Gras i Magre

LA REVISTA DE CARNISSERS XARCUTERS CATALUNYA | NOVEMBRE 2020 | N.187

Units pel sabor **del Nadal**

Aquest any, més que mai,
tornem a cuinar per tu

carnissers xarcuters catalunya

De com el porc va relacionar-se amb la religió cristiana

Campanya Units pel sabor del Nadal

La nova Escola de la Carn

VITRINES FRIGORÍFIQUES · INTERIORISME · IMATGE CORPORATIVA

LANGA
concept

Establiments amb ànima

T. 933 994 552

info@langaconcept.com
www.langaconcept.com

Can Miquel, Sant Feliu de Guíxols · Fotografia: Ramón Clemente

El per què de l'adhesiu de Carnissers Xarcuters Catalunya que hi ha encartat en aquesta revista

En aquest Gras i Magre us encartem l'adhesiu de Carnissers Xarcuters Catalunya corresponent a l'any **2021**. Aquest adhesiu és la identificació de la nostra professió, és la imatge amb la qual volem ser coneguts, reconeguts, apreciats i valorats per la societat. Un distintiu que se suma a la imatge i el bon nom que cada un de nosaltres tenim en el nostre entorn més proper.

Amb la marca Carnissers Xarcuters Catalunya, que va dirigida al consumidor final a través de les nostres botigues i les nostres xarxes socials, vol aconseguir incrementar la visibilitat de la nostra oferta comercial de qualitat i proximitat.

Els gremis, a través de la Federació, estem apostant per augmentar la confiança del consumidor actual en la nostra proposta comercial. També volem que el nostre ofici arribi a un nou públic més jove que, quan agafi la responsabilitat de la compra alimentaria, conegui la nostra proposta i la prefereixi per qualitat i varietat davant de models comercials més industrials i despersonalitzats.

És per totes aquestes raons que, a través de les campanyes que estem realitzant, mostrem la nostra marca, la de tots els professionals de la carnisseria xarcuteria de Catalunya. Al posar aquest adhesiu al nostre aparador, estem transmetent a la societat el nostre codi de valors, estem fent entendre als consumidors els atributs que ens són propis, i estem propiciant un entorn favorable a l'ofici i als nostres productes i serveis: confiança, proximitat i professionalitat.

En definitiva, es tracta de guanyar l'espai de la visibilitat i aconseguir posicionar els professionals del sector artesà carnissers-xarcuters com la primera opció de compra de carn i productes carnis de qualitat, propers i saludables.

És per això que us animem que enganxeu l'adhesiu a l'entrada del vostre establiment i així els vostres clients i veïns us relacionin amb totes aquelles accions publicitàries que es fan i es faran des de Carnissers Xarcuters Catalunya.

Codi de valors

1. Els carnissers i xarcuters de tot el territori català estem compromesos amb la qualitat i l'excel·lència del producte, **un producte bo, fresc i local.**
2. **La nostra oferta gastronòmica va més enllà del món de la carn**: oferim als nostres clients solucions nutritives, de qualitat, saludables i creatives.
3. Manifestem el nostre compromís amb el medi ambient i la sostenibilitat del planeta, i per això treballem per reduir al màxim l'impacte dels nostres envasos i embalatges.
4. Traslladem als nostres clients tota la **informació dels productes que elaborem i venem**.
5. **Ens comprometem amb els productors locals** per oferir una carn de qualitat i proximitat que compleix la normativa europea de benestar animal.
6. Som professionals escrupolosos en l'acompliment de les normatives higiènico-sanitàries que formen part del nostre treball.
7. La **formació continuada** és la senya de la nostra professionalitat: tenir un coneixement profund del nostre ofici ens permet fer uns millors elaborats, i ser innovadors i creatius.
8. Estem compromesos amb la comunitat on treballem.
9. Formem part del petit comerç de proximitat: l'entenem com un eix estratègic per unir i cohesionar els barris i pobles, per generar ocupació, per fer més sostenible la mobilitat de les persones i per fer rutllar l'economia del país.
10. **Defensem els productes carnis tradicionals d'elaboració artesana**, de la qual en som hereus, i que formen part de la cultura gastronòmica catalana.

sumari

07.
Editorial

08.
Units pel sabor del Nadal - La campanya de Carnissers Xarcuters Catalunya

12.
Entreteniments en temps de pandèmia

08 | De com el porc va relacionar-se amb la religió cristiana

16.
L'aviram: tradició i qualitat a taula per Nadal

18.
Hamburguesa. Burguer meat. Sant tornem-hi.

20.
Fundació Oficis de la Carn

20 | Escola de la Carn: La nova marca de l'Escola Oficis de la Carn

21 | Èxit de participació en el primer curs de la nova etapa de l'Escola de la Carn

22 | L'Auditori de l'IRTA-Monells es converteix en plató de rodatge per un dia

23 | La Fundació Oficis de la Carn estrena nou web: oficisdelacarn.cat

24.
Notícies destacades

24 | Sobre tàpers, la Covid-19 i el diari La Vanguardia

25 | Ja està disponible l'agenda d'autocontrol higiènic i sanitari 2021

25 | Torna el Concurs Nacional de Botifarra d'Ou Artesana

26 | Programa PAED: Programa d'Autocontrol de l'Etiquetat Duroc

28.
Oportunitats per a la digitalització de les xarcuteries catalanes

28 | La pàgina web

30 | Les xarxes socials

34.
Gremis al dia

34 | Barcelona

40 | Girona

41 | Tarragona

42.
Dossier

42 | Qualificació o competència professional

47.
Petits anuncis

Edita: Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers Xarcuters

Director: Oriol Tarrats

Coordinació: Barcelona: Cristina Domènech, Girona: Àngel Segarra, Tarragona: Sònia Castilla, Lleida: Josep Maria Tost

Administració i publicitat:
Consell de Cent, 80 - 08015 Barcelona
Tel. 93 424 10 58

Disseny: Cake communications

Impressió: SPM

De les opinions que s'expressen en els articles són responsables únicament els seus autors. Gras i Magre respeta la libertad y forma de expresión de todos sus colaboradores. Sus artículos están escritos en catalán, idioma própio de sus autores. Si alguna persona por residir fuera de Catalunya o por dificultad de comprensión, necesita una traducción de alguno de los artículos, gustosamente le será remitida por nuestra redacción.

Col·laboren:

Generalitat de Catalunya

T’oferim les carns de primera qualitat i els millors embotits de proximitat.

Amb compromís, excel·lència i passió pel que fem.

El nostre obrador no s’atura.
Seguim al teu costat.

Mestres del sabor des de 1926

SSS
1926

SUBIRATS
EMBOTITS

Obrador Subirats
Carrer Reus, 1, Santa Perpètua de Mogoda
08130 La Florida, Barcelona
subiratsembotits.cat

KM

BENESTAR ANIMAL WELFARE

187

Estem acabant un 2020 atípic i a inicis de la campanya de Nadal us fem entrega d'un nou Gras i Magre. Iniciem les primeres pàgines d'aquest número 187 parlant de la campanya de Nadal que s'ha creat des de Carnissers Xarcuters Catalunya per a transmetre una imatge actual i autèntica del sector carni a través del valor del nostre producte tot reforçant la nostra identitat compromesa amb la qualitat i amb el benestar dels nostres clients. Titulada "Units pel sabor del Nadal", volem traslladar a la ciutadania que el carnisser - xarcuter uneix a les famílies per Nadal.

En les següents pàgines, Josep Dolcet ens presenta "De com el porc va relacionar-se amb la religió cristiana" un article basat en una col·laboració seva a un Gras i Magre de fa més de vint anys; la Federació Avícola Catalana ens parla de les varietats d'aviram que destaquen al mercat durant les festes de Nadal i tornem a parlar sobre el debat entre el concepte d'hamburguesa i burguer meat.

En l'apartat de la Fundació Oficis de la Carn, tractem el primer curs híbrid de l'Escola de la Carn i les seves noves webs: la web de l'Escola de la Carn i de la Fundació. A notícies destacades fem un repàs de l'actualitat més recent del sector i remarquem les dates del pròxim Concurs Nacional de Botifarra d'Ou, i en l'apartat "Oportunitats per a la digitalització de les xarcuteries catalanes" us fem entrega de dos nous capítols: la pàgina web i les xarxes socials.

Arribant a les pàgines finals de la revista, fem un repàs de l'actualitat dels gremis territorials i, en el cas de Barcelona, us traslladem una entrevista a Sebastián García, director del nou Club de Compres de GremiCarn. Per acabar, en l'apartat dossier parlem del nou sistema de certificació oficial "d'avaluació i acreditació de les competències professionals.

Esperem que gaudiu d'aquest Gras i Magre 187!

Editorial

A molts ens ha sorprès la noticia del tancament de les instal·lacions de Mercabarna, és a dir, el tancament d'un dels escorxadors més grans de Catalunya. En nostre sector detallista, en general, no hem vist mai els escorxadors mes enllà del servei de matança que proveeix els nostres negocis, però certament l'escorxador es molt més que això.

Òbviament d'escorxadors, com de carnisseries, hi ha de grans i petits, o de molt grans i molt petits. Dels gran o molt grans tinc poc a dir, com tampoc tinc res a dir dels lineals de supermercat amb safates de carn, o d'aquella sala de desfer que mou un camió per portar dos quilos de llom a un bar. Però dels models assimilables a les nostres botigues si que hi tinc a dir, i molt!

Els nostres negocis son fonamentals en l'alimentació de la societat catalana; dels mes de 7'5 milions de conciutadans, més del 80% te les possibilitats per tenir una alimentació suficient, és a dir, fan entre 3 i 4 àpats diaris: esmorzar, dinar, berenar i sopar. Això vol dir que els catalans fem entre 24 milions i 25 milions d'àpats diaris –sense turistes. No està gens malament, oi? . Podem afirmar que més del 75% dels sopars es fan a les llars, com també més del 50% dels dinars i més del 30% dels esmorzars, i tot això en situació d'abans de la pandemia del Covid!

Aquests àpats representen més del 60% del total, és a dir, per sobre dels 15 milions dels àpats diaris es mengen a les cases, òbviament, actualment, la gran majoria a partir de la compra de safates dels lineals comercials.

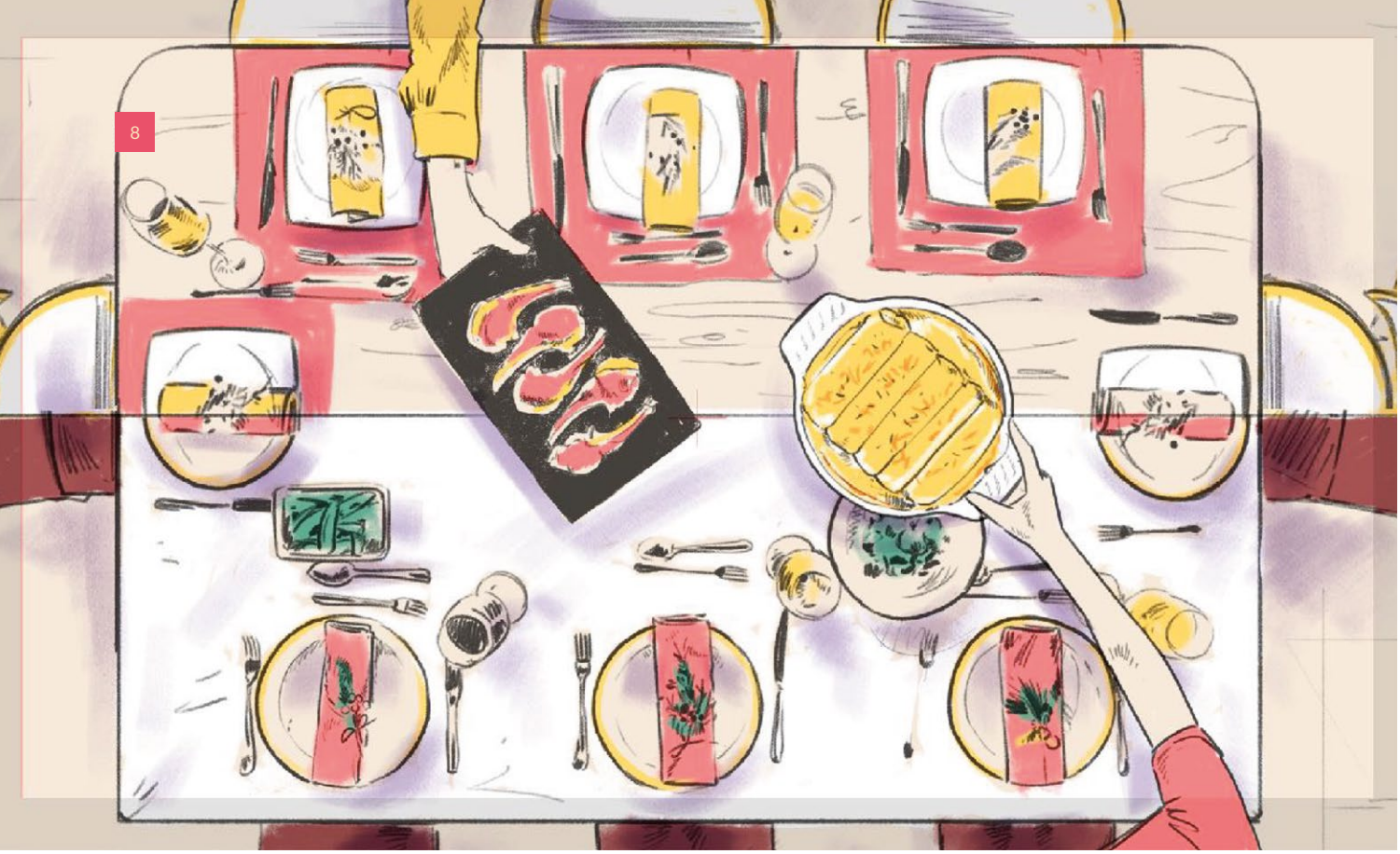
Hem de conquerir aquests 15 milions d'àpats diaris! I crec que això passa per allò que ja estem fent: tenir unes carnisseries immaculades, una varietat d'elaborats frescos i cuits amplíssima, ofertant plats cuinats –pels dies marcats i pel dia a dia-, oferir el màxims de serveis logístics i la tria de les carns amb els proveïdors que tenim cadascú de nosaltres.

El producte de proximitat, o de màxima proximitat, ha agafat pes degut a la situació de pandèmia que estem patint des de mes de març, però crec que això ha vingut per quedar-se. Aquest és un producte que nosaltres ja treballem, o el tenim molt a prop per treballar-lo; aquí veig l'encaix dels escorxadors petits i de proximitat, ja que molts ramaders només poden sacrificar el seu bestiar en aquest tipus d'estructures, ja que per la quantitat de caps i/o de la seva morfologia els escorxadors amb sistemes industrialitzats i/o semimecanitzats no accepten aquest tipus d'animals, ... és el fet diferencial que podem donar al nostre producte.

