

# INFOMERCATS

BUTLLETÍ INFORMATIU DELS MERCATS MUNICIPALS DE BARCELONA GENER DE 2016 • Nº 52 [infomercats.somdemercat.cat](http://infomercats.somdemercat.cat)

## UNA BONA PRÀCTICA

*Alimentació saludable i sostenibilitat*



PÀG. 2

## NOVA IMATGE I MÉS SERVEIS

*Pla per dinamitzar el Mercat de la Trinitat*

PÀG. 3

## SERVEI A DOMICILI

*Ja són 21 els mercats que l'ofereixen*

PÀG. 6



## XARXES AL DIA

*Novetats a Facebook, Twitter i Instagram*

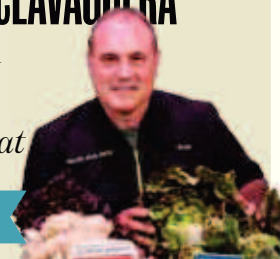
PÀG. 7



## QUIM CLAVAGUERA

*Mercat de la Llibertat*

PÀG. 8



MERCAT DE LA LLIBERTAT  
MERCAT VERD

PÀGS. 4 i 5

*Prova pilot per promoure els productes de proximitat i ecològics*



[barcelona.cat/somdemercat](http://barcelona.cat/somdemercat)

  
Mercats de Barcelona

Ajuntament de  
Barcelona



# Som de Mercat!

## MERCATS VERDS: UNA BONA PRÀCTICA

La promoció del producte de proximitat i ecològic és una de les noves línies estratègiques que des de l'Ajuntament de Barcelona s'estan aplicant amb un caràcter transversal en l'àmbit del comerç i del consum amb una especial atenció al petit i mitjà comerç de proximitat. Això es fa amb la implicació de totes les àrees de govern municipal en relació amb la salut, la sostenibilitat, el comerç i el benestar social i des d'una perspectiva integral de l'alimentació.

És en aquesta línia que el Mercat de la Llibertat inicia el projecte Mercats Verds per a la promoció de productes de proximitat i ecològics. Els beneficis són molts. S'afavoreix una alimentació saludable; com que es promou el producte local, reduïm el transport, que també vol dir més frescor i més sostenibilitat. Al mateix temps, contribuïm al desenvolupament econòmic de l'entorn productiu més proper. També es dona resposta a la preocupació dels consumidors sobre l'alimentació responsable,

### Treballem en una idea ambiciosa que significa reforçar el posicionament dels mercats en l'àmbit de la distribució de producte fresc a Barcelona

segura i de qualitat tot assegurant una oferta de productes. Els mercats esdevenen llocs per a la formació d'hàbits saludables.

L'Institut de Mercats treballa en una idea ambiciosa que significa reforçar el posicionament dels mercats municipals en l'àmbit de la distribució de producte fresc a la ciutat. L'experiència Mercats Verds al Mercat de la Llibertat és un primer i gran pas en aquesta direcció per potenciar l'oferta de productes respectuosos amb el medi ambient i més saludables. La Llibertat posa les bases a un projecte que volem estendre posteriorment a més mercats de la ciutat.

Però encara és més important el vincle que estableix la iniciativa, perquè aquesta només és possible amb la implicació i la participació dels comerciants del mercat. Així, la seva col·laboració en el projecte Mercats Verds esdevé una bona pràctica en favor del consumidor i de la mateixa funció dels mercats i atorga



**Agustí Colom**

Regidor d'Ocupació, Empresa, Comerç i Turisme i president de l'IMMB

AJUNTAMENT DE BARCELONA

valor a l'experiència del Mercat de la Llibertat. La col·laboració entre els operadors privats i l'Institut de Mercats, en tots els projectes, forma part de l'essència del model Barcelona de mercats que tan bons resultats dóna. Un altre exemple és la col·laboració entre els comerciants del mercat i del barri de Trinitat Nova i l'Ajuntament, a través del districte i de l'IMMB, en la posada en marxa d'una campanya per renovar la imatge del mercat i del comerç local amb la millora dels serveis als consumidors.

La idea que es persegueix és posicionar el mercat com a lloc de referència en les compres d'alimentació amb una oferta de qualitat i de preus, atraure nous clients i implicar-se en la vida del barri creant activitats que donen valor a la vessant social que també tenen els mercats. No hem d'oblidar que també són llocs de trobada, de relació. El camí emprès requereix esforç, però aquesta idea té la capacitat de crear noves oportunitats que beneficiaran tothom.

