin, como Fernando del Cerro, Iñigo Urrechu, Iván Cerdeño, Miguel Ángel De la Cruz o Javier Aranda, entre otros, que ponen de manifiesto el gran aprovechamiento que ofrece el porcino.

La publicación, que será de difusión gratuita y estará disponible para su descarga online en la web de Interporc, destaca la versatilidad del porcino en la cocina, su peso en la cultura y tradición gastronómica española y en la Dieta Mediterránea y su aporte nutricional. En este sentido, el libro incorpora el balance nutricional de cada una de las recetas propuestas, así como consejos de manejo y corte de las principales piezas y elaborados como el jamón.

Esta iniciativa se enmarca en uno de los ejes estratégicos para la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca que es fomentar el conocimiento de las propiedades nutricionales de la carne de porcino y sus elaborados y ponerla al nivel que la corresponde como carne blanca, tal y como reconoce la Organización Mundial de la Salud.

Para ello, además de contar con prestigiosos chefs que sacan lo mejor de cada despiece del porcino en la cocina, Interporc cuenta con un equipo de nutricionistas y expertos del área de la salud para avanzar en esos conocimientos y ayudar en la divulgación de estas propiedades nutricionales que ofrece la carne de cerdo para consolidar el consumo interno

Recientemente Interporc ha recibido el premio “Alimentos de España a la Internacionalización”. ¿Qué supone este reconocimiento para la organización?

Ha recibido este galardón INTERPORC, Asociación Interprofesional Porcino de Capa Blanca. Como reconocimiento a la labor de esta organización interprofesional en materia de promoción de la carne de cerdo española en el exterior y a la expansión internacional del sector porcino español.

Un sector que exporta cada año por valor de más de 3.300 millones de euros, consiguiendo posicionarse como tercer exportador de la Unión Europea en 2014, con lo que contribuye de manera muy significativa al signo positivo de la balanza comercial agroalimentaria española.

EL SECTOR PORCINO ESPAÑOL DE CAPA BLANCA ES UN SECTOR ESTRATÉGICO. ES EL PRIMER SECTOR AGROALIMENTARIO. LAS CIFRAS LE SITUAN COMO SEGUNDO PRODUCTOR DE LA UNIÓN EUROPEA (UE) Y EL CUARTO A NIVEL MUNDIAL

Ello cobra una mayor significación si se tiene en cuenta que hasta hace pocos años la exportación de productos porcinos desde nuestro país se veía muy limitada por razones técnico-sanitarias, lo que demuestra, además, el esfuerzo realizado por este sector en los ámbitos de la calidad y la sanidad.

El premio “Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria” galardonada el esfuerzo de Interporc para acceder, desarrollar y consolidar su posición en el mercado internacional, valorándose la evolución y dinamismo de sus exportaciones e inversiones exteriores y su contribución a mejorar la imagen de los alimentos españoles en el exterior.

En los últimos diez años el porcino de capa blanca ha incrementado sus exportaciones más de un 200%, consecuencia de la apuesta del sector por la

internacionalización y al encomiable esfuerzo de las empresas para exportar a más de 140 países en todo el mundo.

El porcino es el primer sector agroalimentario en España, que se posiciona como segundo productor de la Unión Europea (UE) y cuarto a nivel mundial, representa un 40% de la producción final agraria y, en términos económicos, sólo estamos por detrás de sectores tan importantes como la industria automovilística o la petroquímica”.

En los últimos diez años el porcino de capa blanca ha incrementado sus exportaciones más de un 200%, consecuencia de la apuesta del sector por la internacionalización y al encomiable esfuerzo de las empresas para exportar a más de 140 países en todo el mundo. El valor añadido de estas exportaciones vuelve a nuestro país y al territorio, fijando población, generando empleo e infraestructuras que hacen posible el desarrollo de un gran número de actividades indirectas relacionadas con el este sector ganadero.

Durante el año 2015 Interporc ha optado por mantener en la expansión internacional uno de sus ejes de actuación con acciones en once países que ya han visitado Tokio y Londres.

Los siguientes eventos previstos por Interporc para los próximos meses son la Feria Madrid- Fusión-Manila del 24 al 26 de abril; Feria SIAL de Shanghái del 6 al 8 mayo; Eurocarne Verona (Italia) del 10 al 13 de mayo ; Food & Hotel de Seúl (Corea del Norte) del 12 al 15 de mayo; Expo Milán 2015 del 2 al 5 junio y la Feria Anuga en Colonia (Alemania) del 10 al 14 octubre.

La presencia en Ferias se seguirá reforzando con Showrooms en el Instituto Cervantes de Manila,

Taipéi, Pekín, Seúl, México DF, Riviera Maya, Hamburgo y Bremen.

En clave de futuro, hablemos de las próximas acciones previstas des de la Interprofesional.

La actividad de nuestra interprofesional se inicia el 1 de enero de 2013, en un primer momento se requería un gran esfuerzo en habilitar un buen sistema de gestión de la extensión de norma antes de empezar a trabajar en las distintas líneas de acción, además

Interporc ha querido que las empresas participen y sean actores principales dentro de la interprofesional esto nos ha llevado a diseñar un organigrama que en ocasiones puede parecer algo complejo pero a largo plazo muy

eficaz y eficiente.

Durante los próximos meses seguiremos desarrollando los proyectos iniciados tales como:

Acciones de promoción en el ámbito nacional tales como:

- Campañas en tv, blogueros, revistas, digitales, redes sociales, presentaciones con chef, libros de recetas, conferencias, jornadas etc..

- Acciones en colaboración con profesionales de la salud, todo conocemos la capacidad de influencia que sigue teniendo el médico, las enfermeras, etc, sobre los pacientes que les hacen consultas sobre dietas, colesterol, etc., por lo tanto para nosotros estas acciones son muy importantes y complementan las anteriores.

- En el ámbito internacional estamos presentes en estos momentos en 8 países realizando acciones de promoción de nuestro producto ya que el sector

porcino exporta mas del 40% de lo que produce, trabajamos en colaboración con el instituto cervantes, icex, consejerías de agricultura, embajadas, ministerio de Agricultura etc..

- No debemos olvidarnos del detallista parte fundamental en contacto diario con el consumidor y un prescriptor mas que cada dia que pasa vuelve a reco-brar la importancia que ya tuvo, y pondremos acci-ones seleccionadas en colaboración con Fedecarne.

- La inovacion es una parte esencial hoy en dia para mejorar y aumen-tar nuestra competitividad como sector y desde las empresa en estos momentos estamos desarrollando 4 proyectos.

- La información bien selecciona-da y analizada hoy es fundamental para la toma de decisiones por eso estamos creando y diseñando sistema de informa-ción potentes en áreas como la internacionalización o la producción ganadera.

- Y no puede faltar un buen sistema de gestion que arro- pa a todos los proyectos anteriormente mencionados.

En el 2016 con la aprobación de la nueva extension de norma por unanimidad de todo el sector seguiremos desarrollando estos y otros proyectos nuevos que ha- gan mas competitivo a nuestro sector y que podamos ser un referente también para el consumidor.

Y, finalmente, alguna recomendación sobre qué pueden hacer los comerciantes minoristas del sec- tor de forma paralela a las acciones de Interporc para fomentar el consumo de carne de cerdo y pro- mociónarlo?

Desde Interporc se ha puesto en marcha un plan para mejorar el conocimiento de las cualidades de la

carne de cerdo de capa blanca y su papel dentro de una alimentación equilibrada.

Los profesionales comerciantes minoristas son una pieza clave para trasmitir a la población recomenda- ciones en el campo de la alimentación, la nutrición y la salud. Por ello, desde Interporc, se quiere contar con expertos que asesoren, avalen, formen y tras- mitan los mensajes sobre consumo de carne y salud.

Como primer paso, se está trabajando en poner

acciones en el punto de venta creando un gru- po de trabajo integra- do por estos líderes de opinión quienes cola- borarán con Interporc en la tarea de hacer lle- gar a la población in- formación consensua- da, respaldada y actual

sobre la idoneidad de carne de cerdo dentro de la dieta habitual de la población española.

Se preparara un argumentario que se presentará a di- versos expertos para trabajar con ellos nuevas pautas de recomendación de carnes en las dietas saludables.

Para presentar las conclusiones de las recomendaci- ones de consumo, se organizará un encuentro al que se invitarán a representantes de distintas instituciones de interés y se organizarán reuniones y talleres .

Así mismo se van a desarrollar materiales de utili- dad para favorecer la formación de los profesiona- les y facilitarles la divulgacion de los mensajes ha- cia el consumidor de forma adecuada y adaptada a las necesidades de cada colectivo y realizar reco- mendaciones basadas en el contenido nutricional actual de las diferentes piezas y carnes, así como en la evidencia científica y estudios nutricionales llevados a cabo en los últimos años.

EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS EL PORCINO DE CAPA BLANCA HA INCREMENTADO SUS EXPORTACIONES MÁS DE UN 200%, CONSECUENCIA DE LA APUESTA DEL SECTOR POR LA INTERNACIONALIZACIÓN Y AL ENCOMIABLE ESFUERZO DE LAS EMPRESAS PARA EXPORTAR A MÁS DE 140 PAÍSES EN TODO EL MUNDO.

EL PORC DE CAPA BLANCA A MASTER CHEF JUNIOR

El porc de capa blanca, de la mà d'INTERPORC, estarà a la cuina de Master Chef Junior el pròxim vint-i-nou de desembre.

En el marc de la campanya que INTERPORC està duent a terme per promocionar la carn de porc i el seu consum i que està prenent especial rellevància en televisió – des de fa mesos es pot veure un anunci que promou la carn de porc de capa blanca- la interprofessional ha aconseguit que un dels programes de televisió de més notorietat a nivell estatal faci d'expositor del porc de capa blanca.

La campanya gira al voltant de quatre grans idees: la carn de porc és una carn blanca, es tracta d'una carn sana, fomenta el consum de la carn de porc, no engreixa o no té greix tot i el que es pugui pensar. L'estil informatiu de la campanya és un dels elements que més ha agradat i en aquesta línia es pretén que segueixi en l'aparició a Master Chef Junior.