Consumir carns provinent de ramaderia extensiva ens dona aquest plus d'exclusivitat ja que pel puc volum que generen aquestes granges no els permet accedir als grans mercats, però per nosaltres es una gran oportunitat de disposar d'aquesta garantia de proximitat, i a més estem ajudant en revaloritzar l'economia del nostre entorn i que permet que la nostra zona d'influència tingui més recursos, es a dir, ens pot ajudar a augmentar els nostres tiquets. Alhora aquestes carns ens demanen una mica d'esforç, per que el preu de sortida es més alt i per que cal retornar a la compra de la canal sencera, vendre les peces amb més sortida tal com ho estem fent i innovar en aquelles que no tenen tanta sortida, i aquest esforç el veurem premiat amb l'orgull d'haver fet una bona feina com a bons carnissers-xarcuters que som i el seu rendiment en la venda.

Hem d'explicar al nostres clients la procedència de les nostres carns, ja que molts també coneixeran al ramader i això comportarà que el mateix ramader recomani la nostra carnisseria. Els 48 escorxadors petits que existeixen hores d'ara a Catalunya han de poder tirar endavant, alguns amb la seva empenta pròpia i altres amb la de tots, per que això permetrà la seva viabilitat i el fet diferencial de les nostres carnisseries.

Sílvia Aliu
Vicepresidenta de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers Xarcuters



Units pel sabor del Nadal

El denominador comú de tots els Nadals és reunir a la família al voltant d'una taula mentre es gaudeix dels tradicionals àpats, però en aquest 2020 viurem un Nadal atípic, unes festes en què el distanciament social agafarà protagonisme i moltes famílies hauran d'estar separades a causa de la Covid-19. Les famílies estaran separades, però a la vegada se sentiran unides a través de la tradició, a través del sabor del Nadal. Aquesta és la premissa amb la que ens hem basat per a dissenyar la campanya de Carnissers Xarcuters Catalunya per aquestes atípiques festes de Nadal.

La campanya d'aquest any té com a objectiu transmetre una imatge actual i autèntica del sector carni a través del valor del nostre producte tot reforçant la nostra identitat compromesa amb la qualitat i amb el benestar dels nostres clients. És per això que el títol de la campanya "Units pel sabor del Nadal" vol ser un reflex de la nostra manera de fer i, seguint el nexe de les campanyes d'anys anteriors, promocionar els plats cuinats que els carnissers i xarcuters elaborem per aquestes dates (i durant tot l'any).

La campanya es basa principalment en un espot publicitari que patrocinarà el programa Cuines de TV3 durant la setmana del 14 de setembre i estarà formada per material audiovisual, pòsters i grafismes pels punts de venda i xarxes socials dels associats. A més, es farà difusió del web www.carnissersxarcuterscatalunya.cat al que hi haurà receptes i un directori de les carnisseries - xarcuteries associades als gremis territorials perquè tota la població tingui a mà on trobar un producte bo, fresc i local per a preparar els millors àpats per aquest Nadal.

La campanya gràfica

Per a mostrar la unió de famílies a través de la tradició dels productes xarcuters i carnis de les festes de Nadal, hem realitzat una sèrie de cartells i creativitats per a xarxes en què es mostren dues localitzacions dividides però

a la vegada unides per productes nadalencs com ara una safata de canelons o un plat d'escudella, entre d'altres.

La imatge va acompanyada de l'eslògan de la campanya "Units pel sabor del Nadal" i, seguint la línia dels últims anys, fa èmfasi als plats preparats amb la frase "Aquest any, més que mai, tornem a cuinar per tu".

L'espot televisiu

Per a traslladar la importància del carnisser-xarcuter en l'elaboració dels productes tradicionals nadalencs i així unir -encara que des de la distància- l'essència del Nadal, hem creat la història d'una família que, tot i no poder gaudir d'una reunió familiar al voltant de la taula, poden gaudir d'un àpat de Nadal més propers que mai.

El vídeo promocional comença mostrant un carnisser obrint la seva botiga. Obra la persiana, es posa la mascareta *[volem transmetre les mesures de seguretat sanitària que des del sector estem duent a terme per així oferir un servei segur pel client]* i inicia un nou dia de servei. A través del seu dispositiu mòbil, el carnisser-xarcuter rep una comanda de diferents tipus productes (cuinats, crus, elaborats...)i la prepara *[volem transmetre la digitalització del nostre sector per adaptar-nos a les noves formes de compra]*.

Una vegada preparada la comanda, es trasllada a l'habitatge per fer entrega de la comanda als clients *[amb aquest fet volem traslladar que el carnisser - xarcuter és el nexe de connexió d'aquest Nadal]*.

A continuació, apareixen dos avis fent una videotrucada amb la resta de família mentre estan gaudint dels canelons que el carnisser-xarcuter els ha preparat *[podeu veure un esbós del moment a la part inferior - dreta d'aquesta pàgina]* i finalment es mostren dues localitzacions

Manifest

Aquest ha estat un any atípic.

En tots els sentits.

Un any que ens hem hagut de reinventar, per tornar-nos a trobar.

Per això des de Carnissers Xarcuters Catalunya volem recordar

Que, estiguem junts o separats,

Sempre hi ha maneres d'estar units.

Units per les nostres tradicions.

Per la nostra manera de ser

O per la nostra manera de fer.

¿Qui diría que un any tan atípic

Trobaríem en la manera de fer el més típic que tenim?

Compartir allò que ens uneix

Units pel sabor del Nadal.

> *Volem oferir una campanya que reforci la nostra identitat compromesa amb la qualitat i amb el benestar dels nostres clients: el carnisser - xarcuter uneix a les famílies per Nadal.*
>
> Joan Bou, responsable de comunicació de Carnissers Xarcuters Catalunya

partides per la meitat en les que de manera sincronitzada comparteixen safates i plats amb producte típic de Nadal *[podeu veure un esbós del moment a la part superior - dreta d'aquesta pàgina]*.

Com a cloenda de l'espot, apareix un bodegó format per diferents productes de carnisseria-xarcuteria amb l'eslògan de la campanya: "Units pel sabor del Nadal - Aquest any, més que mai, tornem a cuinar per tu" *[podeu veure un esbós del moment a la part superior - dreta d'aquesta pàgina]*.

Patrocini del programa Cuines amb Marc Ribas de TV3

Per a fer arribar la campanya a un públic familiar, del dilluns 14 al divendres 18 de desembre, Carnissers Xarcuters Catalunya patrocina el programa Cuines de TV3 (15.40 h). Abans i després de l'emissió del programa apareix l'espot de la campanya "Units pel sabor del Nadal" de 10 segons de durada.

Presentat pel reconegut cuiner Marc Ribas, el programa Cuines té de mitjana un 22,9% de *share* sent un dels programes més vistos de la seva franja (després del telenotícies migdia). Durant el programa, en Marc presenta receptes originals, fàcils i amb productes de temporada a més de donar consells sobre la tria, preparació i conservació dels aliments.

El programa també compta amb Gessamí Caramés, amb noves postres i més pastissos i dolços. La Gessa ensenya receptes fàcils i variades, per als amants de la rebosteria i la pastisseria.

L'adhesiu de Carnissers Xarcuters Catalunya 2021

Perquè els vostres clients i veïns relacionin la campanya digital i els anuncis televisius amb la vostra marca i punts de venda, trobareu encartat en aquest Gras i Magre l'adhesiu de Carnissers Xarcuters Catalunya 2021 perquè l'enganxeu a l'entrada del vostre establiment.

Us animem que l'enganxeu a l'entrada del vostre establiment en un lloc visible i així se sumi a la imatge i el bon nom que cada un de nosaltres tenim en el nostre entorn més proper. Recordeu que en posar aquest adhesiu al nostre aparador, estem transmetent a la societat els nostres valors, estem fent entendre als consumidors els atributs que ens són propis, i estem propiciant un entorn favorable a l'ofici i als nostres productes i serveis: confiança, proximitat i professionalitat.

Des de Carnissers Xarcuters Catalunya desitgem que aquesta nova campanya de promoció us sigui d'utilitat per a reforçar les vendes d'aquest atípic Nadal.

Augusta

15 anys optimitzant els seus comerços

CASA FLORA
Lleó

augustavitrinas.com
93 337 37 93

Entreteniments en temps de pandèmia

per Josep Dolcet

De com el porc va relacionar-se amb la religió cristiana

Ara que alguns hem disposat de més temps ho he aprofitat per endreçar papers i arxius, i he trobat coses interessants i divertides. Permeteu-me doncs que recuperi una col·laboració meva a un Gras i Magre de fa més de vint anys, i ho amplïi amb noves aportacions des d'un punt de vista històric i del costumari. Anem-hi doncs.

Va ser de la mà de sant Antoni Abat. De fet hom representa sant Marc amb un lleó, sant Lluc amb un bou i sant Joan amb una àliga... No hi ha res de sorprenent en això! Des de sempre en les pintures religioses, els sants sovint hi són representats acompanyats d'animals. Per guanyar la seva part de paradís, el porc es va associar amb sant Antoni: en tenia força necessitat, atès que des de feia molt temps formava part d'un bestiari terrible. A l'Edat Mitjana, les pintures de Brueghel, de Bosch, de Veronese i de Tintoretto estaven plenes d'animals terrorífics amb poders demoníacs que es recreaven en el pecat. En el si d'aquest marc pictòric del Mal, el porc hi apareixia com l'encarnació mateixa de la cobdícia. **Però vegem com la història, la llegenda i la iconografia han fet arribar fins als nostres dies el Porquet de sant Antoni.**

De la llegenda de sant Antoni se'n coneixen diverses versions, però el cert és que la seva història és coneguda i documentada per sant Atanasi d'Alexandria, un deixeble del mateix sant Antoni. D'origen noble nascut a l'alt Egipte cap al 255 de la nostra era, aquest jove cristià, en morir els seus pares va vendre totes les seves possessions per seguir el camí de Crist; va fer el vot d'esdevenir ermità i es retirà al desert enmig d'una solitud absoluta. La seva pietat i devoció va sofrir l'assalt d'horroroses temptacions, que rebutjà de forma victoriosa.

Amb el temps, la seva devoció i fermesa es va escampar arreu i varen arribar els primers deixebles, amb els que organitzà, al desert, les primeres formes de vida cenobítica, per això se'l considera com a abat i pare del monaquisme. Tot i això, sant Antoni va tornar al desert, on humil i en solitari, va viure fins als cent dos anys.

A poc a poc, la iconografia es fa seva aquesta història, i ho aprofita per posar en escena les temptacions del desert. El diable, l'esperit del mal, per tal d'insinuar-se-li i distreure'l de les seves oracions, prenia les formes més diverses: lleó, llop, ós, toro, serp, escorpí..., però en la història de sant Atanasi no s'hi menciona el porc.

No és fins que la història del sant arriba a Occident, que les primeres imatges desplacen dels deserts d'Egipte cap al "desert" Europeu, que no és altre que el bosc, on en la solitud de sant Antoni s'inclogueren progressivament

No és fins que la història del sant arriba a Occident, que les primeres imatges es desplacen dels deserts d'Egipte cap al "desert" Europeu, que no és altre que el bosc, on en la solitud de sant Antoni s'inclogueren progressivament les imatges dels porcs senglars.

les imatges dels porcs senglars, com a bèsties ferotges que l'intentaven atacar, juntament amb les ja dites dels llops. A poc a poc va ser el senglar el que va romandre. Heus ací de com la representació en imatges va canviant la història escrita.

Però no va ser fins al segle XIII, començant per la vall del riu Roine a França, i d'allí cap a Alemanya, Anglaterra i també cap al sud, cap a Catalunya, que el porc senglar es va transformar en un senzill porc domèstic. Una mutació no només iconogràfica, sinó també semàntica i simbòlica: mentre que fins llavors el senglar representava una bèstia ferotge, un animal nefast, darrere de qui s'amagava el dimoni, el porc al contrari, esdevé ràpidament un company fidel del sant abat, un animal afectuós i protector amb qui comparteix la seva vida i els seus turments. A poc a poc ens allunyem del diable temptador.

I doncs, per què aquesta metamorfosi? Per què el pas d'un animal salvatge a l'animal domèstic, i aquesta transformació d'un instrument de Satanàs a una criatura familiar? És una qüestió controvertida.

És molt probable que en la mutació hi tingueren molt a veure els frares de l'ordre de Sant Antoni, i que probablement l'autèntica història hagi contaminat la llegenda i la iconografia. Fixem-nos en els fets. Poc després de mitjans del segle XI, les suposades relíquies de sant Antoni varen ser traslladades des d'on es trobaven, a Constantinoble, fins a França, a La Motte-Saint-Didier avui Saint- Antoine-l'Abbaye, prop de Vienne a la regió de Roine-Alps on, com ho indica el nom del poble, es va fundar una abadia, expressament encarregada per conservar les dites relíquies.

La devoció per sant Antoni Abat augmentà ràpidament per la vall del Roine, gràcies sobretot a la invocació del Sant per guarir una malaltia epidèmica molt estesa per la regió que rebia el nom de "Foc de sant Antoni", de la que els monjos en guarien els malalts a l'hospital que havien fundat al costat de l'abadia, hospital que aleshores va esdevenir un centre de pelegrinatge.

Els monjos hospitalers de sant Antoni van expandir-se ràpidament per tot Europa, sobretot a les ciutats, on van gaudir de certs privilegis per poder desenvolupar les seves activitats de caritat. Un d'aquests privilegis era el de poder criar i engreixar porcs, ja fos com a mitja per obtenir ingressos, o també per donar menjar als indigents, o també perquè el seu llard tenia un efecte beneficiós pel "foc de sant Antoni". D'aquesta manera, en nombroses viles de França, Alemanya, Anglaterra i també a Catalunya, els monjos de sant Antoni tenien el privilegi de deixar anar els seus porcs -que eren reconeguts per una campaneta que portaven al coll- pels carrers de la ciutat on escorcollaven les escombraries amb el seu gruny característic. Aquesta tradició va mantenir-se a moltes ciutats d'Europa, i com menciona Joan Amades, també a Barcelona fins a gairebé finals del segle XIX, on els monjos antonians i posteriorment l'hospital de la Santa Creu, celebraven, el dijous llarder, una rifa dels porcs que havien exhibit per la ciutat. D'aquesta època ve la dita "voltar més que el porc de sant Antoni", fent referència als porcs que es passejaven per la ciutat perquè la gent els veiés i comprés butlletes pel sorteig.

Joan Amades, també ens recull la llegenda de la relació de sant Antoni amb Barcelona, que ens explica la visita del sant a la ciutat per guarir la filla malalta del governador. Aquest va enviar uns emissaris a cercar-lo i el sant va prometre que vindria. Ho va fer enfilat en un núvol, que en una alenada el va portar a Barcelona. Un cop a ciutat va visitar la filla del governador i en beneir-la, va fer fora els dimonis del cos i va restar guarida. Segueix Joan Amades:

"No va ser fins al segle XIII, començant per la vall del riu Roine a França, i d'allí cap a Alemanya, Anglaterra i també cap al sud, cap a Catalunya, que el porc senglar es va transformar en un senzill porc domèstic.