## CRÈDITS

**Consell Rector** Agustí Colom (President), Mercedes Vidal (Vicepresidenta), Raimond Blasi, Carina Mejías, Trini Capdevila, Montserrat Ballarín, Xavier Mulleras, Maria Rovira, Miquel Ortega, Jordi Via, Albert de Gregorio, Alejandro Goñi, Faustino Mora, Joan Estapé, Artur Àngel Góngora, Frederic Olivella, Salvador Domínguez i Toni Díaz  
**Comitè de Direcció** Jordi Torrades (Gerent), Francisco Collados (Director d'Administració General), Manel Armengol (Cap del Departament Jurídic), Pere X. Sirvent (Director de Mercats i Projectes Estratègics), Joan Manuel Llopis (Director de Serveis Tècnics), Genís Arnàs (Cap del Departament de Mercats), Òscar Martín (Cap d'Anàlisi i Estratègia), Núria Costa (Cap del Departament de Comunicació)  
**Edita** Departament de Comunicació de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona  
**Coordinació de continguts i textos** Joan Ariza, Matilde V. Alsina, Olga Boluda i Elisenda Capdevila. **Producció de vídeo i fotografia** Matilde V. Alsina **Vídeos** Xavier Pinyol i Jose A. Santos **Fotografies** Pau Fabregat i Jordi Casañas  
**Disseny i maquetació** Marta Carbó  
**Correcció** Rosa Barrieras  
**Impressió** Agpograf SL  
**Dipòsit legal** B-13750-2012  
**Fotos Portada:** Jordi Casañas

## A la Trinitat també diem: fem pinya i innovem

**Mònica Funes**

Vicepresidenta de la Junta de Comerciants del Mercat de Trinitat Nova



PAU FABREGAT / IMMB

Quan en un mercat els comerciants estem adormits o superats pel pessimisme, perquè pensem que la crisi és la culpable de tot però que ja passarà i vindran temps millors, s'acaba tenint la sensació que t'has acomodat en un raconet, que ja t'està bé tot. Si penses així, el risc més gran és que segur que d'aquesta no t'en surts.

Durant l'any 2015 els comerciants del Mercat de la Trinitat Nova vam ser conscients dels problemes que patíem i que estava a les nostres mans resoldre-ho. Vam decidir mirar a banda i banda i vam veure que els comerciants del barri s'havien mobilitzat per lluitar contra els mateixos problemes. Així, la millor decisió que podíem prendre

era sortir del desànim que ens contagiava a tots i unir forces.

Al cap de poc temps, l'associació de comerciants del mercat i la dels comerciants del barri fèiem pinya. Ens vam insuflar nous ànims. Vam buscar oportunitats. Al mercat, havien tancat algunes parades i els mateixos comerciants vam començar a pensar quin tipus de botiga seria la millor per al mercat i per al barri, i vam treballar junts per buscar solucions. Això, o anàvem directes al tancament d'altres parades.

La unitat que tenim és el que ens ha ajudat a emprendre nous projectes. Hem d'innovar, fixar-

nos en el que fan altres mercats. Formar part de l'associació de comerç del barri ens ha motivat a moure'ns. Ha estat i és una ajuda mútua.

A més, comptem amb l'ajuda d'un professional que dinamitza el mercat tant en l'aspecte comercial com en el de les activitats que hem posat en marxa, perquè com a mercat formem part de la ciutat, i per tant participem del que es fa al barri. Una manera de fer-nos conèixer encara més i de ser part activa. Val a dir també que hem tirat endavant gràcies al suport del districte i de l'Institut de Mercats. La suma de suports i d'idees és el que ha fet possible posar en marxa una campanya per renovar la imatge del mercat, oferir parades amb productes exposats d'una forma atractiva per als clients i fer promocions a uns preus imbatibles. Ara també oferim un servei a domicili, que compartim amb el Mercat de la Guineueta.

Som a la Trinitat Nova. I això no ha de ser cap obstacle per innovar. Un dia vam fer un tast gratuït de producte de mercat, unes tapes, i el mercat es va omplir. Aleshores vam pensar que podíem fer moltes més activitats. Podem millorar; i tot fent coses noves ho transmetem a la gent, als nostres clients. És una manera de diferenciar-nos a través de productes de qualitat, una varietat de preus i principalment sortir del que és habitual, oferir productes nous, per exemple elaborats.