Els productes de porc de capa blanca seran els protagonistes en el cinquè programa de Master Chef Junior que s'emetrà el proper vint-i-nou de desembre per Televisió Espanyola. En aquest context els aliments i derivats del porc apareixeran integrats en la primera part del programa, on els nens durant mitja hora cuinaran de manera individual embotits i elaborats a base de porc de capa blanca.

A més a més durant la prova es parlarà de les bondats del porc de capa blanca i de les diferents formes de cuinar-lo de manera saludable. El convidat del programa serà el cuiner Toño Perez, del restaurant Atrio



**INTER
PORC**



i amb dues estrelles Michelin i tant el jurat com el propi xef faran al·lusió al porc i als seus beneficis.

Cal recordar que entre el passat 17 d'agost i el 13 de setembre es va poder veure a la televisió la darrera fornada de la campanya de promoció del porc de capa blanca. L'objectiu d'aquesta nova incursió promocional ha estat augmentar la penetració i el consum de porc i derivats a les cases de tot l'Estat Espanyol i donar a conèixer els beneficis de la carn de porc.



ELS MESTRES ARTESANS 2015

Un any més el palau de Pedrables de Barcelona va ser l'escenari escollit per a l'entrega del Premi Mestre Artesà Alimentari 2015 que es va celebrar el propassat 19 de novembre. Una hora abans que s'iniciés l'acte, centenars de persones, entre les quals hi havia guardonats, familiars, amics i representants del món dels oficis artesans van reunir-se a l'entrada del palau vestits tots per la ocasió.

L'acte es va iniciar amb un discurs inaugural de l'Honorable Conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, Jordi Ciuraneta en què va destacar els components de família, innovació i formació com a elements claus dins de l'ofici artesà. El van seguir la subdirectora general d'Indústries i Qualitat Agroalimentàries, Mireia Medina, i el director general, també d'Indústries i Qualitat Agroalimentàries, Joan Girona qui a més a més va ser l'encarregat de nombrar als premiats.

Els reconeixements van començar amb l'accèssit i un primer premi compartit del 2014 i van continuar amb els guardonats del 2015. Entre aquests últims, cal destacar els set carnisers-xarcuters de la Federació Catalana que van resultar premiats: **Juan Fernando Micó, de La Confianza de Barcelona, Núria Querol, de Can Pocurull de Vilassar de Mar, Martí Coll de la carnisseria Martí de Platja D'Aro, Magda Perra-mon, de Ca la Magda, de Ripoll, Jordi Romagós de la carnisseria Romagós de Girona, Maria Àngels Fusté de la Tocineria Cal Silo de Vimbodí i Poblet i Agustí Coscollona de l'Antiga Casa Magi de Torà.**

Finalment es va entregar l'accèssit i el primer premi 2015 i es van projectar els vídeos dels guanyadors en els que s'explicava la seva feina i les característiques d'aquesta. Orgullosos tots i després dels parlaments i la cloenda de l'acte que novament va recaure en l'Honorable Conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, Jordi Ciuraneta, tots els presents van poder gaudir d'un pica-pica que va córrer a càrrec dels artesans. Part del menjar va ser elaborat pel Mestre Artesà Juan Fernando Micó que va preparar un tàrtar de fuet, una mousse de bull blanc i nous, safates tradicionals d'embotits amb botifarra blanca, negra, d'ou, de faves, catalana, de perol i d'ou amb rovellons; plats tots ells pels quals va ser felicitat.

Ja tocades les sis, els assistents van començar a marxar després de felicitar-se uns amb els altres i amb la satisfacció d'haver tingut un reconeixement públic per el desenvolupament del seu ofici artesà, d'un ofici únic i tradicional, que com va indicar l'Honorable Conseller a l'inici de l'acte és un ofici vinculat amb família, innovació i formació.





X CONVENCIÓ DE LA CONFEDERACIÓ DE COMERÇ DE CATALUNYA

El passat dilluns 26 d'octubre es va celebrar la X Convenció de la Confederació de Comerç de Catalunya a l'emblemàtic edifici del Foment del Treball Nacional. En el desenvolupament d'aquesta s'hi va presentar la targeta de fidelització "Compradors pel país" que té com a objectiu incentivar les compres en el comerç de proximitat. Es tracta d'una targeta que neix de les iniciatives de la Targeta Urbana de Vic i de Vilafranca del Penedès. Així mateix, coincidint amb la cita anual del sector comercial, es va commemorar el 25è aniversari del Servei Lingüístic de la Confederació de Comerç de Catalunya, en el qual l'organització va reconèixer la tasca d'Òmnium Cultural, per la seva col·laboració ferma i compromesa en el foment de l'ús del català en el sector socioeconòmic.

A més a més la Confederació de Comerç va lliurar el XII Premi a la millor iniciativa lingüística del sector comercial, Memorial Mercè Canal. Els guardonat d'aquesta edició han estat l'Associació de Càmpings de Girona i la llibreria La Font de Mimir, de Nou Barris (Barcelona), en les categories d'Entitats i d'Establiments, respectivament. Igualment, el Jurat

ha atorgat el Premi extraordinari 2015 per l'aplicació del Pla d'assessorament "d'Oberts al Català" a Fruites i Verdures Fififrut, parada de venda no sedentària de Terrassa.

L'acte inaugural va estar presidit pel secretari general del Departament d'Empresa i Ocupació, Xavier Gibert, acompanyat per la presidenta de la Confederació, Maria Rosa Eritja. L'acte de clausura de la Convenció va ser a càrrec del conseller de Cultura en funcions, Ferran Mascarell.



PRINCIPALS NOVETATS FISCALS PER L'ANY 2016

El passat 31 d'octubre es va publicar la Llei 48/2015 de 29 d'octubre, de pressupostos generals de l'estat per l'any 2016. A continuació fem un repàs d'algunes de les principals novetats introduïdes per aquesta norma en l'àmbit fiscal.

Impost sobre la renda de les persones físiques

- Rendiments del treball en espècie.

El pagament de les primes satisfetes a entitats d'assegurança per la cobertura de malaltia del treballador, cònjuge o fills no es considera retribució en espècie amb el límit de 500 euros per persona i any. La novetat és que s'eleva de 500 a 1.500 euros per les persones amb discapacitat.

- Estimació directa.

És una despesa deduïble el pagament de les primes d'assegurança de malaltia del contribuent, cònjuge i fills menors de 25 anys que convisquin amb ell. El límit és de 500 euros per persona i any i la novetat és l'increment fins a 1.500 euros si es tracta de la cobertura d'una persona amb discapacitat.

- Estimació objectiva per mòduls pels anys 2016 i 2017.

S'incrementen els límits excloents, que fa que per poder continuar al sistema de mòduls durant l'any 2016 i 2017 no es podrà superar a l'any anterior la xifra de 250.000 euros de facturació pel conjunt d'activitats. No obstant, el límit serà de 125.000 euros per les operacions en les que és obligat fer factura perquè el destinatari sigui un empresari o professional.

El límit pel volum de compres de béns i serveis és de 250.000 euros anuals. No es computen les adquisicions de immobilitzat.

Per l'exercici 2018 el límit tornarà a ser l'inicialment aprovat de 150.000 euros de facturació o de 150.000 euros de compres de béns i serveis pel conjunt d'activitats.

Impost sobre Societats

Pels períodes impositius iniciats a partir de 1 de gener de 2015, els contribuents a que es refereix l'apartat 3 de l'article 9 de la Llei (associacions de caràcter social, esportiu, de veïns, de pares, **de comerciants**, etc.) no tindran l'obligació de presentar la declaració si compleixen els següents requisits:

- Que els seus ingressos totals no superin 75.000 euros anuals.
- Que els ingressos de rendes no exemptes no superin 2.000 euros anuals.
- Que totes les seves rendes no exemptes estiguin sotmeses a retenció.

La novetat en aquest cas és l'ampliació del límit, inicialment aprovat, de 50.000 a 75.000 euros anuals.

Impost sobre el valor afegit

Les societats civils que a partir del 1 de gener de 2016 passin a ser contribuents de l'Impost sobre Societats, i per tant, cessin en el règim del recàrrec d'equivalència podran deduir en l'autoliquidació corresponen al període en que es produeixi el cessament, la quota resultant d'aplicar al valor d'adquisició de les seves existències inventariades, IVA i recàrrec d'equivalència exclosos, els tipus de IVA i recàrrec vigents en aquella data (art.155 LIVA i 60 RIVA).



ELS AL·LÈRGENS A LA CARNISSERIA-XARCUTERIA

Els professionals del nostre sector, hem d'anar un punt més enllà que altres professionals de l'alimentació. La nostra professionalització ens ha de dur a estar pendents en tot moment del nostre client, la nostra raó de ser.

En aquest context i davant del notable increment de la població consumidora que es veu afectada per aquestes malalties i del dret a la informació que té tot ciutadà sobre la composició dels aliments que consumeix, i en especial els afectats per aquests trastorns, l'administració europea va promoure un canvi en les normatives d'etiquetatge dels països membres, amb l'objectiu de traslladar a les etiquetes dels productes alimentosos tota la informació sobre qualsevol dels ingredients que componen un producte alimentari determinat, i en especial, mencionar-hi de forma clara i concreta tots aquells ingredients capaços de provocar reaccions adverses al consumidor. El concepte al·lèrgens alimentaris inclou aliments, productes alimentaris o ingredients d'aquests i fins i tot material auxiliar, que per la seva naturalesa o composició poden provocar aquestes reaccions adverses, on s'hi inclouen també

aquelles substàncies o ingredients que poden provocar intoleràncies alimentàries.

La gestió dels ingredients en un establiment de minorista de la carn: és una obligació, un repte, i també un valor afegit. Dins d'aquest marc, gairebé una vintena d'alumnes de l'Escola Oficis de la Carn van gaudir d'un curs dedicat als al·lèrgens alimentaris, un concepte que inclou, productes alimentaris o ingredients d'aquests i fins i tot material auxiliar, que per la seva naturalesa o composició poden provocar aquestes reaccions adverses, on s'hi inclouen també aquelles substàncies o ingredients que poden provocar intoleràncies alimentàries.