"Quan tot just el sant havia entrat a la ciutat, se li va presentar una truja que portava un garrinet a la boca que no podia caminar perquè era esguerrat i camatort. La mare va deixar el garrinet a peus del sant, que el va beneir i va restar guarit i es va posar a córrer. La truja, agraïda al sant no va deixar-lo mai per res i va seguir-lo sempre per tot arreu. Heus ací que el porquet que caracteritza la iconografia de sant Antoni, i que sempre apareix al seu costat, és, per tant, barceloní, i no és un porquet sinó una truja."

Fixeu-vos que cada poble, cada cultura ha de fer-se seva la tradició i la llegenda a partir d'unes arrels històriques que poc passen a formar part del costumari més local. Així podem pensar que els vestigis d'aquesta quasi evangelització del porc s'anaren retrobant a poc a poc en la gastronomia, els cansaladers, els porquers i els fabricants de raspalls, entre altres, no pogueren fer altra cosa que adoptar a Sant Antoni com en el seu patró.

Amb tanta santedat, com pot ser dolenta la seva carn?...

Oink! Oink! Oink!

Unim experiències,
Encarem el futur

US ATENDREM A
MANRESA
BORN, BARCELONA
C/ COMERÇ 21

I AVIAT, NOVES INSTAL·LACIONS
POLÍGON INDUSTRIAL DE SALELLES,
SANT SALVADOR DE GUARDIOLA

ESPÈCIES TEIXIDOR
AJ ANGEL JOBAL

www.teixidor.com
especiesteixidor
www.linkedin.com/company/teixidor

L'aviram: tradició i qualitat a taula per Nadal

S'acosten les festes de Nadal, una bona ocasió per retrobar les nostres tradicions, també en els àpats, i fer de qualsevol de les variants de l'aviram la protagonista de la taula. Des de la Federació Avícola Catalana us volem parlar de les varietats d'aviram que destaquen al mercat en aquestes dates i que són tan apreciades per alguns consumidors com desconegudes per altres.

Pularda, capó i picantó: varietats del pollastre

La pularda, el capó i el picantó són variants del pollastre i per tant pertanyen a la mateixa espècie. A diferència de la cria del pollastre estàndard (broiler) on s'utilitzen estirps de creixement ràpid i l'engreix dura uns 42 dies, en la cria de la pularda i el capó s'utilitzen estirps de creixement lent i s'engreixen durant uns 6 mesos (la pularda fins a 7 mesos), ja que es busca una carn amb característiques diferenciades i obtenir pesos superiors als 2 kg en alguns casos.

La **pularda** és una femella que s'engreixa sense deixar que arribi a la seva maduresa sexual. És per aquest motiu que en el moment del sacrifici conserva una bona quantitat de greix sota la pell i proporciona una carn molt melosa, perquè es cou amb el seu propi greix.

El **capó** és un pollastre mascle que s'ha castrat per evitar, també, que maduri sexualment. La castració és una operació quirúrgica que es fa sota control veterinari i de l'administració, i que produeix canvis metabòlics que fan que el pollastre acumuli més greix intramuscular, el que dóna una carn més gustosa. Existeix una IGP (Indicació Geogràfica Protegida) del Capó del Prat, que fixa reglamentàriament la zona de producció així com l'alimentació, sistema de cria i altres factors productius.

Tant en el cas de la pularda com del capó, l'alimentació de les aus és un factor clau per aconseguir el creixement que l'estirp permet i que al mateix temps doni lloc a l'acumulació de greix adient per obtenir canals amb unes qualitats molt especials, que resulten exquisides amb les preparacions més treballades pròpies de les festes de Nadal.

El **picantó**, també conegut pel seu nom francès coquelet, és un pollastre que se sacrifica al voltant dels 30 dies de vida donant lloc a una canal d'aproximadament mig quilo. Tradicionalment eren els mascles de les polletes ponedores que s'aprofitaven per al consum, ja que per les seves característiques genètiques no poden créixer tant ni de la mateixa manera que un pollastre estàndard. Hi ha diferents tipus de cria, tant a l'interior de les granges, com amb accés a patis exteriors. El picantó té una carn poc feta, molt tendra i amb poc greix, per la qual cosa accepta molt bé les preparacions condimentades. Per la seva mida una peça proporciona una ració completa i per tant és una gran opció pels àpats de festes.

Altres varietats d'aviram

Dins les varietats d'aviram d'altres espècies diferents del pollastre, cal destacar el gall dindi, que pel seu gran tamany és excel·lent per a cuinar-lo sencer en les grans ocasions. Hi ha una marcada diferència pel que fa a la mida i creixement entre mascle i femella; és per això que se separen des del seu naixement i es crien de forma separada. De cara a Nadal, s'aprecien més les peces senceres per la qual cosa acostumen a comercialitzar-se femelles engreixades durant unes 12 setmanes i amb un pes de la canal de 4 kg.

La **guatlla** és la més petita de totes les aus que cuinem i forma part de la cuina tradicional de les terres de Lleida. El tipus que es cria, la japonica, és diferent de la guatlla cinegètica i s'engreixa en granges de manera molt similar als pollastres, fins que al cap de 30 dies arriba als 250 g de pes. Tradicionalment es cuinen i serveixen senceres i se'n serveixen 2 o 3 per persona.

L'**ànec** es considera una au de carn vermella, a diferència del pollastre i del gall dindi. Hi ha una gran varietat de races entre les quals destaquen la de Barbaria (o ànec mut) i la Pequín. La seva carn és ferma i magra, amb força greix sota la pell. A part de les preparacions amb la canal sencera, són ben coneguts els productes que se'n deriven: el foie gras, el magret (pit) i el confit (cuixa confitada), que són molt apreciats per a les ocasions especials.

La **pintada** o Gallina de Guinea, és una au d'origen africà com el seu nom dóna a entendre, amb una llarga tradició a la cuina europea com a carn exquisida. Són animals que s'engreixen uns 3 mesos fins a un pes de 2,2 – 2,5 kg.

El **faisà** és una au que també té un gran dimorfisme sexual, tant en el plomatge com en el pes. A les granges es crien mascles i femelles per separat, durant un mes en espais tancats i la resta en corrals protegits. La canal dels mascles acostuma a fer uns 1,3 quilos i la de les femelles, 1,1 quilos.

Capó, pularda, picantó, gall dindi, pintada , guatlla o ànec, són aus que ens ofereixen una gran varietat de textures, sabors i aromes, així com la possibilitat de triar entre un munt de receptes i mantenir la tradició de cuinar aviram per Nadal sense caure en l'avorriment, experimentant d'un any a l'altre amb nous tipus d'au i les seves diferents preparacions.

Federació Avícola Catalana
www.federacioavicola.org

Hamburguesa. Burguer meat. Sant tornem-hi.

Josep Dolcet
Fundació Oficis de la Carn

Un cop més, i van ja unes quantes, que des de fa molt temps ressorgeix el debat entre el concepte d'hamburguesa i burguer meat. Un debat que en el fons reflecteix les formes de fer, d'interpretar i aplicar les lleis per part dels diferents sectors afectats.

És evident que dins de cada un d'aquests sectors, la interpretació de la norma pot variar, segurament de forma més o menys interessada o amb major o menor desconeixement, però a parer meu, i amb la mateixa contundència que ho he expressat en altres ocasions, de la lectura de la norma o normes se'n desprèn un missatge força clar i entenedor.

El Reglament 1333/2008 sobre additius alimentaris assenyala clarament quins són aquells derivats carnis en què es poden utilitzar determinats additius com els sulfits. Al reglament no se n'hi menciona cap que rebi el nom d'hamburguesa, mentre que si hi consta un derivat carni anomenat "burguer meat" al que s'obliga que en la seva composició hi figuri un 4% de cereals i/o hortalisses.

El Reglament 1169/2011 sobre informació alimentària disponible al consumidor estableix que, abans de res, cal considerar la Denominació legal del producte com a nom d'aquest, encara que també contempli la denominació habitual, descriptiva o la denominació consagrada per l'ús. La denominació del producte no ha d'induir mai a l'error del consumidor a l'hora de la seva elecció.

Totes les denominacions de venda i la seva forma d'expressar-les que podem trobar al mercat -"Hamburguesa" "Burger Meat, "Carn d'Hamburguesa", "preparat d'hamburguesa" o "bistec rus", entre d'altres-, es refereixen sovint a un mateix producte i en altres es poden intentar sortejar, més o menys imaginativament (per dir-ho d'alguna manera) els requeriments legals de denominació de venda del producte en el cas que portin sulfits. Això sí, amb major o menor tolerància o

coneixement de les administracions segons els casos, i també segons els inspectors, els criteris del municipi, la comunitat que pertoqui o segons la campanya de què es tracti.

Sovint se cita sobre el fet que la denominació consagrada per l'ús es refereix a alguns productes tradicionalment anomenats hamburguesa o bistec rus, i que aquests productes "de sempre" hagin inclòs els sulfits en la seva composició. Personalment aquesta interpretació em sembla una mica lleugera, interessada i a la vegada poc respectuosa amb aquells carnissers que, fidels a la tradició i a les bones pràctiques, tenen la voluntat d'oferir als seus clients un producte pur i lliure d'ingredients "químics". En aquest sentit, i des d'un punt de vista d'informació al consumidor, ¿com se l'informa de si el producte és una senzilla hamburguesa de carn sense ingredients químics o d'un preparat de carn amb algunes cosetes de més?

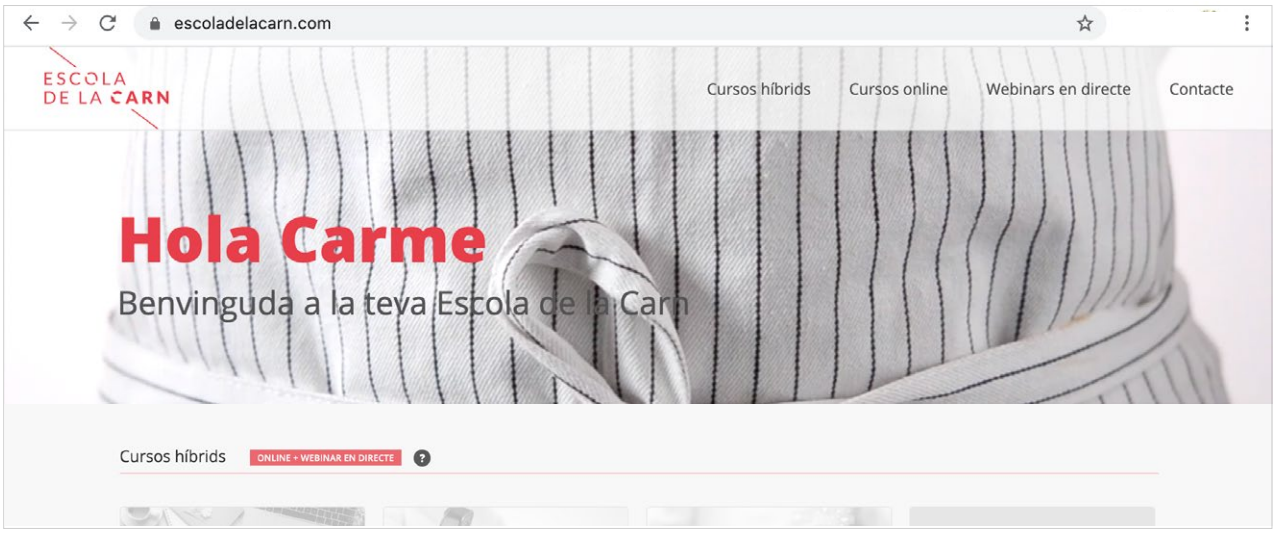
Segons això, com pot diferenciar el consumidor entre una hamburguesa lliure d'additius i una altra, de forma similar, que inclogui aquests additius i altres ingredients?, quin nom se li dóna a cadascuna?, el mateix? Li oferirem una etiqueta clara perquè llegeixi o esperarem que pregunti per la llista d'ingredients? Per què caldria establir, per exemple, una diferència entre hamburguesa i steak tàrtar com ho fa el RD 474 que defineix la qualitat dels productes carnis? No serien un mateix producte segons algunes interpretacions?, on s'establiria la diferència, des del punt de vista de composició del producte, entre un carnisser artesà i la gran producció industrial? Existeix aquesta diferència?

Perdoneu que sigui una mica dur, però personalment crec que és un debat, que tot i ser antic, malauradament encara té plena vigència. I a aquells que encara ho posen en dubte o no assumeixen la realitat, crec que fan un mal favor als productes elaborats en aquelles petites (o no tan petites) carnisseries tradicionals que volen seguir oferint als seus clients productes exclusius, frescos, de proximitat, de la màxima qualitat sense cap classe d'ingredient estrany i poder-los anomenar pel seu nom.

> *Totes les denominacions de venda i la seva forma d'expressar-les que podem trobar al mercat es refereixen sovint a un mateix producte i en altres es poden intentar sortejar, més o menys imaginativament (per dir-ho d'alguna manera) els requeriments legals de denominació de venda del producte en el cas que portin sulfits.*

Crec que cal abandonar la cultura de la queixa d'una vegada per totes i, entre tots, promoure l'elaboració d'aquest tipus de productes de qualitat contrastada, sense ingredients estranys i no necessaris. O també, potser hauríem d'encaminar les accions legals cap a la revisió dels noms a la norma europea, i d'una punyetera vegada no deixar-nos imposar noms que ni ens van ni ens vénen, i fer valer les excepcions com ho han fet altres països per a alguns dels seus productes.

Pels vents que bufen en el sector de la carn, cal dir les coses pel seu nom, o no?



Escola de la Carn

La nova marca de l'Escola Oficis de la Carn

L'Escola Oficis de la Carn es modernitza i s'adapta als nous temps amb una nova plataforma amb nom Escola de la Carn. Una nova escola amb un nou format de cursos que mira al futur sense oblidar els seus valors de creació: Contribuir en el desenvolupament i potenciar la innovació en el sector carni.

Per així facilitar l'aprenentatge i facilitar l'accés a les diferents propostes, des de la nova plataforma, l'alumne pot consultar i pagar de forma directa els cursos i a la vegada accedir a les seves formacions a través del seu espai d'usuari.

Una nova escola per oferir una formació renovada pel sector carni en un espai adaptat al futur i enfocat en les noves formes de consumir formació. Volem convertir l'Escola de la Carn en un espai de referència per a carnissers i xarcuters de tot el món que vulguin especialitzar-se i a la vegada, a altres col·lectius com cuiner o professionals d'altres sectors alimentaris.

La nova marca

Des de la Fundació Oficis de la Carn hem volgut simplificar el nom de l'Escola, fer-la més universal i més moderna. És per això, que el nom ha rebut una petita transformació eliminant la paraula oficis i quedant-se amb Escola de la Carn. A més, refet el seu logotip eliminant la icònica "e" per així donar fermesa al nom i incloure un nou element que ens transporta a un tall de carn -una línia en diagonal que parteix el nom-.