Joan Oller, CEO a Join Arquitectura ➔  
JOIN ARQUITECTURA

## ELS MERCATS ESTAN MOLT VIUS

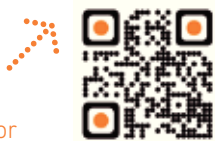
□ Els mercats sempre han estat un dels elements centrals de qualsevol ciutat. Si més no, són referents arquitectònics i tecnològics, espais on pots gaudir mentre compres. No és només un punt d'intercanvi econòmic, un mercat és un element que uneix el poble. Tot i això, hi ha hagut molts canvis a la societat que han acabat per treure importància al mercat i han marcat un canvi en els hàbits de compra.

Encara recordo la iaia Rosa com anava tot sovint a la plaça a comprar els ingredients per cuinar-me els millors macarrons que he menjat mai. De fet, alguna vegada la vaig acompanyar de petit i veia com parlava amb el carnisser o el peixater. Més que venedors, eren amics. Han passat molts anys d'això i hem creat una societat on amb prou feines parem per agafar aire. I en aquest batibull de feina, sobreinformació i presses, perdem moltes coses, sobretot els petits detalls. He passat moltes hores anant a comprar al supermercat. Hi falta alguna cosa. Allà no puc anar a comprar un paquet de pernil i que el senyor Eduard Escofet m'ajudi a escollir el millor pernil per quedar bé amb els meus convidats. No hi puc comprar mig quilo de pomes i que el senyor Lluís Macià em recomani l'últim restaurant que acaben d'obrir a la cantonada. A les grans superfícies els falta ànima. Els mercats, en canvi, en tenen de sobres.

És per això que crec en el bon futur dels mercats. Hi ha propostes molt atractives que s'estan modernitzant. La qualitat del producte, les degustacions o el tracte personal són elements diferenciadors que s'han d'aprofitar per fer atractiu el mercat de cara a les noves generacions. Mentrestant, ningú no podrà esborrar el somriure que sempre llueixo quan compro al mercat. El motiu?

No estic rodejat de venedors, sinó d'amics.\*

Joan Oller  
www.arquitecturajoin.com  
CEO a Join Arquitectura Interior



# LA TRINITAT RENOVA IMATGE I SERVEIS



Els comerciants de la Trinitat han posat en marxa un pla de dinamització. ➔ JORDI CASAÑAS.

**L'**esforç conjunt de comerciants del mercat i del barri de Trinitat Nova ha fet possible la posada en marxa d'una campanya de dinamització comercial que persegueix atraure l'atenció dels clients cap a l'oferta de productes de proximitat que es pot trobar tant al mercat com als comerços del barri i al mercat ambulant. La campanya, que tindrà una durada de 6 mesos, és una idea que s'ha traduït en una millora dels serveis i en un canvi de la imatge del mercat i del comerç del barri.

"No podíem quedar-nos sense fer res. Gràcies a la unitat de tots els comerciants hem decidit fer accions perquè el barri ens conegui més i millor, i, a més, atreure els clients més joves", explica la presidenta de la Junta de Comerciants del mercat, Carme Pérez, per qui l'experiència està donant bons resultats després d'un any de treball.

## Venedors del mercat i comerciants del barri participen en una iniciativa de promoció

Ara fa poc més d'un any es va crear l'Associació del Comerç i les Empreses de Trinitat Nova, formada per 28 socis, dels quals una quinzena són paradistes del mercat, amb el suport del districte de Nou Barris i de l'Institut Municipal de Mercats. Es va fer una anàlisi de la situació del comerç al barri i es va acordar una línia d'acció basada en la participació i la implicació dels comer-

ciants amb la intervenció d'un professional que s'encarrega de la dinamització de la campanya i de les activitats, tant comercials com lúdiques.

També s'ha fet formació als comerciants. Primer es va analitzar l'espai de venda de cada botiga i parada del mercat, i posteriorment es va formar els comerciants per fer més atractiu el seu espai de venda.