Els alumnes han valorat el curs amb una nota mitja de 4 punts sobre 5 i n'han destacat el nivell del professorat i la metodologia amb què s'han impartit els coneixements.





ELS GRANS PLATS DE CARN PER ELS TAULES NADALENQUES

Com a preludi al Nadal, l'Escola Oficis de la Carn, va plantejar, dissenyar i elaborar un curs de grans plats de carn per les taules nadalenques. És tradició que en les taules de festes de Nadal es consumeixi un plat principal a base de carns. En totes les cultures no hi falta un gran rostit, ja sigui de porc, vedella, xai o aviram, cuinat de forma extraordinària i amb formats o peces que no són de consum habitual. I aquests productes requereixen de preparacions i coccions llargues i en molts casos acurades fets pels quals molts consumidors prefereixen anar-los a buscar al seu xarcuter o rostisseria habituals.

Així doncs i sota el missatge “Tu convidas a la família, nosaltres els Xarcuters cuinem per tu” les

tardes del 3 i 4 de novembre es va desenvolupar aquest curs que va comptar amb 17 alumnes, i que van fer una valoració molt positiva del curs. Una de les notes més altes va ser pel nivell del professorat, i és que el Xesc Reina sempre aconsegueix sorprendre al professional amb clars dots per la innovació i el gust.

En el desenvolupament del mateix es van definir els conceptes bàsics d'aquest tipus de preparacions de plats, es van presentar pensats especialment per a taules nadalenques i per incloure en una carta de productes. Fent un repàs als rostits tradicionals es van incorporar noves peces destinades a ser cuinades a casa així com d'altres llesques ja pera consumir. També es van proporcionar



idees de complements i acompanyaments per aquests plats ,es va orientar als alumnes sobre les millors formes de presentació i transport i es van associar la creativitat i la diversitat a les tendències del moment.

Es va treballar amb peces per fer Roast beef, Pernil de Nadal, Aviram especial de Nadal, rostits i farcits de pollastre i gall d'indi, de porc i de xai. Així com també grans peces i racions individuals,

i els acompanyaments i muntatge per la venda o consum. El curs va finalitzar amb una degustació de productes.

Els alumnes van sortir doncs satisfets i convençuts de poder aplicar els coneixements adquirits als seus establiments. Amb les noves propostes de producte, presentació i varietat dins del rostit tradicional els disset alumnes assistents ja tenen matèria per seduir als seus clients aquest Nadal.



EL MÓN DEL FOIE: UNA DELICATESSEN DES DE LA GRANJA FINS AL TAULELL

El foie és un d'aquells productes que, per antonomàsia, el relacionem directament amb un producte gourmet, de qualitat i en una jerarquia econòmica gens menyspreable, ni per al professional ni per al consumidor.

Tanmateix el professional carnisser-xarcuter té la opció d'elaborar-lo, donant-li un valor afegit important, i convertint-lo fins i tot en un dels productes "estrella" de l'establiment. Per aquest motiu i, convençuts de la utilitat que pot aportar, des de l'Escola Oficis de la Carn es va dissenyar un curs d'elaboració de foie, que s'ha celebrat a l'obrador de l'Escola sota la batuta de la Mercè Capdevila, responsable d'Avinova (Mercat de la Concepció).

En la sessió es va portar als professionals a un recorregut exhaustiu, pràctic i complet del món del Foie, des de la cria dels ànecs i les oques, les seves varietats, la preparació i presentació de les carns i derivats i l'obtenció i cura del fetge. Es va fer un repàs també, de les diferents varietats, les característiques específiques de cada una d'elles, en especial les de qualitat, i fins al seu millor aprofitament comercial, des de l'especejament fins al a preparació i presentació de les diferents parts, peces i preparats i elaboracions.

El curs, que va tenir una durada de 4 hores, es va dividir en tres parts: la primera es va destinar a la introducció al món de l'ànec i les oques, a presentar les espècies i les característiques més importants així com al seu espejament, presentació i preparació amb diferents opcions crues o cuites. La segona part del curs va estar focalitzada en el món del foie; les seves característiques i les seves varietats, els criteris de qualitat i les formes de treballar-lo i preparar-lo per obtenir els productes elaborats: entier, mi-cuit, bloc, mousse, o paté. En la tercera i última part del curs, totalment pràctica i destinada a posar en escena alguns dels coneixements adquirits en les dues primeres parts, els alumnes van poder elaborar dues

preparacions amb foie; dues petites terrines que els van servir per familiaritzar-se amb les tècniques de treball del producte. Finalment els alumnes van poder degustar alguns especialitats per conèixer les propietats i característiques de cada una d'elles.

Els alumnes van fer una valoració molt positiva del curs, que va obtenir una nota de 4'1 punts sobre 5 punts totals i on es va destacar la metodologia del curs, el nivell del professorat, i l'estructura dels continguts. Com en d'altres cursos els alumnes van considerar que la part més complicada és la d'aplicar els coneixements adquirits als seus respectius llocs de treball. Però aquest és el repte, és clar.





ELS FORMATGES TAMBÉ PER FESTES

Els formatges són un producte que cada vegada agafa més dimensió dins de la carnisseria-xarcuteria. La gran varietat de tipologies que hi ha, la seva exquisidesa al paladar i la seva categorització cap a l'exclusivitat, porten avui als formatges a esdevenir un producte referent dins del sector.

En el marc del conveni de col·laboració signat entre la Fundació Oficis de la Carn i ARDAI, per a la difusió i formació relacionada amb el món dels formatges i la gastronomia, s'ha desenvolupat una sessió monogràfica a les quatre províncies catalanes, i per aquest ordre: Barcelona, Girona (amb la col·laboració de l'empresa Massegur que va proporcionar les safates), Lleida i Tarragona destinada als socis de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters.

Amb les bases dels mínims coneixements necessaris del què és la llet, els formatges, la seva elaboració i

les característiques de les famílies formatgeres més importants, s'ha pretès que els assistents ampliessin els seus coneixements i que això els permetés escollir la millor opció a l'hora de preparar una oferta de formatges específica per a ocasions especials, com ara Nadal, i també per agafar idees de com assessorar al client a l'hora de la compra i el consum.

Emfatitzant amb la proximitat de Nadal i sota la batuta de l'Enric Canut, Mestre Artesà Formatger i soci d'ARDAI, els alumnes van poder comprovar quins són els formatges més adients per al Nadal, donant especial rellevància als formatges especials



i no als quotidians i de gran consum. En aquest sentit es va diferenciar entre els formatges de petit format, els de gran format, els vells i les cremes aromatitzades i especiades.

A més a més els alumnes van poder aprendre en el marc dels assortiments de formatges (tipus, quantitats, presentacions, acompanyants), quins són els millors moments per consumir-los, com es poden

presentar, com es poden tastar i maridar i les diferents possibilitats de celebracions amb formatges (fondues, raclettes, arrossos i pastes, tortes, farciment, galetes i dolços).

A grans trets doncs, els alumnes van aprofundir en les possibilitats que ofereix el món dels formatges i van poder agafar idees per a presentar i assessorar en els seus establiments.





XI CONFRARIA DEL GRAS I MAGRE

Com ja ve sent tradició els carnisers-xarcuters de Catalunya hem celebrat la Gran Trobada de la Confraria del Gras i Magre. Enguany ha estat la onzena edició i ha tingut lloc a la Finca Mas Solers de Sant Pere de Ribes (antic Casino) on el col·lectiu ja havia celebrat diferents esdeveniments anys enrere. Més d'un centenar de persones, la majoria d'ells Confreres de vocació, es van reunir al majestuós espai de Mas Solers per celebrar la XI Gran Trobada de la Confraria del Gras i Magre en un dia que esdevé la festa per antonomàsia del nostre col·lectiu.

Pocs minuts abans de les onze del matí començava a arribar el gran gruix dels assistents, vestits ja de gal·la amb la capa, el barret i la medalla de Confreres. A poc a poc, la resta de Confreres, familiar, i amics, tots ells simpatitzants del món de la carn, anaven fent acte de presència. Amb tothom ja congregat va ser l'hora de fer una visita per unes instal·lacions que tot i que alguns trepitjaven per primer cop, la gran majoria ja coneixia i admetia tenir-ne grans records. Especial va ser l'esdeveniment d'homenatge a les dones xarcuteres que el Gremi de Barcelona va fer ara ja fa una bona pila d'anys.

Personal de la Finca Mas Soler va encapçalar un recorregut per les instal·lacions explicant-ne la història i les modificacions que, obligats pel pas del temps, s'han hagut de fer en un recinte que avui, sembla digne de palau. La visita va durar prop de mitja hora i va precedir l'inici de l'acte central de la Gran Trobada de la Confraria; sense dubte un dels moments més emotius del dia. El Gran Mestre de la Confraria, Pròsper Puig, el Mestre de Cerimònies, Josep Dolcet, i el president de la Fundació Oficis de la Carn, Joan Estapé, van ser els primers a rebre els dos Confreres d'Honor, l'Ada Parellada, cuinera i propietària



del restaurant Semproniana de Barcelona, i el Tomàs Molina, físic i presentador del Temps de TV3 i del programa Espai Terra de la mateixa cadena. Un cop trobats i saludats uns i altres van entrar a l'espai reservat per l'acte central i el Mestre de cerimònies, Josep Dolcet, va agafar la batuta presentant l'acte i exposant la seva satisfacció de poder celebrar un any més la festa dels carnisers-xarcuters. Acompanyant les seves paraules d'una agradable benvinguda a tots els presents va procedir a posar un distintiu a aquells Confreres que celebraven 5 anys com a membres de la Confraria. Es distintius van ser per a Victoria Roig, Josep Barbany, i l'Albert Trilla.