La nova plataforma

La web de l'Escola ha fet un gir de 180º adaptant-se a les noves formes de consumir formació -moltes d'elles conseqüència de la pandèmia de la Covid-19- i pensant en millor l'experiència de l'usuari. A diferència del web anterior, a través de la nova plataforma es poden fer els pagaments dels cursos i es pot accedir a formació online que l'usuari pot utilitzar durant un temps il·limitat. A més, s'ha creat un apartat específic d'usuari on l'estudiant té guardats tots els cursos als quals ha assistit, el material de les formacions i diplomes acreditatius.

Els nous formats

L'Escola de la Carn neix amb nous formats de cursos. Ha d'inscriure's a cursos presencials o a webinars en directe, posem a la disposició vídeo-cursos 100% online i cursos híbrids.

Aquests últims estan formats per dues parts: la primera consta d'una classe teòrica online a través d'un vídeo que es dóna accés una vegada feta la inscripció, i una segona que es realitza a través d'un webinar en directe des d'on es responen tots aquells dubtes sorgits de la primera i a continuació es realitza una part pràctica.

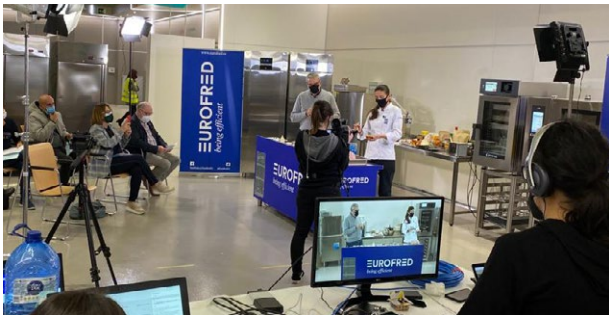
www.escoladelacarn.com

Èxit de participació en el primer curs de la nova etapa de l'Escola de la Carn

A mitjans del passat mes de novembre es va realitzar el curs híbrid "El fumat natural de carns i altres productes de xarcuteria. Solucions pràctiques per a petits establiments productors.", el primer curs amb format híbrid de la nova Escola de la Carn.

El curs, coorganitzat juntament amb Eurofred, va estar dividit en dues sessions: la primera, un vídeo online amb la teoria del curs i la segona, un webinar en directe en què primerament es van respondre tots aquells dubtes de la primera part i a continuació es va procedir la part pràctica del curs.

Durant les dues sessions, els assistents van aprendre les tècniques i receptes per a crear una oferta de productes fumats d'elaboració pròpia; van treballar amb ingredients de diferents famílies alimentàries per a l'elaboració i presentació de productes innovadors i atractius per



oferir als nostres clients els productes "de la casa" amb un format gurmet i d'alta qualitat.

Aquesta nova modalitat de curs amb nom "Curs híbrid" va estar ben rebuda pels assistents davant la possibilitat de poder dedicar-se en la part teòrica quan i on desitgessin.

L'Auditori de l'IRTA-Monells es converteix en plató de rodatge per un dia

El passat dia 27 d'octubre va tenir lloc el rodatge d'un vídeo formatiu sobre especejament de canals de boví on hi va participar el carnisser Vicens Mor, de l'Escola dels Oficis de la Carn de Barcelona, i Laurent Portal, de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Pyrénées-Orientales van desfer una canal de boví típica de cada regió, seguin les pràctiques habituals a cada regió.

La sessió s'emmarcava al projecte DIETAPYR2 (http://dietapyr2.com/es/), un projecte que coordina la Universitat de Saragossa en el qual, hi té un paper important el grup de Qualitat de Producte de l'Institut de Recerca i Tecnologies Agroalimentaries (IRTA).

L'objectiu d'aquest vídeo és generar material formatiu que permeti enriquir els coneixements de carnissers experimentats amb noves idees per especejar canals, i facilitar l'aprenentatge de carnissers en formació, comparant la manera de fer habitual a França i la que es fa a Catalunya.

El projecte DIETAPYR2 és un projecte cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional que estudia Innovacions aplicades a la cadena productiva pirenaica de boví para valoritzar una carn identificable pel consumidor.

El coordinador és el Instituto de Investigación en Ciencias Ambientales de Aragón, i hi participa la Universitat de Saragossa (UNIZAR), el grup de Qualitat de Producte de l'IRTA, l'Ecole Nationale Veterinaire de Tolosa, la Societat de Ramaders d'Andorra S.A., el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) i el GROUPE GASCON.

La Fundació Oficis de la Carn estrena nou web: oficisdelacarn.cat

La Fundació Oficis de la Carn presenta nou web on hi trobareu tota l'actualitat del sector.

El nou portal vé de la necessitat d'unir les entitats que formen part d'aquesta (Confraria del Gras i el Magre) i totes les activitats que es realitzen des de la Fundació (concursos, jornades...) en un mateix espai i així simplicar-vos la cerca d'informació, actes i actualitat de la Fundació.

www.oficisdelacarn.cat

Aprofitant l'avinantesa també s'han trapassat els webs del concurs de Botifarra d'Ou i de Llonganissa a la nova direcció web (anteriorment formava part del web de GremiCarn Barcelona). A partir d'ara, tota la informació del pròxim concurs de Botifarra d'Ou la trobareu al web concursbotifarradou.oficisdelacarn.cat i la informació del concurs de Llonganissa tradicional a concursllonganissa.oficisdelacarn.cat.

Com a novetat del web trobareu tota la informació i història de la Confraria del Gras i el Magre a més del diferents Confrares d'Honor que s'han anat incorporant any rere any. Cal remarcar que fins al moment la Confraria no disposava de cap espai web propi a internet.

Us animem a que visitieu www.oficisdelacarn.cat, gaudiu de tota la informació que hi trobareu i us sigui de la vostra utilitat.

Notícies destacades

Sobre tàpers, la Covid-19 i el diari La Vanguardia

El passat mes d'octubre La Vanguardia publicava un article en la secció Tendències sobre la importància de portar els tapers als establiments d'alimentació, en especial a la peixateria i a la carnisseria.

En l'article, la periodista feia èmfasi en la importància de dur la carmanyola en els comerços alimentaris per així reduir l'ús d'envasos no reutilitzables. Per altre costat, l'ACSA, Agència Catalana de Seguretat Alimentària, també hi donava la seva opinió i des de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters ens vam veure interpel·lats directament i vam voler donar la nostra opinió al respecte. Aquest és un fragment del text que es va enviar al diari:

Des de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters i des dels Gremis que la componen, treballem conjuntament i en la mateixa línia per tal de reduir al màxim impossible l'impacte mediambiental que el plàstic suposa, reduint les bosses de plàstic per bosses de roba, realitzant campanyes de promoció de l'ús del taper en els establiments associats, així com la publicació de diferents articles en la revista Gras i Magre defensant aquest fet, afavorint i recomanant l'ús de tapers per fer la compra en els establiments d'alimentació en general i en els nostres en particular. Però la situació actual i que ja ve des del passat mes de març, ens ha obligat a donar unes altres recomanacions als nostres associats, doncs com bé expliquem en els articles, per pal·liar la propagació del virus de la Covid-19 cal extremar encara més les mesures higiènic sanitàries que tots portem a terme i una d'elles en aquest cas concret és la no acceptació d'envasos que vinguin per part dels clients.

És per tot això que us demanem, si és possible, que feu un aclariment respecte de l'article publicat i recomaneu als consumidors que durant aquest temps que duri la pandèmia no portin els seus envasos, tapers, carmanyoles, etc., a l'hora de fer la compra, per evitar al màxim els contagis.

Des de la federació creiem que és molt important la màxima reducció l'impacte ambiental que suposa els envasos d'un sol ús i és per això que durant els últims anys hem creat campanyes i hem ofert material per així fer-ho. Així i tot, creiem que la situació actual provocada per la Covid-19, s'han d'extremar més que mai les mesures higièniques i sanitàries per així pal·liar la propagació del virus. És per aquest motiu, que tal com ja us hem anat informant a través dels últims Gras i Magre us recomanem la no acceptació d'envasos que vinguin per part dels clients.

Ja està disponible l'agenda d'autocontrol higiènic i sanitari 2021

La normativa vigent exigeix que tots els establiments (botigues incloses), implantin un sistema d'autocontrol basat en la metodologia d'anàlisi de perills i punts de control crítics (APPCC), en funció de la mida i de les manipulacions i procediments que es duguin a terme a l'establiment.

Edició impresa:

Tots aquells socis interessats a tenir un exemplar imprès de l'agenda, han de reservar-la a través de les oficines gremials.

Barcelona:
93 424 10 58 - info@gremicarn.cat

Lleida:
973 28 98 60 - info@gremicarnlleida.com

Tarragona:
977 225 359 - gremicarnisserstgn@gmail.com

Girona:
972 630 406 - info@gremicarn.com

Edició descarregable:

Totes aquelles persones que desitgin descarregar-se l'Agenda Autocontrol en format pdf a través del web del seu gremi.

Torna el Concurs Nacional de Botifarra d'Ou Artesana

Des de la Confraria del Gras i el Magre juntament amb la Fundació Oficis de la Carn ja s'està treballant amb la pròxima edició del Concurs Nacional de Botifarra d'Ou Artesana.

29 Gener

Data límit per inscriure's al concurs.

1 - 2 Febrer

Recepció de les botifarres d'ou artesanes participants.

13 Febrer

Entrega de premis: Es degustaran les botifarres gunyadores i es farà el lliurament de premis als guanyadors i els diplomes de participació. Depenent de les mesures sanitàries implantades durant el febrer, es podria modificar el format i parts de l'acte.

Notícies destacades

Programa PAED: Programa d'Autocontrol de l'Etiquetat Duroc

Tots els elaboradors carnis coneixeu la importància de l'etiquetatge i que la informació que continguin les etiquetes sigui la correcta, ja que és un punt clau per mantenir la confiança dels consumidors en la carn i derivats carnis que existeixen en el mercat. És per això que la informació entre les diferents baules de la cadena s'ha de mantenir i, en cap cas, es pot perdre. A més, és un requisit de la legislació vigent.

Actualment, i a falta d'un marc normatiu, l'esment DUROC que es troba en molts productes es pot utilitzar sempre que disposi d'un sistema robust de traçabilitat i control que demostri amb garanties a l'autoritat competent de control el percentatge de la raça indicada i que garanteixi, per la seva banda, la protecció dels interessos del consumidor i la competència equitativa entre els operadors.

Actualment, existeix el Programa d'Autocontrol de l'Etiquetatge del Duroc (PAED), un programa voluntari creat amb la finalitat que es garanteixi que la carn i els derivats carnis que incloguin l'esment Duroc compleixin amb la legislació d'etiquetatge vigent i amb els requisits d'aquest programa, i que han creat tres associacions càrnies (FECIC, ANPROGAPOR i ANPS).

El PAED integra a totes les baules de la cadena alimentària, des de la producció d'animals fins la producció de carn i derivats carnis, i té com a objectiu avaluar l'etiquetatge d'aquells productes, carn i derivats carnis (peces càrnies) que posin l'esment "Duroc" indicant el % racial del mateix amb la mateixa grandària i tipus de lletra en el seu etiquetatge. Per a això es tindrà en compte als reproductors i/o material genètic, que donaran origen als productes que es puguin etiquetar com a Duroc. En cas que el % no sigui 100% Duroc, sinó que només un dels progenitors es trobi inscrit dins un llibre genealògic o registre genealògic oficialment reconegut, la denominació acceptada en l'etiquetatge serà la de 50% Duroc. D'aquesta manera s'intentarà no confondre més als consumidors amb els productes Duroc.

Interiorisme comercial - Disseny integral - Fabricació de vitrines frigorifiques a mida

Passatge del Rec 7 | 08338 Premià de Dalt (BCN) | T. 93 752 20 54 | F. 93 752 17 65 | www.mts.cat

mts. | Interiorisme + fred

3 / La pàgina web

Una web és un espai a Internet que fem servir com l'aparador digital del nostre comerç. De fet, pot convertir-se en un immillorable aparador del nostre comerç i, al mateix temps, és una eina idònia per informar, divulgar i donar a conèixer tota aquella informació que volem difondre sobre el nostre punt de venda.

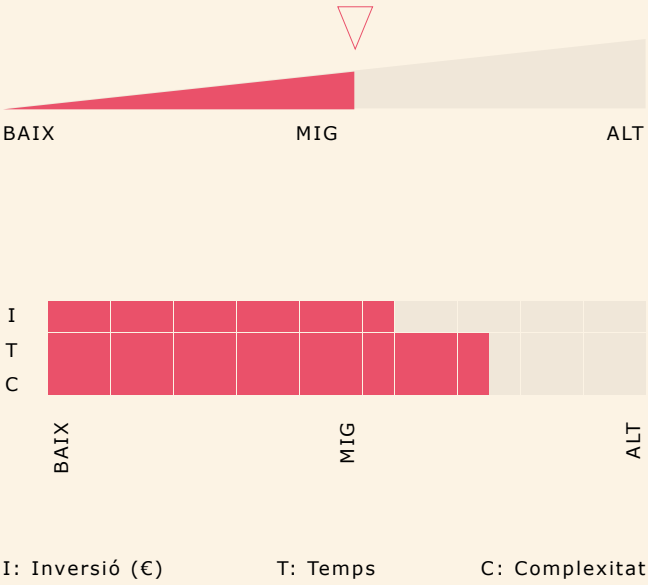
Principals característiques

La inversió és mitjana.
Tot i que el rang de preus pot arribar a ser molt ampli una web es pot contractar a partir d'uns 600 €. A més, cal preveure els costos de domini, manteniment i allotjament.

El temps de dedicació és moderat.
Depenent dels objectius, la dedicació pot ser més o menys àmplia. En general, una web que vulgui informar de la proposta comercial no ha de presentar massa dificultats de dedicació.

La dificultat tècnica és moderada.
Depèn molt de quin sigui l'ús que li vulguem atorgar a la web (informació, creació de continguts...) i la tecnologia emprada. Tot i això, la dificultat de gestió sempre s'acaba simplificant.

Quin esforç implica?



Com et pot ajudar a vendre una pàgina web?

Disposar d'un catàleg amb tota l'oferta comercial

Una web és un immillorable aparador per compartir el teu catàleg de productes i serveis actualitzat en tot moment.

Millorar la imatge del comerç i la seva solvència

Una web et pot permetre reforçar el valor de la imatge i interactuar amb les persones usuàries que busquen informació a la web.

Compartir informació complementària

Un dels avantatges que aporta tenir una web és la creació de continguts que consolidin el comercial i la credibilitamissatget del teu punt de venda.

Abans de crear la teva pròpia pàgina web, comprova que el domini que voldràs utilitzar estigui lliure.
Ho pots comprovar a www.nominalia.com

Exemples per a mantenir un bon servei a través del web

Oferta comercial: l'espai web us permetrà disposar d'un catàleg amb els productes i les novetats, així com receptes o plats que els clients poden cuinar amb productes del vostre comerç. Això aportarà una major visibilitat al negoci.

Interactuar: les webs són un bon sistema per descriure bé els productes dels quals disposeu. Podeu explicar d'on provenen per així facilitar el procés de compra a les persones consumidores.

Credibilitat: crear un lloc web ús permetrà tenir continguts visuals i textuals vinculats al sector (origen dels productes, receptes, consells i recomanacions...). A part podeu incloure imatges o comentaris de clients.

