

INFOMERCATS

BUTLLETÍ INFORMATIU DELS **MERCATS MUNICIPALS DE BARCELONA** DESEMBRE DE 2012 • Nº 41

HORARIS ALS MERCATS

MERCATS OBERTS MATÍ I TARDA

□ *Els mercats obren ara en total 60 hores setmanals més que el 2007*

□ *Els comerciants es plantegen el repte de reorganitzar-se*

□ *Les associacions gremials promouen l'obertura de tarda i flexibilitzar la normativa*



07.00

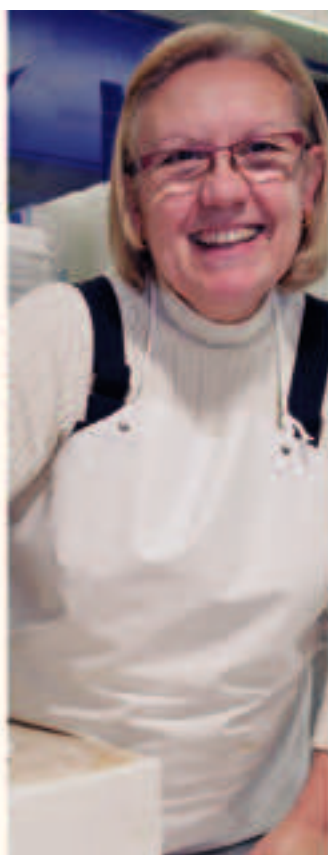
■ DANIEL GALLEGO



■ PAQUITA BLÁZQUEZ



■ MARIA MASCLANS



■ GULLERMINA CASTELLÓ



■ CAYETANO MARTÍNEZ



20.30

■ JUANI TRINIDAD

Comerciants de Bacallaneria Masclans. A les fotografies apareixen d'esquerra a dreta en funció de l'hora en què cadascú treballa a la parada del mercat.

ESTALVI

UN 'RASCA-RASCA' AMB PREMIS D'1 A 5 EUROS AGAFA EL RELLEU DE LA CAMPANYA 'PRACTICA EL MERCATING'



HÀBITS

ARRIBA LA CUINA D'APROFITAMENT ALS MERCATS

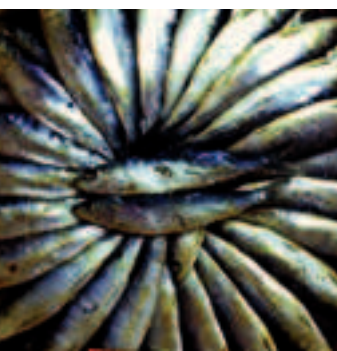
“De les sobres se'n fan obres”. És la idea que persegueixen uns tallers organitzats per Mercats i Medi Ambient. Es tracta d'aprendre com reaprofitar el menjar i crear i gaudir de la cuina.



PREMIS



EL MERCAT DEL CARMEL I 'PEIXOS RIPOLL', DE LA BOQUERIA, MILLORS INICIATIVES DELS COMERCIANTS



SUMARI



HORARIS ALS MERCATS



PROMOCIONS I ESTALVI



INICIATIVES



A LA XARXA



SOM DE MERCAT

Som de Mercat!

Obrir a la tarda: una oportunitat, no un problema

Tots els mercats de Barcelona han anat ampliant progressivament les hores de venda de manera que actualment tots ofereixen servei a les tardes: des del Ninot, la Concepció o la Llibertat fins a la Barceloneta, Santa Caterina o Galvany, l'últim que ha decidit obrir els divendres a la tarda.

Obrir a les tardes no s'improvisa. Implica organitzar-se, pensar en les possibilitats del negoci, en com rendibilitzar-lo, assumir uns costos. Però molts comerciants heu vist una oportunitat en l'obertura a les tardes, conscients que els canvis que es produeixen a la societat, amb nous horaris de compra per necessitats laborals, porten a una demanda que cal satisfer, i que es produeix entre les 19 i les 21 hores, quan es concentren bona part de les vendes de cada dia.

Els mercats s'han d'adaptar a una nova situació. No fer-ho seria anar endarrere. Dades positives de l'increment de clients en diversos mercats arran de l'obertura a la tarda posen sobre la taula una realitat i una solució adequada. Obrir a la tarda o ampliar els horaris és una qüestió de reorganització comercial que no s'afavoreix per la via de la imposició, però a la qual tampoc podem renunciar. És o ha de ser una actitud. Es tracta sobretot de ser competitius.

Des de l'Institut Municipal de Mercats tenim interès que els negocis als mercats municipals siguin més rendibles. Incentivem l'obertura a la tarda en els mercats renovats. Per això la normativa ho recull, i si és necessari revisar-la o fer-hi modificacions, parlem-ne. Però no podem fer passos enrere.