Seguidament el Mestre de cerimònies va cridar un a un als nous Confreres, i els Mestres de la Taula de la Confraria els van vestir amb la capa, el barret i la broca insígnia de la Confraria. Ja vestits i també, un per un, els nous Confreres van llegir el

jurament i es van comprometre a enaltir els valors de la carn i els embotits així com a defensar-los davant dels detractors –moment en el que a més d'un li va venir al cap l'injustificable i poc curós informe de l'OMS de setmanes enrere-. La Gran Taula dels Confreres va decidir enguany, anomenar nous Confreres als germans Vivet, el Jordi i el Miquel, avui màxims responsables de Cal Vivet de Sentmenat i fills d'un Confrare històric.

Vestits els nous Confreres i distingits els Confreres de més de cinc anys va arribar el moment d'investir als Confreres d'Honor, Ada Parellada i Tomàs Molina. El Josep Dolcet va fer un recorregut per la trajectòria professional i persona de cada un d'ells i va fer constar que havien estat designats per decisió unànime per els Mestres de la Confraria. Individualment, tots dos van dirigir unes paraules als assistents i van coincidir a mostrar-se orgullosos i agraïts del nomenament que se'ls feia.



Finalitzat ja l'acte central de la XI Gran Trobada de la Confraria els assistents van passar al saló Hispano-Suïza on van poder gaudir, primer d'un aperitiu que va servir no només per enganyar la gana durant una estona, sinó també per xerrar i retrobar-se de forma individual amb companys de professió amb qui tots tenien ganes de compartir idees i intercanviar opinions, i segon d'un dinar amb lligat de llagostins del Mediterrani i porros, milfulles de meló ibèric i patata confitada amb salsa Pedro Ximénez i sorbet de mandarina amb gelat de fruits vermells.

Havent dinat, i després dels cafès, el Mestre de cerimònies va fer pujar a l'alumne del Cicle de Grau Superior Ignasi Cros Alsina i el president de la Fundació Oficis de la Carn li va fer entrega del premi d'Estímul a l'Estudi i a l'excel·lència acadèmica. En un emotiu discurs, l'alumne

va agrair el premi i al jurat per haver-lo escollit. El discurs de l'Ignasi (acomiatat amb un gran aplaudiment) va estar precedit per un discurs igual d'emotiu del president de la Fundació Oficis de la Carn, Joan Estapé, en el que va felicitar l'alumne per el premi atorgat i va destacar la passió del sector i la força d'aquest envers les darreres notícies de la OMS. Així mateix el Sr. Estapé va fer pujar als presidents dels altres Gremis perquè l'acompanyessin en un reconeixement al fins fa poc secretari general de GremiCarn, Enric Pera. L'Enric va fer un repàs dels seus anys treballant pel col·lectiu i els seus primers passos en la creació de la Confraria.

La XI Gran Trobada va arribar a la seva fi, pels vols de dos quarts de sis i esperant que la propera, sigui millor si escau, que la d'aquest any.



JORNADA TÈCNICA

Novament, en el marc de l'Hotel Porta Fira de Barcelona, i ja en van tres edicions, el Gremi de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques (Gremicarn, en endavant) va organitzar la Jornada Tècnica del 2015.

En aquesta ocasió els ponents escollits van ser el Jordi Mas i el Gonzalo Bernardos, dos personatges de sobres coneguts per als agremiats, el primer per la seva proximitat amb el col·lectiu i el segon per el seu perfil mediàtic.

Així doncs gairebé 80 persones van reunir-se en una sala polivalent de l'hotel per escoltar, agafar idees i compartir impressions amb els companys de feina, amb el col·lectiu. La primera ponència va ser a càrrec del Jordi Mas, i tenia un lema ben clar: hem de pensar en gran. Sota aquesta premissa es va desenvolupar una ponència que va ser realment dinàmica i participativa i en la que el Jordi va explicar que s'han de trobar fórmules que ens ajudin a vendre més. "El gran repte és que hem de vendre. Abans despatxàvem i ara venem" – citava amb seguretat. Així mateix també

explicava que si no entra gent a la nostra botiga l'hem d'anar a buscar. "Hem de tenir venedors, no expenedors"-proseguia. En un tarannà proper preguntava als assistents si tots ells sabien què havien de vendre l'endemà, quina quantitat, si sabien quin volum necessitaven facturar per a ser rentable. Va insistir també amb la importància de creure en qui som per tenir credibilitat davant dels nostres clients. "S'ha d'alinejar el concepte botiga amb qui som"-afegia.

A més a més va fer palès que el client és qui determina qui ets. En aquest sentit és important fer focus de grup, és a dir treure informació dels clients per saber què pensen. Un dels pilars de la ponència del Jordi Mas va ser la idea de transmetre valors, un aspecte fonamental per als nostres negocis. I en aquest sentit "la decoració és vital"- afirmava. En Jordi va incidir en què s'ha d'impactar als clients, posar música a l'establiment i instaurar noves idees, diferents, amb valor. Seguidament es van projectar un seguit d'exemples de decoració d'establiments de diferents sectors i va concloure assegurant que les persones són veritablement la clau de l'establiment. El Retail



són persones i les persones que treballen a l'establiment han de tenir passió. Deia que la nostra feina no ha de ser motivar, ha de ser no desmotivar. Concloïa que tots vivim del servei i que la satisfacció d'un establiment ha de ser veure com els clients són ben atesos i surten contents. Així és com es manifesta l'excel·lència de l'establiment. "Tu ets la clau del teu establiment, diferencia't" –acabava dient abans de que la sala aplaudís per una més que satisfactòria ponència.

A continuació i després d'un "coffe break" en el que els protagonistes van ser els agremiats i on van compartir impressions i valoracions amb els companys de professió, va ser el torn del Gonzalo Bernardos.

En Gonzalo va iniciar la seva ponència contextualitzant el moment econòmic actual per a situar a la gent i en aquest sentit es va referir a alguns elements causants. La caiguda del preu del petroli, es disminueix la demanda però la oferta és manté, la compra de deute públic per part del Banc Central, la devaluació de l'euro, d'un 20% i l'augment de les exportacions, que són molt altes fora de la UE. Així mateix el Gonzalo encoratjava els assistents a seguir invertint i no aturar-se atès que hi haurà uns tipus d'interès molt baixos i això permetrà l'augment del consum i de la despesa de les famílies, que suposa un 56% el PIB.





El Gonzalo va animar als professionals del sector a pensar en el seu tipus de producte en funció de la localització on estigui l'establiment, en funció del barri. També va fer constar que les grans superfícies no són en cap cas la competència dels carnisers-xarcuters minoristes ja que “els pakistanesos amb l'alteració dels horaris comercials, obren fins i tot els diumenges) han passat la mà per la cara als grans supermercats que ara perden quota de mercat” –assegurava. I nosaltres –deia- també podem guanyar quota de mercat. Hem de tenir un establiment amb un molt bon disseny i pensar molt amb la usabilitat, que estigui ben il·luminada i neta. “S’han de vendre sensacions”. Això es resumeix en servei. S’ha d’aconseguir que la compra sigui una diversió. En Gonzalo va posar èmfasi en tenir un catàleg de productes, en portar el menjar a casa del client si convé. Parlava també de que el producte ha de ser molt fàcil de

consumir. “La gent no menja fruita perquè li fa mandra pelar-la” – posava d'exemple.

A més a més va fer referència al sistema del take away com a possible model d'èxit i a la necessitat de pensar en créixer, i fer-ho sense gastar diners. “Amb una franquícia per exemple”- va comentar per acabar. Després d'una sonada ovació el Gonzalo, igual que havia fet el seu predecessor, va respondre les preguntes dels assistents.

La Jornada Tècnica va finalitzar amb un parlament del president de Gremicarn, el Sr. Joan Estapé, en el que va agrair als ponents i als assistents i en el que va destacar la presència de joves entre el públic, un fet que sense dubte, parla de relleu i de cap a on han d'anar els nostres negocis.



VI EDICIÓ DE LA FIRA MERCAT DE MERCATS

La Fira Mercat de Mercats va celebrar enguany la seva sisena edició. Consolidada ja com a gran festa gastronòmica de la ciutat de Barcelona, laAVINGUDA de la Catedral de Barcelona va acollir durant el cap de setmana del 23 al 25 d'octubre més de 265.000 persones, uns números d'assistents molt semblants als de l'edició de l'any passat.

Mercat de Mercat té l'objectiu de trobar el millor de tots els mercats de Barcelona en un únic mercat. Un mercat en el que es reuneixen representants dels principals mercats de barri de la ciutat i que també disposa de la presència d'importants productors agroalimentaris i vitivinícoles de tot Catalunya.

Novament, l'essència d'aquesta fira han estat les desenes de paradistes que segueixen el negoci familiar, provinents dels mercats municipals dels barris i amb generacions i generacions de tradició a les seves esquenes. Paradistes que venen qualitat i que tenen un valor afegit que convé destacar: la vinculació amb el client.

Enguany Mercat de Mercats ha comptat amb 23 parades de mercats, 20 productors de proximitat, 10 cellers de vins i caves de Catalunya i 14 bars i restaurants que han servit 65.000 tiquets de degustació. A més a més entre les novetats d'aquesta edició cal destacar que hi ha hagut un país convidat, Perú, amb un espai reservat per a una selecció de paradistes artesans amb productes típics de la cuina peruana. Val a dir que els seus sabors i productes han sorprès en degustacions gratuïtes als visitants.

Paral·lelament, les aules de divulgació culinària i de tast, que enguany han modificat el seu espai per donar cabuda a més espectadors, han acollit 45 activitats amb gran participació per part del públic assistent.

En el darrer dia de la Fira l'alcalde de la ciutat va fer una visita per el recinte destacant que "ha estat un èxit de convocatòria, una festa cívica amb una assistència de públic molt diversa que posa en valor els 40 mercats de Barcelona, la seva activitat i els productes de proximitat que allà s'hi troben".



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





RECONeixEMENT A LES EMPRESSES DEL MÓN DEL COMERÇ

El passat més d'octubre, a Barcelona, hi van tenir lloc dos esdeveniments rellevants per al món del comerç i per als seus professionals. En primer lloc l'Ajuntament de Barcelona va celebrar al divuitena edició del Premi Comerç de Barcelona (abans Premi Barcelona, la millor botiga del món) a l'Auditori i en segon lloc la Cambra de Comerç de Barcelona va guardonar a 147 empreses com a reconeixement a la seva trajectòria en la dinovena edició del Dia de la Cambra.