Què et permet fer la pàgina web?

- Si disposes d'una web, quan qualsevol persona et busqui, sempre li **serà molt més fàcil trobar-te a Google**.
- **Una web permet mostrar molta informació visual d'un comerç** (imatge interior de l'establiment, instal·lacions, vídeos explicatius de l'oferta comercial...).
- Una web permet disposar d'un **espai unificat amb les dades de contacte i les xarxes socials** (telèfon, e-mail, adreça...).

Recomanacions a l'hora de crear una pàgina web

- Si vols crear la teva pròpia web i mantenir-lo actiu tingues present que tenen certs **costos de manteniment i de temps**. No tots els comerços cal que tinguin web.
- Si no vols disposar d'una web amb informació bàsica, pots fer **ús d'aplicacions gratuïtes que cobreixen la mateixa funció**.
- **La seguretat a Internet és molt important**. Si disposes d'una web sempre necessitaràs un bon suport de seguretat.

Exemple pràctic. Com millorar les vendes a través del web

Una carnisseria ofereix diferents serveis en la seva web on es poden consultar promocions, receptes, recomanacions, i fer la reserva de la comanda a la web. A més a més, es plantegen arribar a un públic més ampli així com al sector de la restauració.

Quins elements cal preparar?

En primer lloc, amb la creació de la nova web caldrà pensar molt bé els viatges que es volen mostrar, així com la informació que es vol compartir. Definir l'oferta que hi volem posar és molt important!

Per tal que la web transmeti la proposta de valor del comerç, haurà de diferenciar, de manera clara, els diferents productes i continguts complementaris que oferirà (blog, xarxes, suggeriments, servei postvenda...).

Caldrà definir un disseny atractiu a partir d'un conjunt de grafismes i d'imatges que generin una imatge atractiva, en consonància amb el valor del negoci i que permetin una bona experiència d'usuari. Important no utilitzar colors agressius i sempre coherents amb la imatge corporativa del negoci.

Quins beneficis pot suposar?

Actualització de l'oferta: la nova web pot actuar com un catàleg digital que es pot actualitzar contínuament afegint els canvis que cregui més oportuns. A part es podrà anar actualitzant l'apartat d'ofertes quan calgui.

Credibilitat: la presència d'opinions i preguntes freqüents fets per part de la nostra clientela ajudarà a transmetre més confiança i seguretat en l'acte de compra.

Flexibilitat: es pot oferir un espai on es pugui determinar les característiques dels serveis contractats així com de les opcions de personalització de compra.

4 / Les xarxes socials

A l'hora de donar visibilitat al nostre negoci, les xarxes socials són un immillorable espai per promoure la relació amb les persones consumidores. Si bé és cert que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, per sobre de tot són espais que podem aprofitar per compartir continguts relatius a informació, idees i recomanacions pel que fa al nostre model de negoci.

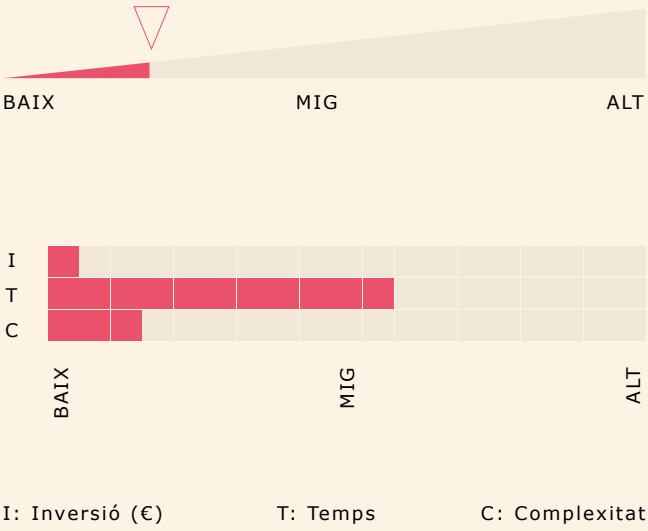
Principals característiques

La inversió és molt baixa.
Ser present a les xarxes socials no té cap cost econòmic directe, sempre que no es contracti publicitat (la qual depèn del pressupost que estipuli el propi comerç).

El temps de dedicació és mitjà.
La gran quantitat d'hores que les persones passem avui en dia a les xarxes socials fa que, quan un comerç decideix estar-hi present, hagi de mantenir una certa constància.

La dificultat tècnica és baixa.
El seu disseny intuïtiu fa que siguin plataformes de fàcil ús, tot i que cal certa pràctica per familiaritzar-s'hi.

Quin esforç implica?



Com et poden ajudar a vendre les xarxes socials?

Reforçar el missatge comercial

Les xarxes socials són un canal a partir del qual pots vestir el teu missatge i la teva proposta de valor per reforçar el vincle amb la teva clientela.

Millorar la visibilitat del negoci i la seva notorietat

La informació que publiquis a les xarxes pot ajudar al teu comerç a guanyar visibilitat, de manera que pots incrementar la teva àrea d'influència.

Promoure la comunicació a temps real

El fet que es tracti d'una eina molt utilitzada per les persones en el dia a dia, et permet estar en contacte amb el teu públic objectiu de manera més constant.

Facebook i Instagram són dues xarxes que disposen de mecanismes de venda a través de les seves plataformes. Entra a http://www.bit.ly/35cAVJx i descobreix com fer-ho.

	T'ajuda a...	Com ser-hi?	He d'invertir-hi diners?		Alerta amb...	
Facebook Marketplace	Comercialitzar productes, directament, sense necessitat de tenir una pàgina de negoci. Està pensat com un entorn de publicacions per a particulars, i no preveu que s'hi efectuïn pagaments.	Accedeix a www.facebook.com/marketplace a través d'un perfil personal. En la publicació no s'identifica el negoci. El contacte es deriva cap a la missatgeria instantània.	Publicar articles no té cap cost. Tampoc existeix la possibilitat de fer publicitat d'aquesta publicació. La plataforma no preveu cap mecanisme de venda.	**Beneficis de Facebook Ad's** És l'opció de publicitat de pagament de Facebook i es tracta de l'estratègia que millor funciona en aquesta plataforma. Per iniciar una campanya de Facebook Ad's, has de tenir un objectiu clar, ja sigui: millorar el reconeixement de la marca, ampliar l'àrea d'influència, augmentar la interacció de la marca i de la pàgina, encontrar nous clients potencials i generar vendes del catàleg. Pots segmentar l'objectiu de les teves publicacions en funció de les teves necessitats (edat, gènere, àrea geogràfica, situació sentimental, interessos...). A través dels teus clients actuals, optar per aquesta opció et permetrà interactuar i contactar, amb persones usuàries i públics similars.	Aquesta eina està pensada perquè siguin els particulars els qui venguin productes i no pas els comerços. Tingues present que si hi vols entrar, ho has de fer com a particular i no pas com a negoci.	Facebook Marketplace
Facebook Pàgines	Disposar d'un espai en una xarxa social de referència, on pots anar publicant informació relativa al teu comerç: fotografies de productes, vídeos del negoci, idees i suggeriments de compres, o altres idees que potencien la venda.	Accedeix a la web d'aquesta xarxa social amb el teu perfil personal i crea una pàgina de "Negoci Local". D'aquesta manera, podràs mostrar productes en la pestanya "Botiga", els quals també apareixeran en el teu mur.	Publicar articles i difondre'ls no té cap cost. Però has de pensar que, des d'una pàgina de negoci, sí que tens l'opció de fer publicitat dels productes per arribar a més gent. En aquest cas, sí que tindria un cost.		El repte de mantenir en el temps un perfil publicant continguts diversos i equilibrant els continguts comercials i els que ajuden a construir la teva marca i els valors pels quals la teva clientela et tria i continua repetint.	Facebook Pàgines
Instagram	Transmetre els valors del teu comerç a través d'imatges i vídeos en el mur, les stories i els directes que es poden penjar durant 24 hores, o bé organitzar en carpetes. També es poden mostrar productes, recomanar-los i interactuar amb els teus seguidors.	Per etiquetar els teus productes necessitaràs connectar el teu Instagram a la fanpage de Facebook i haver activat la botiga des de Facebook. És un procés molt senzill, que ve molt ben explicat a Facebook i et permet incrementar les vendes de manera gratuïta.	Publicar articles en aquesta xarxa social és gratuït. Fer publicitat és l'única manera de publicar enllaços a les fotografies. En el cas que vulguis publicar un enllaç a les stories d'Instagram cal superar els 10.000 seguidors.	**Instagram Shopping** Permet incloure enllaços de compra als productes que apareixen a les teves publicacions. Aquests enllaços derivaran a l'usuari a la teva botiga online. **Instagram Ad's** En aquest cas, la publicitat de pagament d'Instagram funciona de la mateixa manera que en el cas de Facebook Ad's, ja que estarà enllaçada a la teva pàgina de negoci de Facebook.	El repte és mantenir una rutina en la publicació de continguts, sempre vinculades al negoci. Aquestes publicacions hauran de ser de qualitat, molt visuals i atractives per tal de connectar amb els teus followers. Si s'equilibren els continguts comercials i es manté una relació constant a través de la interacció amb els seguidors aniràs pel bon camí per generar nova clientela.	Instagram

Què et permeten fer les xarxes socials?

- Avui ja sabem que un petit percentatge de les vendes al comerç neixen de fotos i vídeos de productes que es veuen per primera vegada a les xarxes socials.
- Un element molt important en qualsevol publicació a les xarxes socials és la qualitat de les fotografies que utilitzem.
- I recorda! Quan publiques qualsevol informació a les xarxes socials, estàs transmetent un missatge. Intenta que aquest missatge vagi alineat amb els teus objectius i la teva proposta de valor per tal de connectar amb la teva clientela a través d'una història, reforçant així el contacte emocional.

Exemples per a mantenir una bona reputació a les xarxes

Proposta de valor: a través de les xarxes socials podreu afinar la vostra comunicació i generar més valor a la clientela. Les publicacions podrien anar orientades a l'exposició dels productes més exclusius, nous serveis o promocions…

Visibilitat: les xarxes socials s'han convertit en un boca-orella extraordinari. Podeu interactuar amb la vostra comunitat informant-los d'un canvi d'horari, de promocions o ofertes... Aquesta atenció personalitzada farà que l'establiment es posicioni de manera diferent a la resta.

Immediatesa i contacte directe: les xarxes socials són una bona oportunitat per a donar visibilitat al vostre comerç. Podeu aportar valor compartint contingut respecte a l'elaboració i la manipulació del producte que oferiu.

Exemple pràctic. Com millorar les vendes a través de les xarxes socials

Una xarcuteria es planteja crear un perfil a Instagram. Els seus objectius són, per una banda, despertar l'interès de la seva clientela amb imatges o vídeos i, per l'altra, donar visibilitat a les promocions i ofertes per fer arribar els seus productes més exclusius a molta més gent.

Quins elements cal preparar?

Creació del perfil a la xarxa social amb la informació bàsica del negoci (adreça, correu, web). Informació de la creació d'aquest nou perfil entre la seva clientela (pot posar un cartell al propi comerç, a la capçalera del mail, a la web...).

Publicació, en el mateix perfil, d'accions concretes per interactuar amb els seus seguidors: fotografies i projectes realitzats, recomanacions i consells de fotografia, creació de concursos i enquestes que incentivin la participació.

Avaluació sobre com aquestes accions han sumat nous seguidors, com han interactuat i participat de les propostes proposades (concursos, enquestes...). Donar resposta als comentaris i als missatges de les persones seguidores (genera una bona reputació i confiança per part de les persones que segueixen el perfil).

Quins beneficis pot suposar?

Comunicació més directa i estreta: amb aquesta estratègia posarà a disposició de la clientela un canal de comunicació més directe i personalitzat.

Difusió de l'oferta comercial: amb la creació de la pàgina de negocis, disposarà d'un nou canal de difusió per a nous productes.

Nou canal d'informació a la clientela: la xarxa social li permetrà poder relacionar-se, de manera constant, amb persones consumidores que publiquin imatges dels productes adquirits.

sistemes i comunicacions

#CashlogyContigo

cashlogy by AZKOYEN

Cuidem del teu **negoci**,
cuidem dels teus **clients**

Guanya en tranquil·litat i protegeix els teus empleats i clients

sistemes i comunicacions

C/ Esquadres, 12
08901 L'Hospitalet de Llob.
Lat. 41,362943 Lon. 2,10777

Tel. 934 512 338
info@ossistemes.com
www.ossistemes.com

facebook.com/ossistemes
twitter.com/@ossistemes
youtube.com/user/ossistemes

C. Consell de Cent, 80 - Barcelona
93 424 10 58 - gremi@gremicarn.cat

Vegans i altres animals

Un granger de ramaderia extensiva NO és un fabricant de carn. Quan es veuen problemes gravíssims en algunes instal·lacions càrniques, tots tenim el mateix sentiment de pena, de ràbia i, perquè no, de vergonya. Però és aquesta empresa qui ha de respondre davant els seus clients i davant tota la societat i no el sector i menys els detallistes o els elaboradors artesans.

Demanem una producció de carn responsable, complidora de les normatives de benestar animal i de sostenibilitat. La producció industrial creada per exportar o per donar suport a les grans indústries NO és la nostra lliga. Nosaltres juguem en el territori més proper a la gent, el de la gastronomia i cultura local, el del comerç de proximitat, el comerç que dóna cada dia la cara pel seu producte.

> *La producció industrial creada per exportar o per donar suport a les grans indústries no és la nostra lliga. Nosaltres juguem en el territori més proper a la gent, el de la gastronomia i cultura local, el del comerç que dóna cada dia la cara pel seu producte.*

Nosaltres som transformadors bàsicament de carn, però tenim coneixements per transformar altres productes alimentaris com els vegetals. Així, davant de productes industrials falsament sostenibles o nutricionalment acceptables, nosaltres elaborem hamburgueses vegetals NOMÉS amb vegetals i les venem a les nostres botigues.

La Dieta mediterrània avala àmpliament el consum de carn. Si deixem a un costat les persones més radicals, l'absoluta majoria de la població consumeix aliments d'origen animal, i com tot, el problema és que en funció de l'edat i necessitats de cada persona, haurà de consumir més o menys carn. Però les carns i els aliments derivats dels animals, han de formar part de la nostra dieta.

> *Per què creieu que no es pot dir llet als productes vegetals però si hamburguesa a un disc vegetal? Perquè la pròpia indústria alimentaria, juntament amb la gran indústria càrnica, ho ha volgut i els seus lobbies han fet la seva feina.*

Per què creieu que no es pot dir llet als productes vegetals però si hamburguesa a un disc vegetal? Perquè la pròpia indústria alimentaria, juntament amb la gran indústria càrnica, ho ha volgut; els seus lobbies han fet la seva feina i han aconseguit facilitar la introducció i venda dels productes ultraprocesats que ells mateixos elaboren i paguen perquè s'investigui més i més ràpid. D'aquesta forma aconsegueixen aquesta mena de producte deslligat absolutament de la base del sector primari, convertint un producte vegetal en un producte de laboratori que enganya aquí es vol deixar enganyar, fins que ja no hi hagi cap engany perquè deixi d'haver-hi vegetals, llegums, carn o peix produïts i defensats per les persones del camp o del mar.