Ara comencem una campanya de promoció de compra als mercats. Aviat, al gener, se'n posarà en marxa una altra amb premis econòmics amb la idea que els clients gaudeixin d'un estalvi en les seves compres. En aquesta mateixa línia, l'Institut Municipal de Mercats pot contribuir a l'ampliació d'horaris posant en marxa noves iniciatives de promoció i de coneixement dels mercats, serveis i horaris que beneficiïn els comerciants en la decisió d'ampliar horaris. Des de l'Institut podem assumir-les. És el moment d'abordar-ho.

Jordi Torrades

Gerent de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona IMMB

OPINIÓ



Alejandro Goñi

President de PIMEC Comerç
(Petita i Mitjana Empresa de Catalunya)

MERCATS MUNICIPALS, COMERÇ DE FUTUR

A vegades no donem importància a les coses més quotidianes i, per tant, tampoc les valorem prou.

Això és el que li passa a molta gent amb els mercats municipals: fa molts anys que els tenim a prop, els hem utilitzat a través de les nostres famílies durant molt de temps i, per tant, no ens adonem de la seva fragilitat.

Pot semblar un contrasentit que jo ara parli de la fragilitat d'unes realitats comercials que en molts casos tenen més de cent anys de vida activa, que han remodelat les seves estructures físiques i han incorporat serveis nous per als clients, nous horaris, obertures a les tardes -no totes- o repartiment a domicili, pàrquing, calefacció i aire condicionat, establiments nous amb més ofertes, etc., però em refereixo a la fragilitat de l'element humà, al conjunt de persones que conformen la realitat interna d'aquests establiments i al pas que s'ha de fer des d'una mentalitat pretèrita a una mentalitat de futur, i això no és fàcil.

Cada mercat, de manera individual, fa moltes accions: de promoció, solidàries, de formació dels clients, però cadascú pel seu costat. Aquí tenim una prova de la nostra fragilitat: si el mateix que fem individualment ho féssim de forma conjunta, els resultats es multiplicarien

i donaríem una imatge de força i d'unitat davant dels clients. Per exemple: joestic convençut que les tardes no funcionaran a ple rendiment fins que tots els mercats obrin i els clients ho tinguin clar, és a dir, que abans de sortir de casa no hagin de pensar quin dia és i si el seu mercat, o un altre, estarà obert a la tarda.

Els mercats municipals hem de voler el millor, els millors productes, els millors preus, el millor servei, i per aconseguir-ho hem d'apostar amb valentia per canvis importants, sobretot en l'Ordenança de Mercats de Barcelona, que cal posar al dia de manera prioritària.

Des de fa anys moltes administracions municipals estan fent un bon treball amb la remodelació dels mercats municipals. Posaria com a exemple l'Ajuntament de Barcelona i la seva aposta ferma en aquest sentit.

S'està aconseguint canviar les pedres, fer-les més boniques, més actuals. Però no aconseguim canviar les mentalitats dels venedors i venedores cap a una estructura més empresarial dels seus negocis, i això a la llarga pot ser un element que invalidi l'esforç actual. Tenim un futur envejable, prestigi, reconeixement públic, proximitat, producte fresc i història, de la qual no en viurem, però sí que n'aprendrem. Aprofitem-ho.

El text continua a somedemercat.cat/infomercats



QUÈ ÉS I COM FUNCIONA UN 'CODI QR'

Un codi QR és un sistema d'emmagatzemament d'informació en una sèrie de punts. Els textos que veieu a la revista que van acompanyats d'aquest codi indiquen que continuen a Internet, al web somedemercat.cat. Podeu accedir-hi amb el vostre telèfon mòbil tot apuntant amb la càmera al codi. Abans us heu de descarregar una aplicació gratuïta a Internet -busqueu per "lectors de codis QR"- en funció del vostre terminal i sistema operatiu. L'aparell ha de disposar de càmera i de connexió a Internet.



EL SERVEI DE TARDA PLANTEJA UNA REORGANITZACIÓ

Amb Galvany, que ha començat a obrir els divendres a la tarda des del dia 30 de novembre, tot els mercats obren almenys una tarda a la setmana.

Els comerciants es plantegen com reorganitzar-se per atendre la venda i proposen que la normativa tingui en compte la situació de cada mercat.