Pel que respecte al Premi Comerç de Barcelona, es tracta d'un reconeixement a la tasca del comerç com a generador d'ocupació i facilitador de cohesió social i territorial. En aquesta edició es van repartir fins a 8 premis, tots ells destinats a establiments que impulsen un model de proximitat arrelat al territori, respectuos amb la diversitat i amb un valor afegit ambiental o social. A més a més durant l'acte es va lliurar també el Premi Mercats de Barcelona (que celebrava la sisena edició) en el que va sortir guanyadora la proposta presentada per l'Associació de Venedors del Mercat de la Vall d'Hebron. En el marc d'aquests premis també es va fer una menció especial a David Carnissers, del Mercat de Sant Caterina, pels 25 anys de trajectòria.

I de trajectòria a trajectòria. I és que al dia següent la Cambra de Comerç de Barcelona celebrava la dinovena edició del Dia de la Cambra a l'emblemàtica Casa Llotja de Mar de la ciutat i on va guardonar a empreses amb una trajectòria d'entre 50 i 200 anys en reconeixement al seu esforç i consolidació en el temps. En aquest sentit van resultar premiats en la categoria de 100 anys la **Cansaladeria-Xarcuteria Estapé Mir** i **Cansaladeries Galinsoga**, del Mercat d'Hostafrancs i el Mercat de Sants, respectivament. El president de la Cambra, el Sr. Miquel Valls va destacar la longevitat d'aquestes empreses gràcies a empresaris amb visió de futur i valentia que han transmès els seus propis valors. Durant l'acte, **el Sr. Joan Estapé i Mir**, propietari de la Cansaladeria-Xarcuteria Estapé Mir i president de GremiCarn, va dirigir unes paraules als assistents en els que va assegurar que una de les claus per arribar a 100 d'història és "suar la cansalada". A més a més també va voler defensar la importància dels Gremis com entitats que creen cohesió empresarial i la importància d'una institució com la Cambra que defensa els interessos de tots els empresaris.



LA FIRA ÀPAT 2015

Dissenyada en els seus inicis amb l'objectiu d'esdevenir un espai per potenciar la relació entre productors i consumidors d'aliments fets a Catalunya, Fira Àpat va celebrar enguany, del 23 al 25 d'octubre, una nova edició al mític emplaçament de la cúpula del recinte Firal de les Arenes de Barcelona.

A la Fira, els expositors (botiguers, distribuïdors, restaurants i hotels) van poder donar a conèixer els seus productes a clients potencials, i van poder desenvolupar possibilitats reals de negoci entre els assistents. En definitiva, es tractava d'impulsar els productes catalanes de qualitat, fer conèixer el producte català al públic general, i augmentar el consum de producte produït a Catalunya.

El perfil dels expositors de la Fira Àpat, entre els que hi destaca Cal Vivet, agremiat de GremiCarn, és el

de botigues i intermediaris de producte alimentari basats en el producte de qualitat, proximitat, km 0 o ecològic. Empreses amb seu a Catalunya que valoren l'origen i les característiques d'un bon producte i professionals que en molts casos ja tenen una xarxa de contactes de proveïdors però que tot i això proven d'augmentar la seva gama. Clar està que la dualitat de públic professional i general augmenta les capacitats de generar contacte i negoci.

Tot sovint, i per molt que sembli un embolic o un afegit de feina innecessari, la participació en aquesta tipologia de fires dóna valor als establiments del nostre sector, permet la promoció dels productes i esdevé com a eina de relacions amb professionals i també particulars, que de forma directa o indirecta, poden generar més ingressos per a les carnisseries-xarcuteries.





LA CAMBRA PREMIA ALS ESTABLIMENTS ANTICS

Carnisseria Dalmau (1962), de Palamós; Carnisseria Negra (1875), de Santa Coloma de Farners, van rebre els guardons que reconeixen la seva trajectòria com a establiments històrics que atorga la Cambra de Comerç de Girona. Als guardonats se'ls va lliurar una placa de forja que podran lluir a l'exterior del seu establiment.





ELS CARNISSERS AL FÒRUM GASTRONÒMIC (CAPÍTOL I)

Els dies 15, 16 i 17 de novembre de 2015, el Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les comarques Gironines, van estar al Fòrum Gastronòmic de Girona. Atreveix-te era el seu eslògan, i volien provocar als carnisers, cuiners i clients finals a incorporar als plats de casa o de les cartes dels restaurants la Botifarra Dolça.

Al darrer Fòrum Gastronòmic (Girona, 15-17 de novembre) els carnisers i xarcuters artesans de les comarques gironines van sorprendre tothom que passava per l'stand 301. Pels que no vau tenir ocasió de veure'l, us el descriu: L'stand era folrat de rosa i blanc, a ratlles com una lla-minadura, i l'eslògan era un gran ATREVEIX-TE en relleu que gairebé feia 2 metres de llarg. Atreveix-te a què, us deu preguntar? Un moment que us dic els ingredients de l'atreviment, que també apareixien penjats en relleu a les parets: energia, nostra, evolu-ció i Trempera! Justament aquesta darrera paraula va fer fortuna (serà perquè som trempats? perquè en volem tenir més?). En qualsevol cas, tothom que passava per l'stand s'hi va voler fotografiar amb un somriure als llavis: companys xarcuters i carnisers,

hostalers, cuiners (fins i tot amb estrella), reporters, polítics, i visitants de tot tipus i condició.

ATREVEIX-TE, sí, amb la botifarra dolça. Potser molts us preguntareu si no ens hem begut l'enteniment, els del gremi... Què fem al gremi, promocio-nant un producte dolç? Doncs ben fàcil, la botifarra dolça és un producte ben nostre i, fins ara, només nostre, ja que només el produïm a les carnisseries artesanes de la demarcació de Girona.

Pocs són els que coneixen la botifarra dolça, per sota de la Tordera, però es tracta d'un aliment amb se-gles a la cuina empordanesa i gironina. Una men-ja molt valorada però poc utilitzada. Heus aquí el problema... o més ben dit, el repte! Com fer que

ressorgeixi, com fer que es torni a valorar aquest “aneguet lleig” de la nostra gastronomia?

Doncs provocant, ensenyant i mostrant les aplicacions culinàries de la botifarra dolça a tothom. I també encomanant la nostra trempera dolça, posant l'atreviment en mans dels visitants: tothom que volia li regalàvem una botifarra dolça crua i li demanàvem que experimentés, i que si per descomptat en feia alguna cosa que considerés original, ens enviés la recepta al Gremi. I pels que no tenien temps o ganes de cuinar (o totes dues coses alhora) els ensenyàvem la novetat de les Dulsas, la botifarra dolça cuïta i envasada, que ja fem molts carnisers del Gremi.

Per encomanar la nostra trempera amb energia i fer evolucionar la botifarra dolça, el diumenge anterior al Fòrum una vintena de carnisers ens vam reunir al Restaurant Mas Pau d'Avinyonet de Puigventós. I és que les idees memorables sempre són comparatives, i així la trempera s'encomana. Cadascú hi va portar un o dos plats amb la botifarra dolça o el fuet

dolç d'ingredient. Uns feien les fotos, professionals i tot, els altres emplataven, els altres reien, tots menjaven,... i de tota aquesta xefla en van sortir una carta dolça de carnisers amb 26 plats (aperitius, primers i segons plats, postres i petit fours) i unes fotos per ensenyar a l'estand i així mostrar que encara hi ha molt de camp per recórrer amb la botifarra dolça.

Tenim corda per estona, però malauradament l'espai se'ns acaba, així que serà en el proper número del Gras i Magre on explicarem més tècnicament què és pot fer amb la botifarra dolça. I si cal farem un curs amb els carnisers d'arreu per ensenyar-vos a fer-la i com la podeu vendre als clients... Però això serà al març.

De moment us deixem amb les fotos de molts companys que van passar per l'estand i algunes cares conegudes estrellades com Joan Roca o Paco Pérez...

I si tot va bé el mes de març li donarem a la botifarra dolça una altra imatge: la d'un cigne preciós.



ELS CARNISSERS ES FORMEN



Panellets de botifarra dolça

La Mireia Fàbrega de la Carnisseria Casa Daniel i en Toni Vilà de la Carnisseria Seli de Torroella de Montgrí a l'obrador d'en Toni Vilà varen ensenyar com elaborar panellets de botifarra dolça.



Primer de tot els varen explicar quins son els ingredients que es necessiten i com fer la massa dels panellets i tot seguit els assistents varen poder elaborar 3 tipus de panellets: amb panses i pinyons, amb ametlla i amb xocolata i festucs.



Fotografia amb mòbil

Cada cop més la fotografia es un factor important a les nostres botigues ja que es la manera en que ens comuniquem i mostrem els nostres productes a través de les xarxes socials, per tant es molt important saber ensenyar a través de la fotografia allò que vols transmetre. En aquest cas, en Jordi Ribot, fotògraf professional, ens va fer 2 sessions on ens va explicar factors determinants a l'hora de fer una fotografia, com pot ser: la



il·luminació, crear un bon lloc per obtenir una bona fotografia, la creativitat i editar la fotografia.

A la segona sessió, vàrem poder posar en practica tot allò que ens va ensenyar.