El projecte, promogut per l'Associació del Comerç i les Empreses de Trinitat Nova, també organitza activitats pròpies i s'implica en les que promouen altres entitats del barri. Al llarg del 2015 s'han fet concerts de música, gimcanes, rutes gastronòmiques o botifarrades solidàries, per exemple, sense oblidar activitats tradicionals. Al mateix temps, s'han fet tastats de productes de mercat i els seus comerciants ja estan pensant en Tasts de Dia, coincidint amb les festes del barri, com explica Mònica Funes, vicepresidenta del mercat.

## PREU I QUALITAT, ELS RECLAMS

Preu i qualitat s'han convertit en l'essència del reclam comercial per als clients del mercat i dels comerços del barri. De forma paral·lela s'organitzen promocions comercials: al mercat, per exemple, cada setmana hi ha un producte en promoció a un preu "imbatible", segons el defineix la presidenta de la Junta de Comerciants.

Tot el mercat s'ha senyalitzat amb lones, banderoles i cartells. Les botigues exhibeixen unes pissarres amb informació de producte i preu. Cartells i banderoles informen també, per exemple, de les activitats, com ara sortejos mensuals que promouen els comerciants entre clients amb premis de vals de compra.

Conscients de les necessitats dels seus clients, per exemple de la gent gran, els comerciants i l'Institut de Mercats s'han posat d'acord per promoure un servei de repartiment a domicili (compartit amb el Mercat de la Guineueta). Com que el barri de Trinitat Nova és, en part, de carrers costeruts, resulta una bona solució perquè les persones amb dificultats de mobilitat puguin fer les seves compres al mercat i no haver de transportar-les personalment fins a casa seva. És un servei bonificat i el gestiona Tallers Bellvitge, una empresa la finalitat de la qual és la integració i promoció personal, laboral i social de les persones adultes amb discapacitat psíquica i/o malaltia mental. Per a qui vol fer les compres personalment, també el mercat recorda que disposa d'una àrea d'aparcament gratuït per als seus clients.\*



Les parades del Mercat de la Llibertat mostren als seus clients productes de proximitat i ecològics amb una etiqueta distintiva. ➤ JORDI CASAÑAS

# LA LLIBERTAT ÉS UN MERCAT VERD

*Comerciants i IMMB posen en marxa una prova pilot per promoure productes de proximitat i ecològics*

**E**l mercat gracienc de la Llibertat és el primer Mercat Verd de Barcelona. Els seus comerciants són pioners en la posada en marxa d'una idea: la promoció de productes de proximitat i ecològics, a través d'una prova pilot que va començar el novembre passat i que finalitzarà el 30 de juliol d'aquest any. És una iniciativa en favor de l'alimentació responsable i saludable i s'ha pogut fer realitat a partir d'un acord entre els co-

mercants i l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona, que impulsa el projecte. Totes les parades del Mercat de la Llibertat llueixen unes etiquetes com les que podeu veure a la dreta d'aquest text: uns indicadors que mostren als clients aquells productes considerats de proximitat i també els ecològics, que abasten tant verdures i fruita com carn i peix. En aquest últim cas, es tracta de productes provinents de la "pesca responsable".



Mercats Verds al Mercat de la Llibertat es cou amb els següents ingredients: primer, un augment de la presència de productes de proximitat a totes les parades, de manera que al final de la prova s'hagi incrementat fins a un 10% l'oferta d'aquest tipus de productes, i segon, assegurar la presència de productes ecològics (amb certificació) a totes les parades.

## ELS BENEFICIS DELS MERCATS VERDS

Amb la primera part d'aquesta recepta singular, es dona un tracte de favor al producte fresc i al mateix temps es contribueix a disminuir l'impacte de CO<sub>2</sub> en el medi ambient, ja que es redueix el transport. Conseqüentment, es potencia el consum de productes més frescos i el producte (i productor) local. A través de la segona part, es destaca directament el benefici dels productes ecològics, que s'obtenen amb pràctiques de conreu respectuoses, amb un ús racional dels recursos naturals i de substàncies i processos naturals, sense oblidar que s'hi apliquen alts estàndards de benestar animal.

Tots els productes de proximitat que es venen al Mercat de la Llibertat es distingeixen per una etiqueta distintiva. Els ecològics mostren la imatge gràfica acordada per la Unió Europea (l'"eurofulla"), junt amb el CCPAE o altres organismes oficials de certificació.