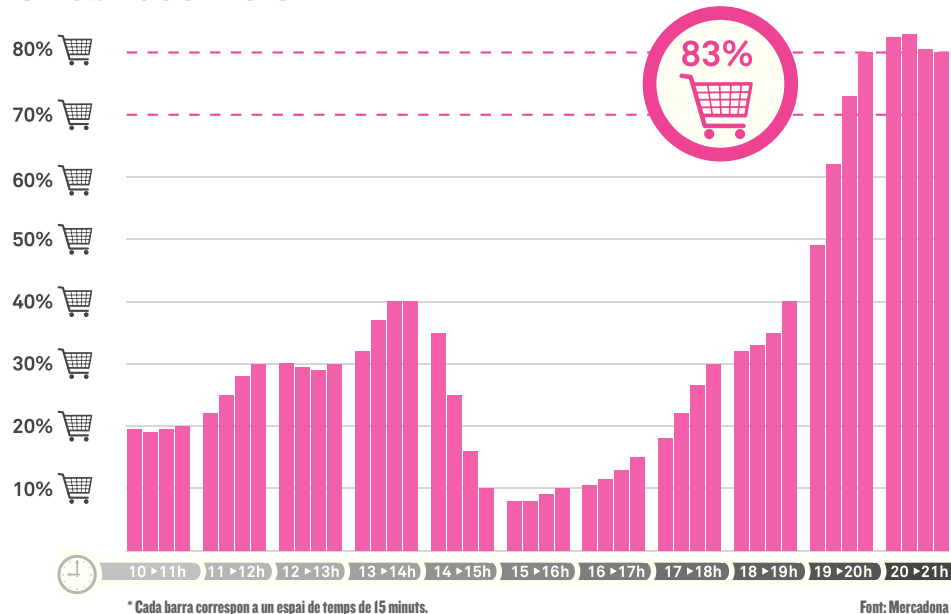
Des del passat dia 30 de novembre, el Mercat de Galvany obre també els divendres a la tarda. Amb la seva decisió, tots els mercats de Barcelona obren almenys una tarda a la setmana. Per l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB), aquesta oferta horària permet donar resposta a una demanda d'una part important de clients que opta per fer les seves compres a última hora del dia.

L'Institut de Mercats demana als comerciants dels mercats que es remodelen -on també es fa una reorganització de la seva oferta comercial- que obrin a la tarda per obtenir una rendibilitat més gran i que guanyin en competitivitat. I s'ha acceptat la proposta. En major o menor mesura, els mercats barcelonins que han estrenat instal·lacions després de reformar-les de dalt a baix obren a la tarda. Des del dilluns o el dimarts fins al divendres, amb variacions.

Mercats amb més clients i referents en la venda d'alimentació

Alguns exemples de com els diferents mercats fan front a l'ampliació d'hores de venda a la tarda: el Ninot, la Llibertat o la Boqueria obren tot el dia de dilluns a divendres. La Concepció, també, però de dimarts a divendres. Hostafrancs obre també cada dia tot i que tanca als migdies, igual que Sant Antoni. El Clot ho fa d'una manera similar, però de dimarts a divendres.

Venda per franges horàries en autoserveis



Altres mercats com la Barceloneta, Sant Martí o Provençals obren els divendres a la tarda. Santa Caterina obre a les tardes dijous i divendres. Una dada a tenir en compte: abans de la remodelació, i sense obrir a les tardes, la Llibertat rebia setmanalment una mitjana de 15.000 visitants. Un cop rehabilitat el mercat i amb les parades obertes cada tarda, rep una mitjana de prop de 37.000 visitants.

Les contrapartides, a parer de l'Institut de Mercats, són: més clients, més beneficis i un lloc de venda que es posiciona com a referent entre els consumidors en la compra de productes alimentaris frescos i de qualitat.

Els mercats mantenen un notable

Els mercats barcelonins mantenen des de fa tres anys el notable que atorguen els ciutadans quan valoren els serveis municipals. Junt amb les biblioteques, la recollida d'escombraries i el metro, els mercats se situen dalt del rànquing dels serveis més ben valorats pels ciutadans. A més, entre els usuaris dels mercats -que són el 68,8% dels barcelonins- la nota que els atorguen és un pèl més alta: un 7,2, la mateixa que l'any anterior. La qualitat del producte i el tracte continuen sent els valors més destacats pels ciutadans en referència als mercats.

L'any 2007, tots els mercats barcelonins van obrir un total de 2.034 hores setmanals. Actualment, obren 2.094 hores. Això vol dir 60 hores més de servei, o el que és el mateix: 1,5 hores més de mitjana per cada mercat.

→ Maria Soler i Ramon Garriga, Presidents del les Juntes de Comerciants de la Llibertat i del Clot respectivament, Maria Masclans, comerciant del Mercat de Sant Antoni, Joan Estapé i Constantino Mora, Presidents de la FEGRAM i de l'Associació de Mercats Municipals de Catalunya, juntament amb el Cap del Servei de Mercats de Barcelona, Genís Arnàs, exposen les seves opinions en aquest reportatge que podeu continuar llegint a: somedemercat.cat/infomercats.