Pròsper Puig
President de GremiCarn Barcelona

Entrevistem Sebastián García Domènech, director del nou Club de Compres de GremiCarn.

A més d'un professional actiu amb una experiència de més de 30 anys en el món de la Gestió de Compres, és professor de Gestió de Compres en els màsters de Supply Chain d'EAE i és l'expert responsable de l'assessorament de Compres de la Patronal CECOT.

Senyor García, per a què serveix un Club de Compres?

És una eina de gestió per ajudar a la competitivitat de les empreses agremiades, ja que redueix les despeses recurrents del compte d'explotació, anant l'estalvi directament a incrementar el benefici.

El Club de compres permet presentar-se als mercats com una demanda agregada i estratègicament alineada, on el grup ens reforça a tots i cada un dels agremiats i on la dificultat de conèixer els preus de mercat de productes de compra elevada, però no diària, desapareix ja que saps que tindràs el millor preu perquè el club de compres ha revisat totes les ofertes del mercat.

Al treballar amb una agrupació dels volums de compra i tenir una posició comuna en el mercat, a part d'aconseguir clares millores econòmiques, s'aconsegueix un pes davant els proveïdors que permet millorar la seva resposta en l'àmbit de la qualitat i el servei, perquè un problema a part dels agremiats pot suposar una decisió grupal de reducció del volum total de compra amb aquest subministrador.

> *Tot aquest esforç d'inversió i gestió s'està realitzant des de la Central sense haver compromès cap inversió dels agremiats. Esperem ara que els agremiats donin suport a l'aposta del Gremi en aquesta iniciativa.*

Què negocia el Club de Compres del Gremi?

Ens enfoquem a aquells materials auxiliars d'explotació; per exemple film PVC, safates de plàstic, paper d'embalar, materials auxiliars de xarcuteria, etc. Però no vam entrar a tractar sobre les matèries primeres dels nostres socis.

A més, gestionem capítols de despeses generals com l'Energia Elèctrica i d'altres com el Gas, la roba laboral, tòners de tinta per a l'impressora, etc.

I per què no entren a buscar millors preus en la matèria primera?

Perquè considerem que és un factor competitiu entre els agremiats. Mentre que els materials auxiliars com les safates de porex o de pet o l'energia, no constitueixen una diferència competitiva entre els socis. No obstant això, tenir més costos en aquests materials auxiliars i despeses, sí que incideixen negativament en el negoci, tant a nivell de rendibilitat i de liquiditat.

Pot concretar, com afecten aquests majors costos a la rendibilitat i la liquiditat d'un soci?

Permeteu-me que comenci per la liquiditat: en contractar amb majors costos i per tant haver de pagar més per alguna cosa, anem esgotant la nostra tresoreria. No obstant això, si tenim uns costos de materials o despeses més econòmiques, i el que paguem de menys son beneficis que es queden en el negoci.

Pel que fa a la rendibilitat, i tenint en compte que el benefici és la diferència entre els ingressos i les despeses, el benefici pot augmentar o disminuir perquè varien les vendes en el mateix sentit, però també pot variar perquè augmentin o disminueixin les despeses. Per tant, no tan sols cal enfocar-nos a les vendes, sinó també en millorar les despeses perquè entre totes dues millori la rendibilitat.

El que passa és que força vegades és més eficaç i ràpid la via de les despeses perquè depèn únicament de la voluntat del propietari davant d'una oportunitat de millora que es presenta, mentre que en la venda hi ha factors externs

C. Consell de Cent, 80 - Barcelona
93 424 10 58 - gremi@gremicarn.cat

fonamentals com són la voluntat dels clients. I de vegades, per augmentar les vendes cal fer inversions prèvies per augmentar-les. A la via de despeses no és l'habitual.

Des de quan està operatiu el Club de Compres?

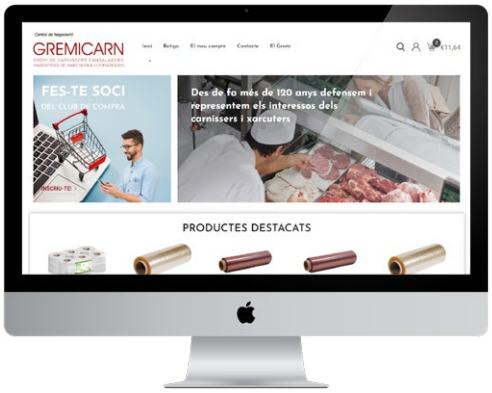
Oficialment vam iniciar l'activitat el passat 1 de gener de 2020, però ja portàvem mesos de preparació. Tinguem en compte que el Club de Compres és un dels projectes de la nova Junta Directiva i s'ha estudiat i desenvolupat detingudament tot el projecte per part seva abans de donar la conformitat pel seu inici. La preparació, a banda dels aspectes organitzacionals i formals, va ser intensa perquè hem volgut iniciar l'activitat d'una manera diferent de com es generen aquest tipus de centrals. L'habitual és que els col·lectius decideixin organitzar una Central, es faci un pressupost econòmic per sufragar tots els costos d'arrencada, la inversió es divideixi entre els interessats i cadascun aporti l'import resultant, i llavors s'inicia el procés. En el cas del Gremi s'ha optat per una via alternativa: amb la col·laboració de l'equip gestor del Club, primer es van tancar acords en alguns capítols de despeses per aconseguir estalvis i oferir-los des del primer minut als socis que s'afiliïn al Club. L'objectiu és que la inversió que fan els socis quedi compensada des del primer minut amb estalvis reals dels quals es puguin beneficiar. D'aquí sorgeix la campanya de millora de la contractació de l'energia i els estudis gratuïts per a tots els socis que vam iniciar al febrer d'aquest any, perquè abans d'afiliar-se al Club ja sabessin els estalvis que tindrien.

I quin estalvi mitjà han aconseguit en l'energia elèctrica?

Un estalvi mitjà en el cost de l'energia d'un 25% amb possibilitat de mantenir els preus contractats en un, tres o cinc anys. I això abans de la Pandèmia... Hi ha hagut socis que han tancat grans estalvis amb preus estables durant els pròxims cinc anys.

Quins són els plans immediats del Club de Compres?

El primer i més important és augmentar el nombre de socis afiliats al Club. L'efecte de la pandèmia ens ha trastocat les expectatives inicials d'augment de la massa social endarrerint els objectius perseguits que eren al menys d'un 10% d'agremiats el primer any i que ara estem, tot just, en un 5%.



"Si tenim en compte que el soci s'afilia al Club amb la possibilitat d'estalviar, bé en l'Energia o en els diferents materials que hem gestionat, cada any s'estalviarà la quota anual del gremi i hi guanyarà diners."

La pandèmia ens ha obligat a entrar amb urgència en el mercat dels EPIS (mascaretes, guants) i en un moment molt complicat, el que ha suposat un esforç extraordinari. No obstant això, hem aconseguit subministraments estables de màscares a uns preus un 40% millors que els de la Gran Distribució, i un 60% inferiors als de les Farmàcies. En els guants, hem parat el cop amb guants de vinil a preus un 25% inferiors al mercat i ara estem tancant acords per establir un subministrament regular competitiu de guants de nitril. Són gestions altament complexes i contrarellotge en una situació de mercat en contra, però aconseguirem bons resultats.

En paral·lel, fa pocs dies que hem estrenat la botiga en línia del Gremi on els socis del Club poden gestionar les seves comandes de compres de materials auxiliars. Hem iniciat la botiga en línia amb film de PVC, paper eixugamans i cel·lulosa. Abans de final d'any, ampliarem amb les safates i enciameres, tant de porex, com de PET com bio, així com materials

propis de xarcuteria. L'any que ve seguirem amb les bosses de plàstic de nanses i seguirem amb el paper d'embolicar. I així, progressivament, anirem ampliant la gamma de productes i despeses.

La botiga online permet al soci unificar diferents materials amb un únic proveïdor on el Club de Compres s'encarrega de consolidar les comandes i d'aquesta manera, també se simplifica la gestió de compra d'aquests articles per als agremiats. Vull destacar que tot aquest esforç d'inversió i gestió s'està realitzant des del Club sense haver compromès cap inversió dels agremiats. D'aquesta hem avançat molt més ràpid per implantar el Club. Esperem ara que els agremiats donin suport a l'aposta del Gremi en aquesta iniciativa de forma ràpida.

Però, encara no hem parlat d'inversió per al soci. Quant costarà tots aquests serveis als que en vulguin formar part?

Hem fet un gran esforç perquè els costos de gestió siguin els mínims per als socis i els beneficis siguin els màxims possibles. El cost és de 8 euros al mes, és a dir 99 euros a l'any. Amb aquesta quota el soci accedeix als preus especials del Gremi, a la botiga online per operar i al suport de l'equip del Club de Compres per resoldre qualsevol incidència de qualitat o servei que es presenti.

Si tenim en compte que el soci s'afilia al Club amb la possibilitat d'estalviar, bé en l'Energia o en els diferents materials que hem gestionat, cada any s'estalviarà la quota anual del gremi i hi guanyarà diners. Aquest era el gran repte del nostre Club de Compres, que la inversió es cobrís àmpliament amb els estalvis aconseguits. Ah!, i una cosa molt important: els socis del Club no tenen l'obligació ni el compromís de comprar si no es presenten opcions que ells considerin competitives.

Vol enviar algun missatge als agremiats per concloure l'entrevista?

Sí, si m'ho permet. Els demanem que comprenguin que el Club de Compres només pot aconseguir millors condicions de mercat si efectivament els agremiats s'uneixen. No només es tracta de comparar un preu respecte a un altre, i si m'interessa m'apunto o no, sinó es tracta de conferir més força al grup i entre tots ajudar-se mútuament a competir millor i assegurar més el futur de l'activitat.

Si els nostres agremiats no fan aquest "petit" acte de fe, que hem procurat sigui el més petit possible, el Club no aconseguirà mai la continuïtat i els seus objectius. El secret d'una Central de Compres són dos factors: la voluntat dels socis i un equip professional per gestionar. El segon el tenim, ara anem a pel primer i esperem el suport dels nostres agremiats.

La **Central de Negociació de Compres**, que és oberta a la participació de tots els socis, té tres **objectius fonamentals**:

- **Millorar les condicions econòmiques de productes i serveis** que tinguin més impacte en els comptes de resultats, però que no formin part de la matèria primera pròpia dels carnissers i xarcuters. Com a grup unit i organitzat, podem sumar els volums de compres de les empreses associades i aconseguir millors preus.
- **Assegurar el nivell de servei dels proveïdors**. Mitjançant la força que dóna la unió, protegim els nostres interessos davant qualsevol incompliment en la qualitat o en el servei amb un de nosaltres, ja que els pot suposar la pèrdua del volum total de compra del gremi per al proveïdor que no compleixi.
- **Estar alerta a abusos o incorreccions que es produeixen en les condicions o propostes d'alguns serveis i productes** que la major part de socis no poden detectar per no tenir el temps per dedicar-li atenció, o per desconeixement del fons real del tema. Es tracte doncs, de vigilar des de la Central per evitar exageracions comercials per part d'alguns venedors que, per exemple, fan servir la por a possibles sancions si no es fan servir els seus productes o serveis.

Per més informació del Club de compres o demanar l'estudi d'Estalvi d'energia o de materials com el film PVC poden contactar a l'adreça de correu l'electrònic centralnegociacio@gremicarn.cat

C. Consell de Cent, 80 - Barcelona
93 424 10 58 - gremi@gremicarn.cat

Un any més, arriba el calendari de GremiCarn

Com ja és tradició, durant les primeres setmanes de desembre, els associats a GremiCarn Barcelona rebreu a través del correu postal un calendari de taula d'aquest 2021. En el calendari, a més dels festius territorials i nacionals, també hi trobareu les festivitats i activitats més assenyalades del sector com ara Dijous Gras, el dia de l'hamburguesa o Carnellets - Tot Sants, entre d'altres. Per altre costat, juntament amb el calendari també hi trobareu una carta del president del Gremi Pròsper Puig i un folletó amb tots els serveis que us oferim des de les oficines gremials.

Èxit de demanda de les manyoples personalitzades

Després de l'èxit del Nadal passat amb les bosses de roba de Carnissers Xarcuters Catalunya, des de la Central de Negociació de Compres de GremiCarn hem ofert a tots els agremiats una proposta de regal de Nadal per oferir als seus clients: una manyopla de cuina en què es pot incloure el logotip de la canisseria - xarctueria.

Molts associats s'han interessat amb la proposta i des d'aquesta campanya de Nadal els seus clients els tindran presents sempre que vagin a cuinar.

Nova oferta Especial per agremiats: Guants de Vinil i Mascaretes quirúrgiques i FFP2

Arran de l'evolució del virus Covid-19, els EPI s'han convertit en una eina de treball essencial pels carnissers - xarcuters.

Des de GremiCarn Barcelona i amb la finalitat de promoure la seguretat i la salut dels treballadors mitjançant l'aplicació de mesures i el desenvolupament d'activitats necessàries per a la prevenció de riscos derivats del treball, de des de la Central de Negociació de GremiCarn seguim oferint dues ofertes especials als nostres agremiats de mascaretes no reutilitzables (quirúrgiques i FFP2) i de guants vinil.

Tots aquells socis interessats en adquirir-ne, s'han de posar en contacte amb el gremi enviant un correu electrònic a gremi@gremicarn.cat

www.gremicarn.cat

El servei Central de Negociació de Compres passa a dir-se Club de Compres i estrena botiga online

El servei de GremiCarn estrenat a inicis d'aquest any, "La Central de Negociació de Compres" ha passat a dir-se "Club de Compres" i he estrenat una botiga online on els socis del Club poden gestionar les seves comandes de compres de materials auxiliars:

clubdecompres.gremicarn.cat

A través d'aquesta nova plataforma es vol unificar els diferents materials amb un únic proveïdor on el Club de Compres s'encarrega de consolidar les comandes i d'aquesta manera, també se simplifica la gestió de compra d'aquests articles per als agremiats.

Hem iniciat la botiga en línia amb film de PVC, paper eixugamans i cel·lulosa. Abans de final d'any, ampliarem amb les safates i enciameres, tant de porex, com de PET com bio, així com materials propis de xarcuteria. L'any que ve seguirem amb les bosses de plàstic de nanses i seguirem amb el paper d'embolicar. I així, progressivament, anirem ampliant la gamma de productes i despeses.

Amb el Club de Compres, el soci minimitza la despesa en l'energia elèctrica o en els diferents materials a la venda a la botiga online, fent que cada any s'estalviï la quota anual del gremi i a més, hi guanyi diners.