Els comerciants de la Llibertat, com a part implicada en la iniciativa, han recollit el guant de l'Institut de Mercats i s'han posat mans a l'obra. A totes les parades es pot veu-



## QUÈ VOL DIR PROXIMITAT?

UN PRODUCTE AMB UNA PROCEDÈNCIA SITUADA EN UN RADI DE 150 QUILOMETRES AL VOLTANT DE LA CIUTAT DE BARCELONA. AQUEST ÉS EL CONCEPTE DE PROXIMITAT APLICAT A UN PRODUCTE ALIMENTARI EN EL CAS DE LA INICIATIVA QUE ES FA AL MERCAT DE LA LLIBERTAT. LES DADES REALS: L'OFERTA DE PRODUCTE FRESC PROVINENT D'AQUEST ÀMBIT S'ESTIMA ACTUALMENT QUE ÉS DE L'ORDRE D'UN 20% DEL CONSUM TOTAL DE FRUITES I HORTALISSES, ÉS INFERIOR AL 20% EN EL CAS DEL PEIX I SUPERA EL 60% SI PARLEM DE CARNS I D'AVIRAM.

ÉS CERT QUE ALGUNS PRODUCTES, COM ELS PLÀTANS O LES PINYES, PER POSAR UN EXEMPLE, NO ES PODEN CONSIDERAR DE PROXIMITAT. PERÒ EL PROJECTE MERCATS VERDS ASSUMEIX, EN EL PUNT DE PARTIDA, L'ACTUAL NIVEL D'OFERTA DE PRODUCTE DE PROXIMITAT I EL SEU RECORREGUT POTENCIAL.

TAMBÉ CAL SUBRATLLAR EN AQUEST APUNT QUE EL CLIENT QUE COMPRA PRODUCTES DE PROXIMITAT NO TÉ UN PERFIL DIFERENCIAT RESPECTE AL DEL COMPRADOR/ CONSUMIDOR HABITUAL, TOT I QUE LA SEVA ACTITUD CAP AL CONCEPTE DE PROXIMITAT ÉS POSITIVA A L'HORA DE VALORAR-LO, SEMPRE QUE SIGUI DE QUALITAT.

re en l'etiqueta distintiva l'origen dels productes de proximitat, cosa que beneficia el consumidor, que té informació molt detallada i precisa. A més, algunes de les parades venen productes ja elaborats, a punt per cuinar o per menjar fins i tot, fets amb productes locals, igualment identificats amb el nou distintiu.

### ARRANCADA D'UNA IDEA

Actualment, i en general, els mercats mostren un baix nivell d'oferta de producte fresc ecològic, però aquesta situació podria estar canviant de manera notable després que s'ha detectat un augment d'operadors. Amb tot, Espanya encara està lluny dels percentatges de despesa per part dels consumidors en producte ecològic: un 1% en relació al 6% de la despesa que fan, per exemple, països com Dinamarca, Àustria o Suïssa. Les expectatives en aquest sector alimentari són positives, davant del creixement constant de l'oferta en el nostre entorn i una cada cop més gran consciència i preocupació per una alimentació amb productes més saludables i sostenibles. Són raons que fan pensar en un creixement dels percentatges de la despesa a Catalunya.

Un cop finalitzi la prova pilot a la Llibertat, l'Institut Municipal de Mercats té previst estendre la iniciativa a altres mercats barcelonins, de manera que es consolidi la imatge dels mercats com a espais d'alimentació on els productes de proximitat —productes frescos i locals— es conver-

teixin en protagonistes. Si a això s'hi suma el fet que els mercats i els seus comerciants treballen en favor d'una alimentació responsable i saludable, i que s'hi pot trobar una oferta de qualitat i una gamma de preus diversos, amb serveis i confort, amb activitats culturals i socials, els mercats reforcen el seu atractiu davant dels clients.

### PRODUCTES MÉS SALUDABLES

Per la seva banda, l'Institut Municipal de Mercats s'ha marcat l'objectiu de reforçar el posicionament dels mercats en l'estructura de distribució de producte fresc a la ciutat i així potenciar l'oferta de productes respectuosos amb el medi ambient i més saludables, i la presència de producte ecològic fresc.

L'Ajuntament de Barcelona defensa l'aplicació de mesures o iniciatives que incorporin una perspectiva integral de l'alimentació. Això vol dir que les accions que es posin en marxa donin resposta al mateix temps a qüestions com la salut, la sostenibilitat, el comerç i el benestar social.