Llegiu el text sencer al web tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil a aquest codi QR



LES HORES DE MERCAT

Marga Pradas
Blogaire de 'L'hora del tupper'

□ Els mercats comencen a funcionar molt i molt d'hora (prou que ho sé, jo que visc davant d'un mercat). A les 6.30 h, quan em llevo, del carrer m'arriba el soroll del tragí. Hi ha qui s'ha llevat més d'hora que jo: la gent del mercat. Miro per la finestra i els llums del mercat ja estan oberts, els proveïdors i paradistes porten les viandes a les botigues. Tres quarts d'hora després, quan surto per la porta de casa, em trobo les dependents que ja arriben al mercat -els seus davantals blancs inconfusibles les delaten-. Ja hi són tots plegats per xerrar d'alguna cosa

de la tele, del futbol o de la política mentre netegen i acaben de col·locar la mercaderia tot esperant l'arribada del primer client, no abans (crec jo) de les 8 del matí. El mercat, malgrat la foscor, ja té una vida intensa. I aquestes imatges matineres del mercat són les mateixes que guardo entre els records de la meva infantesa, quan també vivia davant del mercat. Potser ara ja no hi ha el soroll dels carretons de fusta amunt i avall per parlar les botigues exteriors, però en essència les imatges són les mateixes. La vida al mercat, però, ni s'atura -ni s'aturava- en aquestes primeres hores, i el no parar de mercaderies i persones continua de dilluns a dissabte fins ben entrat el

migdia, i des de fa uns quants anys, els divendres a la tarda també. -Divendres a la tarda? -em preguntaria la meva àvia-, si a mercat s'hi va als matins! I jo li hauria d'explicar que la societat ha canviat, i que les necessitats també. Li hauria de dir que les dones ja no som únicament mestresses de casa, sinó que treballem i que passem moltes hores fora de la llar i que als matins no podem anar a mercat.

→ El text continua a cuinescuina.blogspot.com.es



Llegiu el text sencer al web tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil a aquest codi QR



Practica el mercating

ALS MERCATS DE BARCELONA

L'Ajuntament de Barcelona i l'Institut de Mercats han posat en marxa una campanya de publicitat que pretén promoure la compra als mercats com una experiència en què els consumidors i els comerciants assoleixen un benefici en la seva relació.

L'Ajuntament de Barcelona i l'Institut de Mercats han impulsat una nova campanya de comunicació a través de la qual, en una acció de publicitat, es promouen els mercats barcelonins d'acord amb els seus valors de qualitat i de proximitat. "Practica el Mercating", lema de la campanya, l'ha desenvolupat l'agència DDB i té com a objectius fidelitzar els clients actuals i apropar-ne de nous, entre els quals els joves, promoure la professionalitat dels comerciants i donar a conèixer els beneficis de l'acció de comprar al mercat.

El concepte o idea que guia la campanya és mostrar una experiència positiva en l'acció de comprar als mercats. En la relació amb els comerciants, els clients obtindran un bon producte de qualitat i, a més, bons consells dels professionals i bon preu. En definitiva, deixar-se cuidar pels qui més en saben sobre el menjar, les seves característiques, conservació i aprofitament, que com podeu veure a la pàgina següent és important per evitar el malbaratament del que comprem.

Una pràctica amb beneficis

L'experiència que es promou i la consecució dels seus beneficis es basen en la participació: "Practica el Mercating". Una invitació a participar en la compra de productes frescos, de qualitat i a bons preus, virtuts que ofereixen els mercats. Però també s'ha volgut destacar els trets dels comerciants en la seva relació amb el client. Com que l'altre gran valor dels mercats és la relació directa, del tracte entre venedors i clients se n'obté un benefici. A la balança no només hi ha un producte a un bon preu. També l'experiència i la cura de qui atén, i per tant l'inici o la continuació d'una relació molt positiva tant per al client com per al professional.

Servei personalitzat

Amabilitat, servei personalitzat, coneixement del client i assessorament són algunes de les característiques de la venda als mercats que la campanya ha tractat de reflectir des que es va posar en marxa, a mitjans del mes de novembre. Els mitjans de comunicació -diaris impresos i digitals, revistes, emissores de ràdio i mitjans digitals, des de Spotify fins a Facebook, per exemple-, banderoles, opís i autobusos han estat els expositors de la campanya, en què s'ha pogut veure l'acció de la venda per part del professional, amb el producte en primer terme i amb el disseny d'un tiquet particular. Aquest disseny inclou gràficament els propòsits de la campanya, com ara els consells i algunes de les peculiaritats del producte en qüestió.

“Comprar no és només omplir el carro”

Per exemple, en el cas del peix, la imatge gràfica que projecta la campanya és la del venedor que està tallant a rodanxes un lluç i regala al seu client unes gambetes per als nens, però a més li aconsella com conservar-lo, i de llençar les espines, res. Cap al caldo, a fer fumet. Idees que els comerciants coneixen i també practiquen en la relació amb els seus clients, que ara s'ha potenciat en la comunicació al públic. La carn, els ous, les verdures i, pel que fa al producte no alimentari, per exemple, la llana, han estat també elements de la campanya, que destaca en conseqüència el missatge "Comprar no és només omplir el carro".