11ª JORNADA GASTRONÓMICA DE LA BALDANA DARRÓS

L'últim dissabte d'agost de cada any a la població de Camarles, (Delta de l'Ebre) i a l'entorn de la Torre de Camarles, se celebra la Jornada Gastronòmica de la baldana darrós, embotit típic de les Terres de l'Ebre. Aquest embotit es fa amb arròs, sang, greix de porc, ceba, sal i espècies. El motiu de la jornada és promocionar les baldanes fora de les nostres terres, aprofitant la visita de turistes al Delta, siguin de la resta del país o estrangers. Durant la jornada es poden degustar diferents plats culinaris fets utilitzant com a base "la baldana darrós": des de la baldana

recien cuita, fins a canalons, lasanyes, albergínies, patates i xampinyons farcits, raviolis, copa tres textures, tartaletes, mil fulls de patata amb baldana i Porto, ous al plat, ous pochê, pastissats, dolç de mil fulls, tot com hem dit abans, elaborat amb base de baldana darrós i com a novetat aquest any baldanes darrós i ostres. Tots aquests plats els van presentar el comerç centenari local "La Carnisseria del Paulo" propietat del matrimoni Armando Curto, Quimeta Calduch i la filla Gloria que hi donarà continuïtat a l'empresa Carns Curto, SL. agremiada



FE D'ERRATES

CARNISSERIA BONET ÉS UNA EMPRESA DE TARRAGONA ADHERIDA A LA CAMPANYA DE REDUCCIÓ DE SAL I GREIX I QUE HI PARTICIPA AMB ELS PRODUCTES: LLONGANISSA FRESCA, HAMBURGUESA DE VEDELLA I HAMBURGUESA DE POLLASTRE.

"Proyectos a su medida"

De principio a fin.

En Singular Shop nos implicamos de principio a fin, ofreciéndole todos los servicios para la creación o reforma de su establecimiento. Empezamos por visitar su local, para crear posteriormente un proyecto y llevarlo a cabo de manera integral. Para ello, contamos con una fabricación propia a medida, tanto de vitrinas frigoríficas como de los distintos elementos y así darle la solución perfecta. Contacte con nosotros sin compromiso y le mostraremos todo lo que podemos hacer para mejorar su comercio.

Telf. 661 932 488
www.singularshop.es





LLIÇONS DE LIDERATGE

En aquest article he volgut fer una reflexió sobre la necessitat de liderar, ja que no és el mateix manar que liderar, i en els temps actuals, és més que necessaris bons líders, per fer projectes sòlids i perdurables en el temps, característica bàsica de la empresa familiar.

És per això que vull parlar d'un aventurer que deixa de ser-ho per convertir-se en líder i heroi, en canviar la seva missió d'arribar al a l' Antàrtida, per salvar la vida a tots els seus homes. Del seu relat es poden extreure 10 lliçons útils a aplicar en les nostres companyies per influir lideratge.

El 1914 Ernest Shackleton, es va embarcar juntament amb el seu equip de mariners i científics, en el seu intent per fer la primera travessia a l'Antàrtida. Shackleton, era un autèntic líder, en aquesta expedició va haver de lluitar amb tota mena d'adversitats i va demostrar el seu lideratge en una

situació límit salvant les vides dels membres de la seva embarcació.

Gràcies a aquesta experiència es poden analitzar les **"10 Estratègies per liderar al límit"**, que Shackleton, va utilitzar per tornar com un heroi, sense haver aconseguit la missió inicial que s'havia proposat.

1. Visió i Victòries ràpides

Un bon líder ha de tenir clar la visió que vol aconseguir. Per a això cal fixar-se petits objectius, en direcció a l'estratègia final. S'ha de ser conscient que les

Jordi Mas

Conseller delegat MAS GOURMETS
Fundador y Director Ejecutivo CREARMAS
Profesor Graduat en Comerç i Distribució.
ESCODI - UAB





conseqüències que vagin passant al llarg del temps, poden modificar la visió estratègica. Pel que en lloc de mirar tan lluny cal planificar petites metes.

2. Simbolisme i exemple personal

El líder és un símbol i té posicionada una marca. Un bon líder ha de donar exemple en tots els seus actes. D'aquesta manera la seva marca agafarà força i dit exemple canalitzés satisfactòriament en tot l'equip. Els missatges que llança el líder, no poden ser contradictoris amb els seus actes.

3. Optimisme i realitat

Un líder no pot inspirar victimisme, ja que és el pitjor que pot fer per oferir confiança entre el seu equip. Ha de ser optimista, ser positiu i ser conscient de la realitat, però mai ha de mostrar signes de debilitat.

4. Resistència

S'ha de ser fort i ser conscient que les adversitats, donen seriosos motius de fragilitat en ocasions, de manera que el líder ha de cuidar d'ell i del seu equip. S'ha d'estar en perfectes condicions físiques i mentals, per afrontar llargs moments d'adversitat.

El missatge de Grup En una missió de grup amb situacions límits, és molt important reforçar el missatge d'unitat.

5. Valors clau de l'equip

En una situació on qualsevol error pot ser motiu de perill per a qualsevol membre de l'equip, és molt

important no mostrar diferències jeràrquiques a l'equip, el líder és qui mana i tots els col·laboradors assumiran una posició d'igual fins a sortir de la situació límit.

6. conflicte

Qualsevol conflicte que s'instauri en el grup pot originar una debilitat amb greus conseqüències. Cal ser implacable, i no tolerar cap situació que pugui tensar la unitat del grup.

7. Relaxeu-vos

Cal buscar motius de distracció que ajudin a relaxar al grup. La salut mental i clau en situacions extremes.

8. Risc

No cal assumir riscos innecessaris, però quan es té la certesa que el risc val la pena, cal assumir-fins al final.

10.Creativitat Tenaç

Cal tenir perseverança fins al final, per a això és importantíssim ser creatiu, ja que ajudarà a buscar noves vies per tirar endavant.

A les empreses, cal tenir un perfil de lideratge per poder fer-les sostenibles en el temps i poder fer front a totes les adversitats, les lliçons d'Ernest Shackleton, ens poden ajudar a reflexionar, sobre com no oblidar les regles bàsiques per fer front als obstacles i a ser valents, per assumir les nostres metes.

EL FACEBOOK, A LA TEVA BOTIGA

Albert Pozo

Adjunt Secretari General de
Gremicarn



Ha de tenir facebook la nostra botiga? Sí, imperativament. Aquesta xarxa social no només permet la interacció entre professionals del sector i clients potencials. També ens posiciona com empresa i esdevé una font d'ingressos, de notorietat i un canal que afecta sense dubte, a la nostra pàgina web. Expliquem com fer-ho i per què.

Crear el perfil d'una empresa a facebook és relativament fàcil, Només cal registrar-se i començar a rodar. Fins aquí, la majoria ho fem, i ens en sortim, però...ho estem fent bé? La realitat és que per saber si tenim èxit amb el facebook cal establir objectius i a posteriori analitzar si aquests, els estem complint. Els objectius no són negociables; estan marcats, pre-determinats per a qualsevol empresa. I són: crear comunitat (trobar a les persones que es senten identificades amb la marca), millorar la comunicació, branding (construir una marca en l'entorn digital), notorietat (augmentar la presència de la marca en l'entorn digital) i prescripció (afavorir recomanacions). Amb aquests objectius, a llarg termini, aconseguim tres coses: fidelització, captació de nous usuaris, i millora el servei prestat.

Però què és el que hem de publicar a facebook perquè generi rendiment? Doncs hem de generar contingut de qualitat, establir una periodicitat (mai més de dos dies sense publicar) i fer servir un llenguatge adequat, proper, precís. Les imatges, i els vídeos (mai de més de 15 segons) són molt preuats per als usuaris de la xarxa social facebook. Ara bé, cal que les imatges tinguin qualitat, sinó és contraproduent. I quin és el contingut de qualitat que hem de publicar?

Que la botiga obra en un horari determinat? NO! Aquesta no és la xarxa òptima per fer-ho. Que hem tret una nova hamburguesa de castanyes i moniato? Sí, acompanyat d'una fotografia de qualitat. A més a més és molt interessat fer campanyes publicitàries, sorteigs i demés. Això naturalment té un cost econòmic però es rendible perquè t'apropa als objectius principals que són els que hem comentat al principi.

I quan hem de penjar els continguts? Actualment està comprovat que la millor hora per penjar continguts a facebook és al migdia i a la nit. D'aquesta manera tenim més opcions d'aconseguir més abast amb les nostres publicacions. Però com ha de ser la pàgina de facebook de la nostra empresa? Per fer-nos-en una idea, podem utilitzar una eina anomenada socialbakers que analitza els "top" de cada sector i així veiem què fan a facebook perquè els hi vagi bé.

És bo també habitar-nos a posar "hashtags" (etiquetes) per arribar a més gent ja que si posem #hamburguesesdemaduixa qui busqui hamburguesa de maduixa ens trobarà.



Podem fer concursos (és recomanable fer-ho directament a la pàgina de facebook i no mitjançant una aplicació) per obtenir notorietat. En aquest cas hem de marcar la pestanya que trobarem a la part superior dreta de la publicació perquè les futures publicacions quedin per sota del concurs i que, aquest prevalgui sempre (fins que vulguem) com a primera publicació.

I finalment, com valorem l'èxit que tenim a facebook? Doncs amb el rati de conversió. Aquest es calcula dividint el nombre total de visites que tinguem (facebook ens ho diu) entre el nombre de trucades que rebem arran de facebook. Exemple: 1.000 visites i 10 trucades, tenim un rati de conversió d'1%. Per millorar aquest rati hem d'aconseguir visites de més qualitat. I com les aconseguim? Amb la font de tràfic. És a dir amb les visites que tinguem a la web des de facebook, i altres xarxes socials. I quina és la millor font de tràfic? El tràfic directe: quan ens busquen a google per nom.

Si tenim pàgina web, tenim facebook, i tenim alguna xarxa més, la gent quan entri a internet i busqui el nom de la nostra botiga, els primers resultats de pàgina que trobarà seran els nostres, i això ens donarà reputació online, un bé molt preuat dins del comerç. Utilitzar xarxes socials com facebook és important

per als nostres negocis, per a les nostres botigues, per a les nostres vendes i per a la nostra reputació.

Això si, no és una opció crear-lo i després no generar-hi contingut de qualitat, fer-ho de forma periòdica, i mantenir-lo actualitzat amb productes, ofertes, concursos i demés.

El facebook avui, ens agradi més o menys, és una eina de millora per a les nostres empreses. Sí, imperativament.





PROgressar: Financem fins al 100% dels teus projectes professionals.

Vols progressar? Nosaltres t'ajudem a fer-ho. Financem fins al 100% dels teus projectes professionals amb unes condicions exclusives, un tipus d'interès preferent i unes comissions reduïdes.