Cal destacar també que Mercats Verds va més enllà d'aquesta experiència, ja que també inclou qualsevol projecte que tingui en compte la sostenibilitat als mercats. Per exemple, la campanya en favor de la reducció de bosses de plàstic d'un sol ús, o la implantació de mesures en favor d'un ús més eficient dels recursos energètics.\*



Un treballador de Compra Servei recull productes a un paradista al Mercat de Trinitat Nova. ➤ JORDI CASAÑAS / IMMB

## VINT-I-UN MERCATS JA OFEREIXEN SERVEI A DOMICILI

**E**ls mercats municipals de les Corts, Galvany, la Guineueta i la Trinitat Nova ja ofereixen als seus clients un servei de repartiment a domicili des del passat desembre. Amb aquests quatre, ja són 21 els mercats barcelonins que disposen d'aquest servei que facilita les compres als clients.

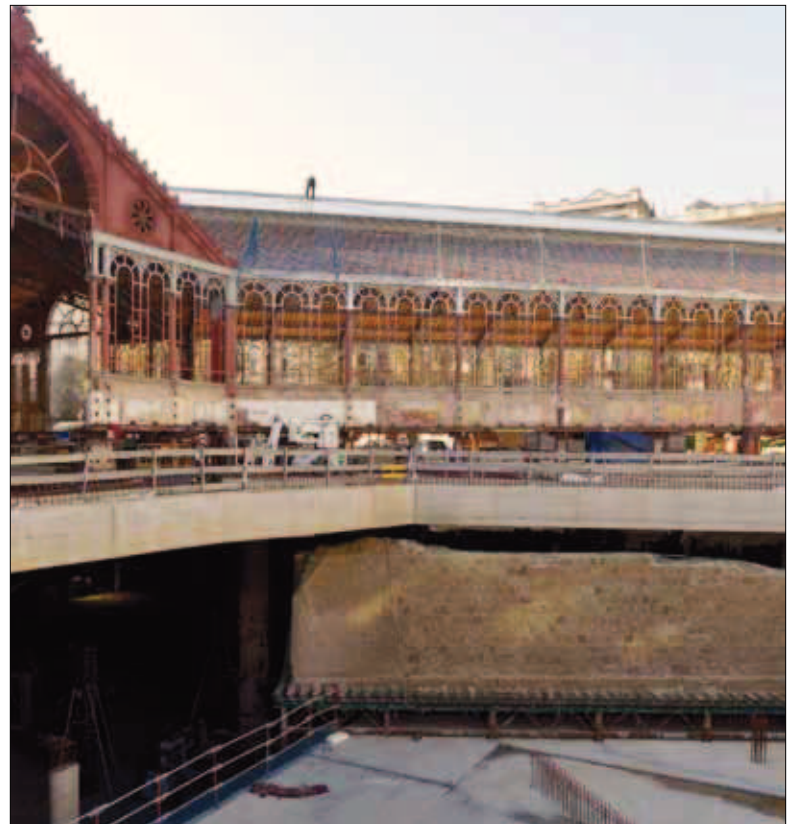
Tres empreses que tenen com a finalitat facilitar la inserció, integració i promoció personal, laboral i social de persones amb discapacitats psíquiques o que es troben en risc d'exclusió social són les prestadores del servei a domicili en els quatre mercats: Tallers Bellvitge a Trinitat i Guineueta, ja que comparteixen el servei; Alcil a Les Corts, i Verdallar a Galvany. Dels 21 mercats que l'ofereixen, Tallers Bellvitge el presta en 10 mercats (Clot, Sants, Llibertat, Ninot, Sant Antoni, Sarrià, Car-

mel, Horta, Guineueta i Trinitat), Tres Turons a Vall d'Hebron, Alcil a Les Corts i TEB a Concepció. A la resta, és l'associació de venedors mateixa que se n'encarrega.

Els costos del servei són coberts per l'associació de venedors de cada mercat, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) i els clients que l'utilitzen. La seva vessant social és una de les característiques més destacades.

L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona va promoure ara fa 20 anys la creació del servei de repartiment a domicili als mercats de forma centralitzada. Els usuaris que l'utilitzen han expressat una valoració molt positiva d'un servei que facilita el transport de la compra a clients que o bé viuen lluny del seu mercat, o bé ho necessiten per problemes de mobilitat.