Un "rasca-rasca" amb petits premis

Tots els mercats alimentaris, les parades exteriors i els encants de Sant Antoni oferiran entre l'11 i el 24 de febrer als seus clients un tiquets que, si estan premiats, contenen diners: imports d'entre 1 i 5 euros que es podran acumular o descomptar de la compra feta a l'establiment del mercat. És una iniciativa conjunta entre els comerciants dels 40 mercats alimentaris de la ciutat i l'Institut de Mercats.

Es tracta d'una campanya de descomptes a tots els mercats de la ciutat. El funcionament és molt similar al del conegut joc del "rasca-rasca": el client rebrà un tiquet per cada compra que faci, independentment del seu valor econòmic. A continuació, haurà de comprovar si

conté premi tot gratant la banda que amaga el resultat.

150.000 euros en premis

Els tiquets premiats tenen valor d'1, 2, 3 i 5 euros, que es poden obtenir de forma immediata a través d'un descompte en la compra feta o bé acumular-los per a una altra ocasió. Tindran una validesa màxima de 15 dies un cop acabada la campanya. La previsió de l'Institut Municipal de Mercats és repartir 150.000 euros en premis. El fet que els premis continguin imports petits i molt fraccionats permet que tots els mercats ofereixin quantitats molt similars en premis als seus clients.

Tots els comerciants rebran la mateixa quantitat de tiquets per parada. En total, s'editaran uns 3 milions de tiquets, tot tenint en compte que els mercats reben cada setmana més d'un milió de visites.



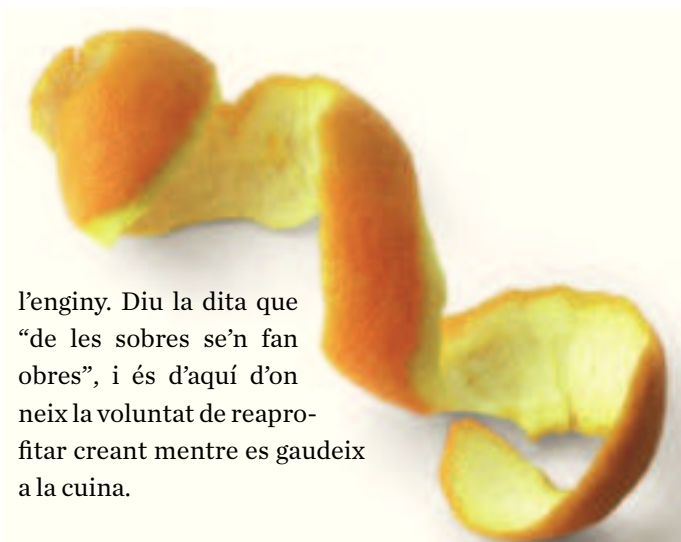
ELS BONS HÀBITS TORNEN A LES CUINES CATALANES

Qui no recorda la melmelada de l'àvia o quan el pare ratllava pa sec? Les dades sobre el malbaratament alimentari són molt preocupants. És hora de tornar a reaprofitar, rescatar els vells hàbits a la cuina i crear innovant receptes sense llençar cap engruna de menjar

Al llarg de les últimes dècades, la cultura de la sobreproducció alimentària ha forçat un canvi gradual en els usos de les cuines d'arreu del món i l'excés ha contribuït a crear nous hàbits, sovint poc respectuosos amb l'entorn, tant social com mediambiental. Actualment, en temps de crisi econòmica però també social o moral, els vells costums tornen a la cuina i l'aprofitament i l'elaboració de conserves casolanes, per destacar-ne un exemple, torna a estar a l'ordre del dia.

Cuina d'aprofitament als mercats

El menjar que queda al fons de la nevera, els tapers que guardem de fa més d'un parell de dies, els ossos, la fruita ben madura o, fins i tot, les fulles de les pastanagues o la pell de patata poden tenir una segona oportunitat a la cuina si els fem servir per reinventar i crear receptes tot aguditzant



l'enginy. Diu la dita que "de les sobres se'n fan obres", i és d'aquí d'on neix la voluntat de reaprofitar creant mentre es gaudeix a la cuina.

En aquest context, l'any 2011 l'Ajuntament de Barcelona va engegar la campanya "A la cuina, redueix residus" emmarcada dins del Pla de Prevenció de Residus de Barcelona amb l'objectiu de reduir un 10% la generació de residus a la ciutat. L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona també s'hi ha volgut sumar i, conjuntament amb l'Àrea de Medi Ambient, que fa un any que realitza tallers d'aprofitament a Barcelona, han organitzat tot un seguit de tallers de cuina d'aprofitament en diversos formats amb l'acompanyament d'una ecocuinera que "aconsegueix unir la part tradicional de la cuina amb la creativitat".

→ El text continua a

somedemercat.cat/infomercats

Llegiu el text sencer al web tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil a aquest codi QR.