Tots aquells socis que estiguin interessats en el Club de compres o vulguin demanar l'estudi d'Estalvi d'energia poden contactar a l'adreça de correu l'electrònic central-negociacio@gremicarn.cat

Pn PratsNadal

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

C. Finca Camps i Armets s/n, 2a - Monells
972 630 406 - info@gremicarn.com

Vianda* El vi del Gremi

El dia 29 d'octubre de 2020 es fa la presentació en societat del Vi del Gremi anomenat Vianda*

Vianda* va néixer de la necessitat de crear un vi Empordanès. maridat per fills de carnissers i exclusiu per al nostre col·lectiu. Des d'aquí volem agrair als companys de *la Vinyeta, el seu esforç per a fer d'aquest vi, quelcom únic i indispensable a totes les nostres carnisseries.

Tàndem necessari

El Celler *la vinyeta ubicat a Mollet de Peralada. La Vinyeta ha estat escollida com a Millor Celler 2018 per l'Associació Catalana de Sommeliers. Aquesta entitat aplega uns 600 sommeliers i empreses adherides del territori català i té la vocació d'aglutinar el sector i promoure la figura del sommelier.

Edició Limitada

Vianda* va néixer de la necessitat de crear un vi Empordanès. maridat per fills de carnissers i exclusiu per al nostre col·lectiu. Des d'aquí volem agrair als companys de *la Vinyeta, el seu esforç per a fer d'aquest vi, quelcom únic i indispensable a totes les nostres carnisseries.

C. Pere Martell 19, 1r 1a - Tarragona
977 225 359 - gremicarnisserstgn@gmail.com

Per Tot Sants, Carnellets

Aquest any hem viscut una Castanyada i un Tots Sants ben atípic degut a la Covid-19, però tot i així els nostres agremiats de la província de Tarragona, sense perdre mai la il.lusió ni deixar d'ajudar a celebrar les tradicions, han elaborat diferents tipus de "carnellets" i altres productes per a l'ocasió.

Des del sector ho tenim clar, hem d'oferir al públic menjars per a ser compartits en les celebracions familiars!

Us presentem algunes de les creacions dels agremiats. Que vagi de gust!

Qualificació o competència professional

Recentment es parla d'un nou sistema de certificació oficial "d'avaluació i acreditació de les competències professionals" amb uns objectius similars al de sempre però amb un recorregut paral·lel, i administrativament al de les qualificacions professionals.

Josep Dolcet
Fundació Oficis de la Carn

Sí, no m'he equivocat, ho he escrit en singular quan el més sovint és veure-ho escrit en plural. Efectivament, des de fa temps es parla de les "qualificacions professionals", una certificació oficial, relacionada amb la formació professional, que vol acreditar que un operari reuneix determinats coneixements, capacitats i habilitats que el qualifiquen, de forma acadèmica, per exercir o treballar en una determinada professió i ofici.

Més recentment també es parla d'un altre sistema de certificació oficial "d'avaluació i acreditació de les competències professionals" amb uns objectius similars però amb un recorregut paral·lel, i administrativament al de les qualificacions professionals.

Aquesta és una de les moltes meravelles burocràtiques que ens brinden les administracions, amb una més o menys accentuada dosi de bona voluntat, per donar una sortida a les mancances de formació professional, llargament reivindicada pels sectors afectats, però a la vegada ignorada o oblidada per uns i menyspreada o poc coneguda pels altres. Total que a força de Decrets i bones voluntats s'han anat desenvolupant uns sistemes d'acreditació que amb poc èxit fins ara (en el nostre ofici) s'han pogut implantar.

No vull endinsar-me en els motius i causes d'aquest poc èxit, n'hi hauria per parlar-ne de llarg, però en podeu estar segurs, en aquest cas sí que val la vella expressió: "qui n'estigui lliure de culpa, que tiri la primera pedra". Deixem per una altra ocasió aquesta anàlisi i anem a la línia que jo volia.

Des del meu punt de vista i referint-me a l'ofici de carnisser-xarcuter (i ho sostinc després de més de trenta-cinc anys de treballar-hi) hi ha una diferència substancial entre el concepte que pot aplicar-se a un "professional qualificat", així ras i curt, i el significat que se'ns dona a entendre oficialment com al professional a què se li atorga el "Certificat de competències" que promulguen els sistemes proposats per l'administració, d'aquí l'enunciat d'aquest article.

Anem per parts i mirem d'aclarir en què consisteix i perquè hauria de servir això de les Qualificacions Professionals o de l'acreditació de competències.

Perquè ho entenguem, la normativa actual contempla un sistema, més o menys burocratitzat, de qualificació professional que va des de la formació professional presencial amb l'adquisició de competències a partir de mòduls formatius, fins a una qualificació obtinguda mitjançant l'acreditació de les competències adquirides al llarg d'una determinada trajectòria laboral. Aquests sistemes, que depenen d'organismes administratius diferents, podem entendre que comparteixen objectius comuns, i que extrets del sistema integrat de qualificacions i formació professional desplegat per l'Institut Català de les Qualificacions Professionals (ICQP) pretenen que siguin útils:

A tothom: per millorar la capacitació professional a través de la formació al llarg de tota la vida.

Als treballadors i treballadores:

- Perquè puguin acreditar oficial-

ment les seves competències professionals i, per tant, puguin millorar les possibilitats de trobar feina, promocionar-se en el treball, actualitzar la seva formació, establir-se pel seu compte, arreu d'Europa.

- Perquè puguin triar amb claredat la formació que més els interessa en cada moment.
- Perquè puguin triar la via de formació que més els convé: la formació reglada, la formació contínua, la formació ocupacional o l'experiència laboral i, a més, coneguin l'acreditació que podran obtenir-ne.

A les empreses i administracions:

- Perquè puguin identificar millor les competències professionals de qui ha de fer una funció o ha d'ocupar un lloc de treball i, per tant, facilitar la selecció de les persones,
- Perquè els facilita la gestió dels procediments de promoció professional i de mobilitat laboral.
- Perquè els facilita la gestió de la formació dels recursos humans.
- Perquè els facilita la gestió de processos per recol·locar el personal.

Als sindicats i les associacions professionals:

- Perquè els facilita la informació sobre qualificacions professionals.
- Perquè els facilita la gestió d'accions formatives.

Al mercat de treball, perquè afavoreix la transparència en el coneixement de les qualificacions de les persones i en el coneixement de la demanda de qualificació de les empreses.

Efectivament, a priori són unes bones eines, i que com totes les eines cal que siguin utilitzades de forma correcta i adequada per allò pel que han estat dissenyades, tant de cara al treballador com de cara a l'empresa o a les mateixes associacions i sindicats. Per la seva implantació útil, **tothom s'ho ha de creure i hi ha de posar esforç i bona voluntat**, i a la vegada, estar disposat a reconèixer el fet diferencial del treballador que ha estat mereixedor de les certificacions obtingudes per alguna de les dues vies a l'haver assolit les competències corresponents.

Val a dir que, malauradament, massa sovint hem vist un excés d'oportunisme i de mercantilisme en les accions formatives relacionades amb les competències de les qualificacions professionals. Però aquest és un altre tema que no ens correspon analitzar. Anem al que en un principi us volia transmetre amb aquest article.

Què és el que entenc personalment per qualificació professional?

Des del meu punt de vista, qualsevol treballador del sector, tingui la categoria que tingui, està qualificat professionalment quan és capaç de desenvolupar les tasques que té encomanades de forma correcta i seguint les tècniques i normes específiques per a cada feina. Això comporta posseir uns determinats coneixements i habilitats i saber adoptar uns comportaments i actituds clars, concrets i ben definits i, a la vegada executar-los de forma correcta. Al final, l'avaluació esperada dels resultats de la feina que se li ha encomanat, no pot ser altra que satisfactòria. Però compte, aquesta avaluació ha de ser rigorosa i objectiva. Sempre amb un bon coneixement de causa i de l'activitat a avaluar. Seguint un des directrius o protocols establerts, però interpretats i executats per avaluadors que professionalment provinguin del sector. L'acreditació de competències que al final determinarà realment si un professional està qualificat per desenvolupar tasques (en el sector de la carnisseria i xarcuteria, per exemple), haurà de fer-se com a mínim a partir de l'acreditació de la formació rebuda i sobretot, a partir de l'avaluació de coneixements i habilitats per part dels professionals amb experiència.

I com ho podem traslladar al nostre sector i al nostre model d'establiments?

Certament, el sector minorista carni disposa de bons professionals i que en podríem dir qualificats. Una bona majoria amb coneixements i habilitats adquirits en el seu exercici professional, amb aprenentatges adquirits per la via generacional i complementats per formacions especialitzades impartides pels mateixos sectors. Aquests, sense un document oficial que els reconegui les seves competències, han estat la garantia de supervivència i d'actualització de l'ofici fins els moments actuals.

Ara, el que es proposa és que per fi es puguin reconèixer de forma oficial aquestes competències i habilitats i que els professionals puguin disposar d'una qualificació oficial pel seu ofici.

Però, tot plegat, per què serveix tot això? Val la pena entrar en aquesta mena de roda de reconeixement oficialista?

Jo entenc que sí. Si ho mirem amb perspectiva de sector, ja és hora que comencem a professionalitzar-lo. Fa molt, massa temps, que el sector es lamenta que falta personal qualificat. I jo em pregunto, que s'ha fet?; fer formació? Si, però per qui?, fins no fa gaire, només pels responsables dels establiments o de producció. Poca cosa més.

Tot i això, ja és molt, però on s'ha reconegut?; ha tingut ressò a l'hora d'establir categories professionals?; els organismes administratius ho han tingut en compte?; ha sigut útil per a la contractació de personal? No seré jo ni aquí qui apunti respostes.

Però sí que és hora de començar a reconèixer les competències, la qualificació, la professionalitat, diguem-li com vulguem. Si d'una vegada comencem a fer-ho, estic convençut que començarem a posar els fonaments per la professionalització del sector, i a la vegada potser podrem definir els perfils professionals que permetran noves incorporacions per al relleu de les empreses que el conformen.

Per tant, quina utilitat poden tenir les qualificacions professionals o el sistema d'avaluació i acreditació de competències dels que estem parlant?

- Per qui comença o s'hi vol dedicar: adquirir les competències necessàries (coneixements i habilitats mínimes) per poder accedir a un lloc de treball amb unes perspectives de futur interessants en el que a poc a poc anirà adquirint les habilitats necessàries.
- Pel que està treballant: millorar i actualitzar coneixements i habilitats i rebre un reconeixement oficial, que acredita la seva qualificació professional que li pot permetre la seva progressió dins l'empresa o sector.
- Per les empreses: disposar de professionals amb una qualificació real acreditada per una formació de qualitat i propera a la realitat del sector.
- Pel futur del sector: assentar les bases de la seva professionalització i obrir una perspectiva important a l'hora de definir els requisits de qualificació per regentar un negoci alimentari, seguint el model d'altres països europeus als quals ens volem comparar.

> *La Fundació Oficis de la Carn, està en condicions d'acreditar aquesta formació, ja que disposem de la informació per poder-ho fer. A més, té al seu abast professionals que han exercit el seu mestratge en els diferents àmbits de l'ofici, ben qualificats pel reconeixent social i empresarial.*

Hi podem fer alguna cosa des del sector?

Rotundament sí. Tenint en compte que les dues vies passen per l'avaluació i l'acreditació de competències, i que bona part d'aquestes s'acrediten mitjançant la formació i l'avaluació de coneixements i d'habilitats, el sector minorista carni a Catalunya fa vora cinquanta anys que treballa en aquest sentit, a través de la que ara coneixem com l'Escola Professional de la Fundació dels Oficis de la Carn.

Efectivament, entre la que és des de 1992 l'Escola de la Fundació Oficis de la Carn, hereva de la seva antecessora l'Escola Professional del Gremi de Cansaladers i Xarcuters de Barcelona, hem anat impartint formació especialitzada a més de 20.000 alumnes provinents de petites empreses de tot Catalunya principalment, però també d'altres territoris dels Països Catalans i també de la resta de l'Estat Espanyol.

Aquesta formació ha inclòs tots els àmbits relacionats amb el funcionament de les petites empreses, des de la producció a la gestió, des de les compres fins a les vendes i l'atenció al client.

La Fundació Oficis de la Carn, està en condicions d'acreditar aquesta formació, doncs disposem, en la majoria dels casos, de la informació per poder-ho fer.

Per altra part, la mateixa Fundació té al seu abast un seguit de professionals que d'una forma o altra han exercit el seu mestratge en els diferents àmbits de l'ofici, ben qualificats pel reconeixent social i empresarial, i que al meu entendre estan perfectament capacitats per avaluar, directament, competències i habilitats dels aspirants.

Tenim una eina, tenim uns mitjans, tenim uns professionals, tenim una visió de futur. Podem oferir transparència, rigor i solvència lluny de pressions interessades. Som la Fundació.

Hi estem disposats?
Comencem?

Viu el Nadal amb els nostres plats

Ja arriben els últims mesos del 2020, d'un any complicat i ple de reptes.

A Cuinats Jotri seguim treballant per a tu amb esforç i dedicació per a poder acabar l'any de la millor manera i oferir-vos un ampli ventall de plats de Nadal perquè gaudiu d'aquestes festes.

Bon nadal i feliç 2021, que el nou any us porti salut i felicitat.

Cuinats Jotri

Mousse de peix de roca

Mousse d'escalivada

Mousse de carbassó

Cargols

Carpaccio de cargols

Coulant de calçots de Valls i salsa romesco

Sopa de peix

Vedella amb bolets

Calamars farcits

Pollastre farcit amb prunes i pinyons

Canelons de carn amb beixamel i formatge

Canelons d'espinacs amb beixamel i formatge

Canelons de confit i foie d'ànec amb beixamel de poma caramel·litzada

Canelons de bacallà d'Islàndia amb samfaina amb beixamel de tomàquet al forn

Canelons de pollastre de pagès rostit amb beixamel de ceba rostida

Canelons de peix i marisc amb beixamel de peix

Canelons de ceps i verdures amb beixamel de ceps

Canelons de salmó de Noruega i espinacs amb beixamel d'espinacs saltats

T 972 396 561
info@cuinatsjotri.cat
www.cuinatsjotri.cat
Mas Saguer, 1
Juià (17462)
@cuinatsjotri

Gras i magre

ANUNCIA'T A GRAS I MAGRE

Gras i Magre és una publicació tècnica i especialitzada, de difusió gratuïta als professionals del sector carni associats als gremis de la Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers-Xarcuters.

Imprescindible per a tots aquells empresaris i treballadors preocupats per l'opinió, l'actualitat, la legislació i l'evolució d'un important sector dins de la nostra economia.

DADES TÈCNIQUES

Periodicitat: **4** exemplars l'any
Tiratge: **1.600** exemplars
Format: **210 × 297** mm
Impressió: Offset a **4+4 tintes**
Enquadernació: Llom americà

FORMATS:

Pàgina sencera
210 x 297 mm.

Mitja pàgina horitzontal
210 x 148,5 mm.

Mitja pàgina vertical
105 x 297 mm.

Mòdul
77 x 39 mm.

Gras i Magre imprimeix en color totes les seves pàgines.