Si ets membre del **Gremi de Carnissers Cansaladers Xarcuters de Barcelona i Comarques** i vols promoure la teva feina, protegir els teus interessos o els teus valors professionals, amb **Banc Sabadell** ho pots fer. Et beneficiaràs de les solucions financeres d'un banc que treballa en PRO dels professionals.

Al cap i a la fi, som el banc de les millors empreses.
O el que és el mateix, **el banc dels millors professionals: el teu.**

Truca'ns al 902 383 666, identifiqui's com a membre del seu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

bancsabadell.com



Captura el codi QR i
coneix la nostra news
'Professional Informa'

El banc de les millors empreses. I el teu.



COMARCALS

DIJOUS LLARDER

Població: Vic

Dates: 4 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Mostra de productes alimentaris típics d'Osona i de derivats del porc. Menús gastronòmics. Cursos i exhibicions de cuina. Xerrades.

Web: www.vicfires.cat

FIRA DE LA CANDELERA

Població: Molins de Rei

Dates: 5 - 7 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Planter i jardineria, maquinària agrícola i de jardineria, mostra de bestiar, fira tast de vins i caves, alimentació, sector comercial i d'automoció, indústria, brocanters i col·leccionisme, artesans i encants, fira natura, fira de les arts, mostra d'entitats, fira jove i CiberFira.

Web: www.candelera.cat

FIRA DEL FARRO

Població: la Vall de Bianya

Dates: 7 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes locals i artesans.

Web: www.valldebianya.cat



FIRA DE PRODUCTES ALIMENTARIS ARTESANALS

Població: Bagà

Dates: 14 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes alimentaris artesanals.

Web: www.baga.cat

FIRA DEL FAJOL

Població: Batet de la Serra

Dates: 14 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes elaborats amb fajol i productes agrícoles en general. Artesania i oficis tradicionals.

Web: www.batetdelaserra.cat

FIRA DE LA QUARESMA

Població: Tortellà

Dates: 14 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Alimentació, roba, complements, flors, motos.

Web: www.tortella.cat



FIRAPORC

Població: Riudellots de la Selva

Dates: 19 - 21 Febrer 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes derivats del porc i altres productes relacionats

Web: www.riudellots.cat

FIRA NATURA I MUNTANYA

Població: Sant Bartomeu del Grau

Dates: 5 - 6 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Comerç, artesanía i natura.

Web: www.sbg.cat

FIRA DEL TRUMFO I LA TÒFONA DE CATALUNYA

Població: Solsona

Dates: 5 - 6 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Patates, alimentació i jornada gastronòmica.

Web: www.solsonesfires.cat

FIRA DE LES 40 HORES

Població: Ripoll

Dates: 11 - 13 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Estands comercials i industrials; maquinària i automoció sector agrícola; artesanía alimentària i altres.

Web: www.ajripoll.cat

FIRA MERCAT DE LA BOTIFARRA DE LA GARRIGA

Població: la Garriga

Dates: 12 - 13 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Botifarres, productors locals, productes de proximitat

Web: www.lagarriaga.cat



FIRA DE L'EMBOTIT

Població: Olot

Dates: 12 - 13 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Embotits, formatges i productes alimentaris típics. Cerveses artesanes.

Web: www.turismeolot.cat

FIRA DE L'EMBOTIT DE BESCANÓ

Població: Bescanó

Dates: 13 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Embotit, formatges i altres productes alimentaris.

Web: www.bescano.cat



TECNOTAST

Població: Girona

Dates: 13 - 15 Març 2016

Periodicitat: biennal (parells)

Oferta a exposar: Equipaments i serveis per a l'hostaleria i l'alimentació.

Web: www.incatis.cat

FIRA MERCAT DEL RAM

Població: Tordera

Dates: 18 - 20 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Automoció, indústria, comerç, artesanía, serveis, mostra agropecuària.

Web: www.tordera.cat



MERCAT DEL RAM

Població: Vic

Dates: 18 - 20 Març 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Fira agroramadera; mostres d'alimentació, turisme, automòbils, ceràmica. Canals porcines i guarà català. Mostra de jardí i energies renovables.

Web: www.vicfires.cat

FIRA DE SANT JOSEP

Població: Gironella
Dates: 19 - 20 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multisectorial.
Web: www.gironella.cat



TASTAVERD

Població: Riudecanyes
Dates: 19 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes agrícoles ecològics (principalment oli i vi) i artesanía. Mostra d'oficis antics del món rural.
Web: www.riudecanyes.cat

FIRA MEDIEVAL

Població: Hostalric
Dates: 25 - 27 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes artesanals (alimentació, artesanía).
Web: www.turismehostalric.cat

MOSTRA DE FORMATGES ARTESANS DE CATALUNYA

Població: Sort
Dates: 25 - 26 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Formatges artesanals i activitats relacionades.
Web: www.sortturisme.com



MERCAT DE DIVENDRES SANT

Població: Torà
Dates: 25 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes alimentaris.
Web: www.tora.cat

FIRA FORMATGERA DE LA VALL DE RIBES

Població: Ribes de Freser
Dates: 27 Març 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes artesanals (embotits, formatges, mel) i elaboració de vins. Activitats complementàries.
Web: www.vallderibes.cat



AGROMERCAT. TASTA LA TERRA, GAUDEIX DEL PAISATGE

Població: Sant Pere de Ribes
Dates: Abril 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes alimentaris artesanals. Vins. Agroalimentació
Web: www.santperederibes.cat

FIRA D'ARTÉS

Població: Artés
Dates: 2 - 3 Abril 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Automoció, maquinària agrícola i ramadera, productes comercials i industrials, construcció, artesanía. Multisectorial.
Web: www.artes.cat

FIRA COMARCAL DE PRIMAVERA

Població: Campllong
Dates: 2 - 3 Abril 2016
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Ramaderia, maquinària agrícola antiga, maquinària industrial, artesanía, fira comercial.
Web: www.campllong.cat

FIRA DEL CONILL I DE L'ARTESANIA

Població: Vilafant

Dates: 3 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Mostra gastronòmica de conill. Productes i tallers d'artesanía.

Web: www.vilafant.com/firaconill.php



FIRA DE PRIMAVERA

Població: la Sénia

Dates: 9 - 10 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Comerç.

Web: www.lasenia.cat

FIRA MERCAT DE NAVARCLES. FIRA DE L'ABAT.

Població: Navarcles

Dates: 9 - 10 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial. Fira de l'Abat. Monacàlia.

Web: www.navarcles.cat

FIRA DE PRIMAVERA

Població: Navàs

Dates: 9 - 10 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial.

Web: www.navas.cat

FIRA DE LA CERVESA ARTESANA DE BEGUES

Població: Begues

Dates: 16 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Exposició i venda de cerveses artesanals. Degustació d'àpats productes Km 0.

Web: www.begues.cat

FIRABRIL

Població: el Perelló

Dates: 16 - 17 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Apicultura, agricultura i serveis.

Web: www.elperello.cat



FIRA DEL COMERÇ I LA INDÚSTRIA DE MARTORELL

Població: Martorell

Dates: 23 - 24 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial. Fira d'artesanía, cotxes, mercat ramader.

Web: www.martorell.cat

TONA ES FIRA

Població: Tona

Dates: 24 Abril 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Arts tèxtils. Mostra de formatges artesanals. Comerç local

Web: www.tona.cat

EXPO-EBRE. FIRA MULTISECTORIAL DE LES TERRES DE L'EBRE

Població: Tortosa

Dates: 28 Abril - 1 Maig 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial.

Web: www.tortosa.cat

FIRA D'ESPÀRRECS DE GAVÀ

Població: Gavà

Dates: 29 Abril - 1 Maig 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Agrícola, gastronòmica, comercial i institucional

Web: www.gavaciutat.cat / www.portaleconomic.gava.cat

FIRA BALAGUER

Població: Balaguer

Dates: 30 Abril - 1 Maig 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes alimentaris, gastronomia, jornades d'apicultura, concurs de mels i jornades tècniques.

Web: www.balaguer.cat

FIRA MERCAT DE SANT PONÇ

Població: Mataró

Dates: 30 Abril - 1 Maig 2016

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Mel, confitura, formatges artesanals, arrop.

Web: www.mataro.cat



Servei integral per al professional de la carn



Mescles
d'espècies i
preparats

Marinades i
adobats

Ingredients i
additius

Estris
i petita
maquinària

Tripes
artificials i
naturals

Equipament
professional



C/Potosí, 28-30 - 08030 Barcelona.

Sortida 30 de la Ronda Litoral (al costat de La Maquinista)

Horari: De dilluns a dijous, de 8.30 a 17.30 h. Divendres, de 8.30 a 14.00 h. Aparcament per als nostres clients

Tel: 93 360 09 70

pratsnadal@pratsnadal.com · www.pratsnadal.com



NACIONALS

XANTAR 2016 OURENSE SALÓN GALLEGO DE GASTRONOMÍA Y TURISMO

Població: Ourense

Dates: 3 - 7 Febrero 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Gastronomía y Turismo

Web: www.xantar.org

GUSTOKO 2016

Població: Bilbao

Dates: 12 - 14 Febrero 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Alimentación y gastronomía

Web: www.gustoko.eu

SALÓN GOURMETS 2016

Població: Madrid

Dates: 4 - 7 Abril 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a exposar: Alimentación y gastronomía

Web: www.gourmets.net

ALIMENTÀRIA. SALÓ INTERNACIONAL DE L'ALIMENTACIÓ I BEGUES

Població: l'Hospitalet de Llobregat

Dates: 25 - 28 Abril 2016

Periodicitat: biennal (parells)

Oferta a exposar: Vins i begudes espirituoses; oli d'oliva i olis vegetals; productes làctics i els seus derivats; aigües, begudes refrescants i cerveses; productes càrnics i derivats; dolços, galetes i confiteria; conserves i semiconserves; productes del mar, aquicultura i piscifactoria; productes congelats; alimentació ecològica; alimentació fora de la llar; pastes, arrossos, salses i altres.