GUANYA QUI S'ADAPTA

Peixos Ripoll Estera, de la Boqueria, pel seu procés d'adaptació als nous temps amb la creació d'un web de venda de peix en línia, i la campanya del 10% de descompte engegada per l'Associació de Comerciants del Mercat del Carmel són les iniciatives guardonades als premis 'Barcelona, els millors mercats del món'

Què tenen en comú la fàbrica de cerveses Moritz de Barcelona amb l'establiment Peixos Ripoll Estera de la Boqueria? I Cultruta.com amb l'Associació de Comerciants del Mercat del Carmel? Ells i molts més han estat els protagonistes de la 15a edició dels premis 'Barcelona, la millor botiga del món', un homenatge que l'Ajuntament de Barcelona ret cada any a les persones i entitats del sector que contribueixen a potenciar el comerç urbà de proximitat i a l'excel·lència d'un sector que és font de riquesa i eix vertebrador de la vida a la ciutat.

L'Institut de Mercats Municipals de Barcelona ha atorgat recentment els premis 'Barcelona, els millors mercats del món', els quals reconeixen les iniciatives comercials que durant el 2011 han ajudat a la millora d'aquests equipaments. Segons el cap de Servei de Mercats, Genís Arnàs, aquests guardons van néixer ja fa tres anys amb l'objectiu de "destacar les iniciatives individuals i col·lectives dels mercats de Barcelona, ja que són part fonamental del comerç i de l'activitat econòmica de la ciutat, i completen així tot l'àmbit del comerç de Barcelona, característic i singular pels seus eixos comercials i una xarxa de mercats públics com no trobem en cap altra ciutat".

“Els guardons reconeixen les iniciatives individuals i col·lectives dels mercats de Barcelona”

Iniciativa particular

Cinc generacions a la Boqueria i voluntat de renovar-se i adaptar-se a les noves circumstàncies socials i tecnològiques són els dos eixos vertebradors que han dut els germans Ripoll a recollir el premi a la millor iniciativa individual: "El rendiment de vendes havia baixat molt, ens havien tancat el pàrquing per reformes, la crisi empenyia fort i vam decidir engegar el web Peix al cove. Vam començar a rumiar opcions fa un parell d'anys i en menys d'un any ja l'hem muntat", explica en Jaume Ripoll.

Coneixement i qualitat

Moltes vegades els peixaters comenten la desconfiança que provoca el seu producte, ja que el client, si no el veu, no se'n refia. La Lluïsa, però, tot i que admet la preocupació inicial davant d'aquest nou repte, explica: "Ens va ajudar molt ser la cinquena generació de peixaters, perquè era molt més fàcil vendre, i més sabent que si el client vol, pot apropar-se a la Boqueria i conèixer-nos a nosaltres i també el producte. Això va animar molta gent a fer el salt, i la majoria dels clients subscriptes són gent que no venien a comprar, no anaven al mercat ni venien a la Boqueria, són clients nous, i està funcionant molt bé". Una aposta arriscada que ha tingut molt bona acollida entre els consumidors: "Tot té un risc, però nosaltres sempre



hem tingut una cosa molt clara: la qualitat ha de ser de primera". Peix al cove encara camina i busca noves propostes per adaptar-se al públic dels mercats. Ara bé, una de les peculiaritats de la pàgina és precisament l'opció de les cistelles intel·ligents: "La comanda és personalitzada, cadascú tria el que vol i el que li agrada, el que es vol gastar i cada quan volen que els ho portem", explica la Lluïsa.

→ El text continua a somedemercat.cat/infomercats

Llegiu el text sencer al web tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil a aquest codi QR.



LA UNIÓ MUNDIAL DE MERCATS PREMIA LA REMODELACIÓ DEL MERCAT DE LA LLIBERTAT

La Unió Mundial de Mercats Majoristes (WUWM) ha atorgat a l'IMMB el premi més important dels que concedeix anualment per la remodelació feta del Mercat de la Llibertat. 10 mercats d'arreu del món optaven al premi, en la categoria d'or, que distingeix l'excel·lència en noves infraestructures de mercats. De la Llibertat es va destacar la voluntat de transformació urbana i comercial i de preservació d'un edifici històric. El regidor de Comerç, Consum i Mercats, Raimond Blasi, va afirmar: "L'èxit del nostre model de mercats el compartim amb els comerciants, ja que és precisament aquesta col·laboració públic-privada la que ha fet possible l'impuls dels mercats d'alimentació com un model comercial urbà de proximitat, de qualitat, i generador de llocs de treball i de cohesió social".

ELS MERCATS, UNA CULTURA ALIMENTÀRIA



La revista *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, editada per l'Ajuntament de Barcelona, dedica en el seu últim número l'espai central del dossier als mercats. Sota el títol "Els Mercats, una cultura alimentària", la revista analitza l'evolució de la tradició del mercat a Barcelona, un model que s'ha preservat. Els articles

s'acompanyen d'un audiovisual en què l'arquitecte i historiador Manel Guàrdia; el regidor de Comerç, Consum i Mercats, Raimon Blasi, i el gerent de l'Institut de Mercats, Jordi Torrades, expliquen la història i el valor dels mercats barcelonins.