CONDICIONS GENERALS:

1. **Contratació.** Les ordres de publicitat tindran sempre caràcter ferm i irreversible tret que es comuniqui per escrit com a mínim amb un mes d'antelació a la seva publicació.
2. **Despeses.** Seran a càrrec de l'anunciant l'IVA i les despeses de realització d'originals i proves.
1. **Recepció i devolució del material.** Les insercions hauran d'obrar en poder de la revista **15 dies a**bans de la sortida del nombre. Els originals no reclamats es mantindran a la disposició de l'anunciant durant **6 mesos** a partir de la data última d'inserció.
2. **Elecció de l'espai.** Recàrrec del 15%. Publireportatges i altres espais mitjançant pressupost previ.

TARIFES

Contraportada	**710,00€**
Interiors portada i contraportada	**625,00€**
Pàgina dreta	**595,00€**
Pàgina esquerra	**540,00€**
Mitja pàgina horitzontal dreta	**465,00€**
Mitja pàgina horitzontal esquerra	**410,00€**
Mitja pàgina vertical dreta	**525,00€**
Mitja pàgina vertical esquerra	**440,00€**
Mòduls	**100,00€**
Encartament Pes màximo 50 gr.	**1.800€**

Consultar descomptes per programació anual

CONDICIONS DE CONTRATACTACIÓ:

Gras i Magre es reserva el dret de denegar la publicació de qualsevol anunci si es considera que per la seva forma o contingut, pugues no ser adequat a la política de la seva revista.

El contingut dels anuncis serà de total responsabilitat de l'anunciant, Gras i Magre declinarà qualsevol reclamació sobre drets d'autor i el contingut dels mateixos.

En anunciar-se s'accepten implícitament aquestes condicions, mancant de validesa qualsevol condició al·legada amb posterioritat si no ha estat consignada expressament.

Els preus de tarifa es veuran incrementats pel corresponent IVA.

ADMINISTRACIÓ I PUBLICITAT

Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers - Xarcuters
C. Consell de Cent, 80 - 08015 Barcelona
Tel. 93 424 10 58 - Fax 93 423 60 92
federaciocatalana@gremicarn.cat

Petits anuncis

LOCALS VENDES

- **Es ven o traspassa:**
  Per jubilació botiga de carnisseria-xarcuteria, cansaladeria, totalment equipada a Cerdanyola V.
  Telèfon 93.594.51.41
  Preguntar Sr. Peña

- **Es ven:**
  Fabrica d'embotits a Vic de 322 m2, instal·lacions, maquinaria, fons de comerç
  Mòbil 665.27.39.27
  Preguntar per Joan

- **Es ven o traspassa:**
  Per jubilació cansaladeria-Xarcuteria en ple funcionament a Molins de Rei, immillorable ubicació, 40 anys últims propietaris, possiblement centenària, totalment equipada i reformada l'any 2013 i obrador 2015. Llicencia per venda i fabricació d'embotits
  Mòbil 656.35.68.68
  Telèfon 93.668.84.08
  Preguntar per Vicens

- **Es ven:**
  T'agradaria tenir una col·lecció de porquets per decorar la teva botiga i l'aparador?
  Tinc una curiosa col·lecció de 1.000 figures de totes les mides i varietat de materials.
  Figures de diferents països del món i algunes molt originals
  Mòbil: 617.96.25.07
  Preguntar per Núria

LOCALS LLOGUER

- **Es lloga o ven:**
  Local amb obrador, sala de cocció, cuina, 2 magatzems al Polígon Industrial Agro Reus, totalment equipada.
  Mòbil 680.72.05.83
  Preguntar per Carles

- **Es lloga o traspassa o ven:**
  Botiga de Cansaladeria amb obrador (70 m2) a Tortosa en ple funcionament i bon rendiment per no poder atendre, amb tot tipus de, maquinaries i estris.
  Mòbil 608.52.42.44
  Preguntar per Maria José

- **Es lloga:**
  Botiga en funcionament al centre de Girona. Zona de molta afluència vianants dins d'eix comercial de la ciutat. Eixample de Girona.
  Carnisseria rendible per a un treballador i mig.
  Clientela fixa i de barri.
  Interessats trucar als matins
  Mòbil 690.32.95.46

- **Es ven o lloga:**
  Carnisseria Xarcuteria a Figueres en ple funcionament amb punt de venda i obrador d'uns 100m2 aproximadament, també es ven serradora i maquina d'envasar al buit.
  Mòbil 609.33.55.84
  Preguntar per Pere

- **Es ven o lloga:**
  Local totalment equipat de carnisseria - xarcuteria.
  Al centre del poble de Malgrat de Mar.
  Negoci amb més de cent anys d'història i amb molt bona clientela fins el seu tancament.
  Molt bon preu.
  Mòbil 606 616 556 (tardes)
  Preguntar per : Lluís

- **Es lloga o ven:**
  Per pre-jubilació carnisseria a Tarragona Ciutat de 70 m2 totalment equipada, amb ple funcionament
  Mòbil 620.87.67.00
  Preguntar per Arend

LOCALS TRASPASSOS

- **Es Ocasión:**
  Dos tiendas unidas de charcuteria, tocineria y especialidades, de 5 numeros. Reformada y moderna, con clientela de 50 años
  Traspaso por jubilación en Mercado de la Merce de Barcelona
  Financiado por el banco 15 años (500 euros mensuales aprox.)
  Mòbil 659.51.07.42
  Preguntar per Javi

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació
  Xarcuteria – Carnisseria al centre de Vic
  Totalment equipada, dues càmeres frigorífiques, cuina, dos espais obrador. Tots els permisos, per començat d'immediat
  A ple rendiment, vendes demostrables, preu molt interessant
  Mòbil 659.44.42.28
  Preguntar Sr. Molas

- **Es Traspassa o lloga:**
  Per jubilació Carnisseria amb obrador situada centre de Figueres
  En ple funcionament, reformada fa 9 anys, taulell de 8 metres,
  Obrador equipat amb maquinaria industrial
  i cambra per 700 Quilos diaris
  A prop del Mercat, estació d'autobusos i tren
  Telèfon 972.50.49.11
  Preguntar pel Sr. Josep

Petits anuncis

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació
  Supermercat, xarcuteria, obrador i magatzem de 307 m2.
  Tot equipat i en ple funcionament.
  Cèntric, cantonada carrer major amb Església. Situat a 15 kilòmetres de Esparraguera, a 20 kilòmetres de Igualada, a 17 kilòmetres de Martorell i 15 kilòmetres de Sant Sadurní d'Anoia.
  Telèfon 93.771.24.44
  Preguntar per Adelaida

- **Es Traspassa:**
  Carnisseria per jubilació, situada en un carrer cèntric de Puigcerdà.
  Consta de punt de venda amb taulell de 10 m2, 25 m2 d'obrador, 2 càmeres de 10 m2, cuina, maquinaria de carnisseria complerta, despatx.
  Botiga reformada fa 8 o 10 anys.
  Interessats trucar al mòbil 660.60.63.59
  Preguntar per Bartomeu.

- **Es Traspassa:**
  Carnisseria , per no poder atendre de 40 m2, en ple funcionament, totalment equipada, inclòs forn de pollastres a l'ast.
  Zona Casc Antic de Tarragona
  Mòbil 679.74.42.23
  Preguntar pel Sr Ramon

- **Es Traspassa:**
  Xarcuteria al centre de Tarragona
  En ple funcionament per motius de salut. 60 m2 al públic 55 m2 de rebost. Totalment equipada, amb sortida de fums, cambra frigorífica de 10 m2 i aire condicionat
  Mòbil 617.05.81.91
  Preguntar per Sandra

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació Cansaladeria amb actiu a Torredembarra
  De 50 m2 i obrador si es volgués, equipada i ple rendiment
  Mòbil 649.24.66.90
  Preguntar per Sra. Nati

- **Es Traspassa:**
  Cansaladeria -Xarcuteria-Carnisseria
  Mercat de la Marina (L'Hospitalet Llobregat)
  Amb ple funcionament, totalment equipada
  Mòbil 691.764.568
  Preguntar pel Leonardo

- **Es Traspassa:**
  Carnisseria de 22 m2 situada al barri marítim de Comarruga
  Totalment equipada i en ple funcionament
  Mòbil 646.61.50.73
  Preguntar per Jordi

- **Es Traspassa o compra:**
  Xarcuteria-Rostisseria amb degustació en Cerdanyola del Vallés, totalment equipada i amb terrassa, tancament per motius de salut,
  Mòbil 649.90.23.92
  Preguntar per Lurdes

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació Carnisseria de 50 m2 i obrador per fresc, queviures a Tarragona ciutat centre. En ple funcionament , totalment equipada, amb cambra, taulell frigorífic, expositor, nevera i rostidor i per pollastres a l'ast i plats precuinats.
  Telèfon 977.23.50.89
  Preguntar per Jaume

- **Es Traspassa:**
  Per no poder atendre
  Carnisseria – Xarcuteria i Queviures
  A Sant Miquel de Fluvià (Alt Empordà)
  En ple funcionament, totalment equipada
  Telèfon 972.56.80.45
  Preguntar per Sra. Assumpció

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació Xarcuteria-Carnisseria amb obrador a centre de Manresa.
  Totalment equipada amb dues càmeres frigorífiques i cuina . En ple funcionament i rendiment de vendes demostrables.
  Preu a convenir
  Mòbil 608.79.86.65
  Preguntar per Francesc

- **Es Traspassa:**
  Xarcuteria-Cansaladeria
  Es una illa de 4 números, amb obrador i magatzem amb cambra frigorífica.
  En ple funcionament, inversió amortitzable ràpidament
  Mercat municipal Molins de Rei
  Mòbil 633.73.05.72
  Preguntar per Javier

- **Es Traspassa:**
  Per jubilació
  Xarcuteria-Aviram-Carnisseria al Mercat de la Llibertat (reformat) 15 metres lineals.
  En ple funcionament, amb molta clientela, bona situació privilegiada, al costat porta entrada .
  Mòbil 625.08.16.03
  Preguntar per Maria

- **Se Traspassa:**
  Carnicería y Charcutería con obrador por jubilación.
  En pleno funcionamiento y totalmente equipada
  Propuesta interesante por la próxima renovación del mercado
  Zona
  Maresme
  Interesados llamar al 93.751.32.54 tardes
  Móvil 666.32.12.21

VARIS
VENDES

- **Es ven:**
  Vitrina frigorífica CRUZ, model Alaska, de 5 metres x 2,50 metres vidres ovals.
  Màquina d'envasar al buit TECNOTRIP de 80 x 40 x 85
  Picadora, talladora fiambres i serra.
  Bon preu
  Telèfon 93.871.44.74
  Preguntar per Sra. Antònia

- **Es ven:**
  Picadora marca MOBBA, Talladora BIZERBA, Bascula de peu 150 quilos
  Venem les formules.
  Mòbil 676.01.13.90
  Preguntar per Aurora

- **Es ven:**
  Per jubilació
  Tot tipus de maquinaria
  Mòbil 629.76.20.47
  Preguntar per José Luis

- **Es ven:**
  Serradora de carn Marca GUARDIOLA, en bon estat
  Talladora marca COLOSAL,
  Picadora marca CATO
  Mòbil 629.88.22.40
  Preguntar per la Sra. Teresa

- **Es ven:**
  Balança MICRA , amb bateria ,
  Balança DINA, Amassadora
  Congelador CONSTAN, Maquina d'embotir , Talladora d'ossos,
  Telèfon 977.54.48.98 / Mòbil 686.71.26.39
  Preguntar pel Sr. Josep

- **Es ven:**
  Túnel de rentar safates marca DINOX
  Injectora marca ROLER, Màquina de compactar cartró
  Mòbil 667.439.255
  Preguntar per Miquel o Llorens

- **Es ven:**
  3 Congeladors tipus illa 518 litres.
  Telèfon 972.22.52.52
  Preguntar per Jordi o Roser

- **Es ven:**
  Bombo marca TECNOTRIP (per fer pernil dolç 20 unitats)
  Telèfon 93.731.29.09 / Mòbil 691.65.81.72
  Preguntar per Daniel

- **Es ven:**
  Talladora d'embotits automàtica marca GRAEF model VA-80 H.
  Telèfon 93.414.60.61
  Preguntar per Santi

- **Es ven:**
  Maquina d'embotir, Cutter
  Mòbil 636.11.21.84
  Preguntar per Santi Prats

- **Es ven:**
  Injectora
  Mòbil 620.35.41.42
  Preguntar per Miquel

- **Es ven:**
  Motllos pernil dolç espatlla, motllos pernils dolç cuixa (acer, inox)
  Pastera 30 litres
  Mòbil 609.03.95.19
  Preguntar pel Joan

Petits anuncis

- **Es ven:**
  Trinxadora de carn, embotidora
  Mòbil 638.90.78.19

- **Es ven:**
  Premsa de llardons automàtica
  Batidor per remenar llar
  Mòbil 696.93.51.61
  Preguntar per Xevi.

- **Es ven:**
  Camara frigorífica de 3x5 (15m2), en ple funcionament
  Preu a convenir
  Mòbil 678.96.98.65
  Preguntar per Jaume

- **Es ven:**
  Maquina esmoladora de ganivets professionals, casi nova, esta intacta de no haver-la fet servir molt
  Mòbil 639.00.06.66
  Preguntar per Angelines

- **Oportinitat!**
  Es ven Termoselladora VC99
  Model TS500
  Zero hores d'ús
  Mòbil 680.44.89.92
  Preguntar per l'Andreu

- **Es ven:**
  Embotidora Cato model E-S-G20
  Picadora Mainca P-M-98
  Per fer hamburgueses (100) 1-M-H-100
  Caldera rectangular 90x63x60 feta mida Mecanicas Campillo
  Campana extractora 1,50 x 60 3 filtres
  Mòbil 627.53.41.67
  Telèfon 93.777.17.08 / 93.777.13.93
  Preguntar per Jordi

SEGURETAT
AMBIENTAL I ALIMENTÀRIA
aconsa®
ASESORIA Y CONSULTORIA SANITARIA S.L.
☎ 93 434 21 24
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

COMERCIAL INSA
DISTRIBUIDOR DE
CATALINA Food Solutions
EL PALMAR (MURCIA)
25 ANYS AL SERVEI DEL PROFESSIONAL DE LA INDÚSTRIA CÀRNIA
ESPÈCIES, PREPARATS, BUDELLS, MALLES, MAQUINÀRIA I PRODUCTES AUXILIARS PER A LA INDÚSTRIA CÀRNIA
C/ GIRALDA, Nº 57 08860 CASTELLDEFELS (BARCELONA)
610 26 73 79 - 93 665 06 71
comercial_insa@hotmail.es

Negocis singulars que marquen

la diferència

Singular Shop

Disseny i interiorisme
Reforma integral de locals comercials
Fabricació de vitrines frigorífiques a mida
Muntatge d'instal·lacions frigorífiques

Contacte comercial
T. 93 546 81 11
M. 661 93 24 88
info@singularshop.es
www.singularshop.es
Segueix-nos

CRUZ

Diseño y desarrollo de negocios

Disseny
Interiorisme
Projectes
Gestió
Fred industrial

93 465 00 65
cruzsl.net