Web: www.alimentaria-bcn.com

INTERNACIONALS

PRODEXPO 2016

Població : Moscú, Rusia

Dates: 8 – 12 Febrero 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a Exposar: Alimentación y gastronomía.

Web: www.prod-expo.ru/en

CFIA 2016

Població : Rennes, Francia

Dates: 8 – 10 Marzo 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a Exposar: Alimentación y gastronomía

Web: www.cfiaexpo.com

INGREDIENTS RUSSIA 2016

Població: Moscú, Rusia

Dates: 15 – 17 Marzo 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a Exposar: Ingredientes, aditivos y saborizantes.

Web: www.portalferias.com

SOL & AGRIFOOD 2016

Població : Verona, Italia

Dates: 10 – 13 Abril 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a Exposar: Alimentación y gastronomía

Web: www.solagrifood.com/en

WORLDFOOD WARSAW 2016

Població : Varsovia, Polonia

Dates: 19 – 21 Abril 2016

Periodicitat: Anual

Oferta a Exposar: Alimentación y bebidas

Web: www.worldfood.pl



**VENDES****LOCALS**► **Es lloga:**

Fabrica d'embotir al pol. Ind. 4 Montferrer (Lleida)
A 10 kms d'andorra
Sala d'embotir 150 m². Sala de desfer 108 m², punt de
venta 151 m²
Amb les corresponents camares
Mòbil 657.63.58.00

► **Es lloga:**

Carnisseria xarcuteria i plats cuinats per jubilacio
Bona situacio a 100 m. Del mercat,
Estacio de tren i autobusos.
140 m² de botiga amb obrador i camera
Interessats trucar al 972 50 49 11
Mòbil 675 042 615 - Preguntar per Josep

► **Es ven:**

Nau industrial frigorifica al P.ind. a prop de la Bisbal
d'Emporda.
Instal.lacions en molt bon estat, utilitzades com a
fabrica d'embotits, pero adaptables altres activitats.
Disposa de 4 equips de refrigeracio i secadero 340 m²
(planta i altell) preu 350.000Eur.
Mobil 638.86.11.41 Preguntar per Pere

► **Es ven:**

Nau industrial de fabricacio d'embotits
Maquinaria inclosa
253 m² Nau 613 m² Terreny
Crta. Santa Eulalia, Km 4
Santa Eulalia Del Rio (Eivissa)
Tel. 971.33.82.29

► **Es ven:**

Doble cinta motoritzada
Encoladora/rebossadora
Bona producció
Preu a convenir
Mobil 609.31.53.30 Artur

► **Es ven:**

Embotidora 20 litres,
Maquina al buit (sobre mostrador) tecnotrip
Ralladora de formatges
2 Balances penjades electròniques
Tel. 93 751.32.54

► **Es ven:**

Amassadora 50 litres
Picadora marca mobba
Talladora bizerba
Bascula de peu 150 kgs.
Mòbil. 676.01.13.90

► **Es ven:**

Per jubilacio
Serradora de carn marca guardiola en bon estat
Talladora de fiambres marca colossal
Picadora cato
Mòbil 629.88.22.40

► **Es ven:**

Evaporador per obrador i sales de desfer
Mòbil 653.79.34.38
Tel. 977.838257

VARIS► **Es ven:**

Màquina de pasta fresca marca pat man
Preu a convenir
Tel. 93.869.81.86

► **Es ven:**

Maquina empaquetadora waldisa automatica
Amb molt bon estat
Tel. 93.735.63.56

► **Es ven:**

Balança micra, amb bateria
Balança dina
Congelador constan
Tel. 977.544.898
Mòbil 686.712.639

► **Es ven:**

Embotidora ramon de 40 l.
Tel. 972.57.01.51 - Pilar o Jaume

► **Es ven:**

Forn eurast – convaccio
Mòbil 667.41.69.17

► **Es ven:**

Maquina de bistecs Bicerba
Maquina de tallar ossos Guardiola
Maquina talladora d'embotits
Mobil. 629.76.20.47 Jose Luis

► **Es ven:**

Tunel de rentat safates marca Dinox
Injectora Roler
Maquina de compactar Cartro
Cutter de 80 litres marca Talsa
Tel. 93 783.00.81
Preguntar per Sr. Miquel o Sr. Llorens

► **Es ven:**

Maquina automatica formadora hamburgueses
Marca gase mod. V-3000, amb taula suport i cinta transportadora
Embolicar una o dos cares amb qualsevol paper (blanc o celofan), pot treballar sense paper
Preu 3800 euros
Mobil. 651.89.37.36 Preguntar per Albert

► **Es ven:**

Forn panda marca Lizondo
Bon estat, cocció en sec i humit, porta fumadora
Mobil 661.30.04.22 Preguntar per Jaume

► **Es ven:**

Mostradors, balances, moble de caixa , vitrina frigorifica
De tot tenim diferents mides
Tel. 972.22.52.52
Preguntar per Jordi o Roser

► **Es ven:**

Forn convoterm, abatidor de temperatura, taules, safates, envassadora al buit, vitrina frigorifica cruz entre d'altres coses
Mobil 619.71.31.77
Telefon 93.837.00.72

► **Es ven:**

Bombo marca tecnotrip, per fer pernills dolç, (20 unitats)
Tel. 973.51.08.70

► **Es ven:**

Vitrina, pilo de peu, pilo de sobre mostrador, aire acondicionat , pica amb pedal, taula inoxidable, estirores per pollastres sobre mostrador , balança dibal, i altres
Mobil 687.83.65.32

TRASPASSOS

► **Es traspasa:**

Xarcuteria – cansaladeria
Mercat sub - Oest Besos
Passadis central
Mòbil . 699.91.43.53

► **Es traspasa:**

Per enfermetat
Cansaladeria-Xarcuteria-Formatgeria
Mercat Collblanc (3 numeros)
Clientela fixa – en ple rendiment
A prop porta
Mobil 667.70.05.93

► **Es traspasa o lloguer:**

Per jubilacio
Carnisseria amb obrador centre de Figueres
En ple funcionament
Reformada fa 9 anys, amb taulell de 8 metres
Obrador equipat amb maquinaria industrial i cambra per 700 kgs diaris. (A prop de mercat i estacio d'autobusos i tren)
Telefon 972.50.49.11 - Josep

► **Es traspasa:**

Parada mercat Maignon (centre Badalona)
En ple rendiment i equipada
Preu: 50.000 Euros
Cal anar a l'ajuntament de Badalona per arreglar papers
Telefon 93.389.11.10

► **Es traspasa:**

Per jubilacio xarcuteria-cansaladeria
Mercat provençals (2 numeros)
I magatzem amb cambra frigorifica.
Mòbil 610.74.24.01

► **Es traspassa:**

Per no poder atendre
Cansaladeria-Xarcuteria-Queviures
Amb obrador – cambra
Mercat municipal de Rubí
Ben situada
Tel. 93.697.18.61

► **Es traspassa:**

Per jubilació parades Mercat Merçè
De cinc números (80-81-82-83-84) en ple rendiment
Amb denominació de xarcuteria-cansaladeria-queviures
(Especialitats amb pasta fresca, postres, dolços, bomboneria ect)
Mòbil 659.51.07.42 Preguntar Sr. Javier (tardes i nits)

► **Es traspassa:**

Botiga per jubilació de carnisseria-xarcuteria
En ple funcionament des de fa 40 anys
Molt bona situació comercial a Vilanova i Geltru
Tel. 93.815.29.52 / Mòbil 637.73.54.93
Preguntar per Paqui i Jaume

► **Es traspassa:**

Carnisseria –xarcuteria
A mollet
En ple funcionament
93 179.60.88

► **Es traspassa:**

Per enfermetat
Cansaladeria-xarcuteria
Mercat boqueria
Ben situada Passadis central
Totalment reformada
Mòbil 607.21.17.66. Preguntar per Enric

► **Es traspassa:**

Parada de xarcuteria (2 numos)
Amb cambra comunitaria. Molt ben ubicada
Dintre d'uns dels millors mercats de Barcelona
En ple funcionament des de 1952
Els mateixos propietaris als últims 20 anys
Preferentment família gallega
Interessats preguntar sr. Manuel
Mòbil 696.91.76.42

► **Es traspassa:**

Ocasio xarcuteria
Punt de venda totalment equipat dissenyat e instal·lat per Cruz sl
6 Anys d'antiguitat
Al centre de Sallent
Mòbil 619.71.31.77
Telefon 93.837.00.72

DEMANDES

► **Es compra:**

Bombo de 2ona mà
Inyectora 2ona mà
Un forn de vapor i fumador de 2ona mà
Tel. 93.769.00.18 - Preguntar per sr. Pere

OFERTES

► **S'ofereix:**

Carnisser xarcuter i elaborador d'embotits artesans
e-mail perepuig1@hotmail.es

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**

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

grasomagre
Petits Anuncis, grans resultats
truca i informa't 93 424 10 58

STORAGE SOLUTIONS!
We provide complete Property Management, Leasing and Real Estate Services for Residential and Commercial Properties.

HOUSE F
2 bed/2 bath op
condo comes with
charming living ro
Now only Sale

★ CALL M

★ ★ ★ ★ ★
EXCELLENT INVESTMENT
2 Family (DUPLEX)- Both units
types: I have 2 bedrooms and 1 bath
Property has



FÀCIL & RÀPID

Dissenya i imprimeix els teus porta preus de PVC personalitzats en només uns segons.

ELEGANTS & HIGIÈNIQUES

Reforça la teva imatge de marca amb les targetes porta preus i manté la higiene dels teus expositors.



Certificat 100% per a ús alimentari

www.porta-precios.com

evolis

TOT A PUNT



CRUZ

DISSENY I DESENVOLUPAMENT
DE NEGOCIS D'ALIMENTACIÓ

Des de la concepció de la idea, el desenvolupament i l'obra del local, la fabricació de les vitrines, el màrqueting i fins a l'últim detall perquè tot sigui a punt quan vostè ho ha previst.

A **Cruz** dissenyem la millor estratègia perquè el seu negoci funcioni des del primer dia.

ATENCIÓ AL CLIENTE (+34) 93 465 00 65