→ El dossier el podeu llegir a bcn.cat/bcnmetropolis

Vegeu el vídeo del reportatge a youtube.com o tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil al codi QR.



NOVES FASES D'OBRES EN LA REMODELACIÓ DE SANT ANTONI, NINOT I SANTS

Ja s'han convocat els concursos públics per adjudicar les pròximes fases d'obres de remodelació dels mercats de Sant Antoni i del Ninot, al districte de l'Eixample. La inversió prevista és de més de 40 milions d'euros en total. El Mercat del Ninot i el Mercat de Sants iniciaran la seva última fase de remodelació. Sants afronta una etapa en què, ja acabada la nova infraestructura subterrània, comença l'adequació de l'espai, la millora dels serveis i la rehabilitació exterior de l'històric edifici modernista.

COMUNICACIÓ AMB BITS I PÍXELS

Conscient de les grans i variades possibilitats de comunicació que ofereixen les xarxes socials, l'Institut Municipal de Mercats ja fa dos anys que impulsa i explora noves maneres de difondre i promocionar els mercats de Barcelona a través de l'univers virtual.

A desembre del 2012, la presència dels mercats de la ciutat en el 2.0 passa per comptes en canals tan populars com Facebook -amb més de 2.700 seguidors-, Twitter -amb més de 4.300 seguidors- i Instagram -amb gairebé 500 seguidors-, però també pel plantejament i proposta d'accions de comunicació concretes, com la duta a terme en el recent Mercat de Mercats.

En el marc d'aquesta fira es van proposar tres accions per dinamitzar les diverses xarxes en les quals Mercats de Barcelona és present: un sorteig i dos concursos que van representar un impacte de difusió, en especial els concursos, ja que van ajudar a promocionar els mercats en col·lectius amb influència en la comunicació actual, com són els blogaires gastronòmics i els instagramers.

Però una bona estratègia de comunicació virtual no considera només esdeveniments extraordinaris, sinó que també integra les accions promocionals continuades que es fan als mercats, com ara campanyes esta-

cionals com la de Nadal, o especials com les endegades arran d'aniversaris o iniciatives puntuals, com ara mostres gastronòmiques i de producte.

En aquest sentit, l'IMMB està duent a terme per a la present campanya de Nadal una acció selectiva amb instagramers que pot obrir noves vies de relació amb aquest col·lectiu i noves possibilitats de col·laboració futura.

L'acció passa per convocar una dotzena d'instagramers, fer-los anar a un mercat per fer una fotografia amb un tió o un caganer i pujar-la als seus perfils amb les etiquetes #mercatsbcn i #nadaldemercat. Guanya el participant que aconsegueixi més *likes*, i com que l'han de votar els seus seguidors, és una manera senzilla i eficaç de fer arribar els mercats de Barcelona a persones que no en són usuàries, ni a nivell real ni virtual.

Propostes senzilles com aquesta estan a l'abast de tots els mercats, alguns dels quals ja tenen presència en el 2.0 a través de Facebook o Twitter, i dels seus comerciants. Els organitzadors en decideixen l'abast i l'impacte que busquen amb l'acció i l'acoten segons les seves necessitats. Només han de tenir en compte dues condicions indispensables: un responsable que s'ocupi de la gestió i seguiment de l'acció i un incentiu que atregui possibles participants.



FACEBOOK: LES PÀGINES PER ALS NEGOCIS, ELS PERFILS PER A LES PERSONES



VOLEM QUE EL NOSTRE NEGOCI TINGUI FACEBOOK. PER ON COMENÇEM?

Primer hem de distingir entre el que és un **perfil** i el que és una **pàgina** dins d'aquesta xarxa social.

Un **perfil** representa una sola persona. Els contactes d'aquesta persona a Facebook són els seus amics, i per comunicar-se amb ells és necessari enviar una sol·licitud d'amistat que ha de ser acceptada. El nombre d'amics per perfil és limitat.

Una **pàgina** (*fan page*) representa un negoci, un producte, un servei o una organització. Les pàgines tenen un nombre il·limitat de seguidors: només has de clicar el botó **M'agrada** i no has d'esperar que ningú t'accepti com a amic.

El **perfil** de Facebook està pensat per a persones, no per a entitats. Contràriament, una pàgina de Facebook està dissenyada per donar a conèixer el nostre negoci: per al client és fàcil de seguir i a nosaltres ens dóna moltes dades estadístiques que ens permeten fer una feina millor a l'hora de comunicar.

DECIDIT! El nostre negoci tindrà pàgina a Facebook! Ara cal saber qui serà l'administrador o administradors que s'encarregaran de dinamitzar-la i començar la feina.

ATENCIÓ Sí! Per crear una pàgina a Facebook has de tenir un perfil, i un perfil pot administrar més d'una pàgina a Facebook.

Si voleu fer cap consulta sobre l'ús de les xarxes socials, us podeu adreçar a Mercats de Barcelona a través del correu electrònic xarxessocials@mercatsbcn.cat

Sofia Cortina @sofcort

Teresa Medina, @robterphoto

Segueix-nos

Mercats de Barcelona
Les fotos guanyadora (Sofia Cortina) i finalista (Teresa Medina) del concurs #instamdm. [instagram.com/mercatsbcn](https://www.instagram.com/mercatsbcn)

264 fotos	57 seguim	503 seguidors
--------------	--------------	------------------

Som de Mercat!

“TROBEM TOT EL QUE EL CLIENT ENS DEMANA”

□ Sorprèn que vengui peix i alhora li agradi el submarinisme: “Tinc una barreja estranya de sentiments, perquè no vull que pesquin peixos, però els vull tenir a la parada”, explica tot aguantant un llamàntol amb molt de caràcter per a una de les fotos. “Jo el que vull és estar al mar i això ho tinc amb el submarinisme. M’agraden molt les immersions nocturnes, perquè és quan més peixos hi ha”, i les experiències que més recorda són nedar al costat d’un mero de més de 100 quilos a Lanzarote i fer immersió a la segona barrera de corall del món, a la Riviera Maia. “M’agradaria molt anar a la barrera de corall d’Austràlia, veure mantegants i anar a Sud-àfrica per nedar amb el tauró blanc”. La seva parada es diu Baleta perquè “és el nom de l’àvia, Isabeleta,

“Tinc molta gent de Barcelona que em ve a comprar i ja venia en temps de la mare”

la primera que es va posar a vendre peix quan encara es feia en una plaça oberta. Ella, que va inaugurar el Mercat de la Barceloneta, comprava a llotja, i jo ho continuo fent”. Per regla general, troben tot el que el client demana: “Ara el més estrany que ens demanen són *ortiguillas* (anèmona de mar comuna)”. L’Asun, que considera el mercat la seva vida, té una clientela molt fidel: “Són bona gent, de la Barceloneta, però també em vénen a comprar molts clients de Barcelona”. Diu que són com els psicòlegs, parlen molt amb la gent, i ara més perquè tothom està en crisi: “Sempre he anat contenta al mercat, però ara amb la crisi la gent està molt desanimada, i tu, per molt contenta i arreglada que vinguis, també acabes desanimada”. □



FOTOS: PAU FABREGAT

Vegeu el vídeo de l'entrevista a l'Assumpció Ferrer al web somedemercat.cat, o tot apuntant amb la càmera del vostre mòbil al codi QR.



Assumpció Ferrer *Mercat de la Barceloneta*

He nascut a la Barceloneta, i per mi aquest barri ho és tot. Tinc 50 anys acabats de fer i ho vaig celebrar durant tres dies. Sóc peixatera, la tercera generació, i la meua filla serà la quarta. A la parada he de tenir el terra ben net, perquè em fa angúnia trepitjar peix, i sempre hi vaig ben arreglada: no perquè siguem peixateres hem d'anar lletges.

CRÈDITS

Consell Rector Raimond Blasi (President), Sònia Recasens (Vicepresidenta), Gerard Ardanuy, Mercè Homs, Jordi Martí, Sara Jaurrieta, Xavier Mulleras, Isabel Ribas, Joan Laporta, Jordi Joly, Albert González, Bernat Morales, Salvador Domínguez, Alejandro Goñi, Faustino Mora, Joan Estapé, Josep-Lluís Gil, Eva Maria Gajardo, Lluís Orri, Jordi Torrades (Gerent), Manel Armengol (Secretari), Antonio Muñoz (Interventor) **Comitè de Direcció** Jordi Torrades (Gerent) Francisco Collados (Director del Servei Econòmic Financer), Manel Armengol (Cap del Servei Jurídic), Pere X. Sirvent (Cap de Projectes), Ferran Fernández (Cap dels Serveis Tècnics), Genís Arnàs (Cap del Servei de Mercats), Òscar Martín (Cap d'Estudis), Núria Costa (Cap de Comunicació) **Edita** Departament de Comunicació de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona **Disseny i maquetació** Marta Carbó **Conceptualització Extra!** i Comuniza **Coordinació de continguts i textos** Joan Ariza i Marta Roda **Producció de vídeo i fotografia** Matilde V. Alsina **Vídeos** Xavier Pinyol i Jose A. Santos **Fotografies** Pau Fabregat i Jordi Casañas **Correcció** Rosa Barrieras **Web** Cero Design **Impressió** Creacions Gràfiques Canigó, SL **Dipòsit legal** B-13750-2012