## SANT ANTONI, CAMÍ DE LA RECTA FINAL D'OBRES



Aspecte recent de les obres del Mercat de Sant Antoni amb una part de la muralla visible a la planta subterrània. ➤ JORDI CASAÑAS / IMMB

Les obres de remodelació del Mercat de Sant Antoni es desenvolupen actualment en noves etapes, ja camí de la seva recta final. Amb l'adjudicació, el passat novembre, de dues noves fases per valor de 22,9 milions d'euros, el mercat prossegueix amb la construcció de les estructures i dels elements comuns de les parades mentre s'acaba la restauració dels elements exteriors de la façana de l'històric edifici.

També s'intervé en les plantes subterrànies, on s'han d'enllestir els acabats de tots els espais: revestiments, pintura, mobiliari, paviments i tots els treballs necessaris perquè s'hi puguin instal·lar, per exemple, els ascensors o les escales mecàniques amb què es dotarà el nou mercat, o el condicionament dels accessos del públic al mercat. En el primer soterrani es restaurarà i s'adequarà l'espai del fossat de les muralles d'acord amb les indicacions del Servei d'Arqueologia.

La resta de les obres previstes en l'altra fase tenen com a objectiu complementar les anteriors i inclouen totes les instal·lacions per al funcionament del mercat i de l'espai comercial a la primera planta subterrània, magatzems i aparcament. Les dues fases tindran una durada de 22 mesos.

## LA VALL D'HEBRON OBTÉ EL PREMI MERCATS DE BARCELONA PER L'ESPAI CUINA'M

■ L'Associació de Venedors del Mercat de la Vall d'Hebron va ser la guardonada amb el Premi Mercats de Barcelona en la seva sisena edició. El jurat va reconèixer la creació i la gestió d'una aula de cuina integrada al mercat. Es tracta de l'anomenat Espai Cuina'm, que en només dos anys s'ha convertit en un punt de trobada del barri que ha millorat la visibilitat del mercat, dins i fora del seu districte.

A més, ha aportat un valor afegit al Mercat de la Vall d'Hebron com un lloc per aprendre i compartir; a més de fomentar una vida saludable i equilibrada amb l'alimentació com a protagonista. El premi, lliurat per l'alcaldessa Ada Colau, va ser recollit per Àgata Albero, coordinadora de l'Espai Cuina'm, i

Núria Pedro, secretària i portaveu de la Junta de Concessionaris del Mercat de la Vall d'Hebron. També va rebre una menció especial l'establiment David Carnissers, del Mercat de Santa Caterina. El jurat va reconèixer la trajectòria de 25 anys de la iniciativa de David Barroso. L'especialització de productes carnis dins el món dels mercats, amb l'oferta d'una àmplia gamma de productes i varietat d'hamburgueses elaborades artesanalment, han convertit l'establiment en un referent i un centre d'atracció de públic al Mercat de Santa Caterina.

El Premi Mercats de Barcelona distingeix les iniciatives, contribucions i establiments que al llarg de l'any han incidit en la millora del sector comercial. \*



L'alcaldessa Ada Colau lliura el guardó a Àgata Albero i Núria Pedro, del Mercat de Vall d'Hebron. A la dreta, David Barroso de David Carnissers, a qui el jurat va reconèixer la seva trajectòria. ➤ J. CASAÑAS / IMMB

# XARXES SOCIALS AL DIA

## facebook.



## NOUS BOTONS PER EXPRESSAR EMOCIONS

Ja sou uns experts en el tema de la migració de perfils a pàgines? No? Doncs al blog us hem preparat unes preguntes amb resposta per acabar de resoldre els vostres dubtes.

Dues són les novetats més rellevants de Facebook durant aquest trimestre. Aquí us en fem cinc cèntims, però ja sabeu que al somdemercat.cat trobareu la informació ampliada. Esperem els vostres comentaris.

### FACEBOOK CANVIA EL BOTÓ "M'AGRADA" PER "REACTIONS"

Des de fa molt temps ha existit la demanda per part d'alguns usuaris de Facebook de la necessitat d'un botó "no m'agrada", ja que consideraven que el "m'agrada" és insuficient per interactuar amb determinats continguts. Així que Facebook ha creat "reactions", una extensió del seu botó "m'agrada", perquè els usuaris de la xarxa social expressin altres emocions com ara sorpresa, disgust

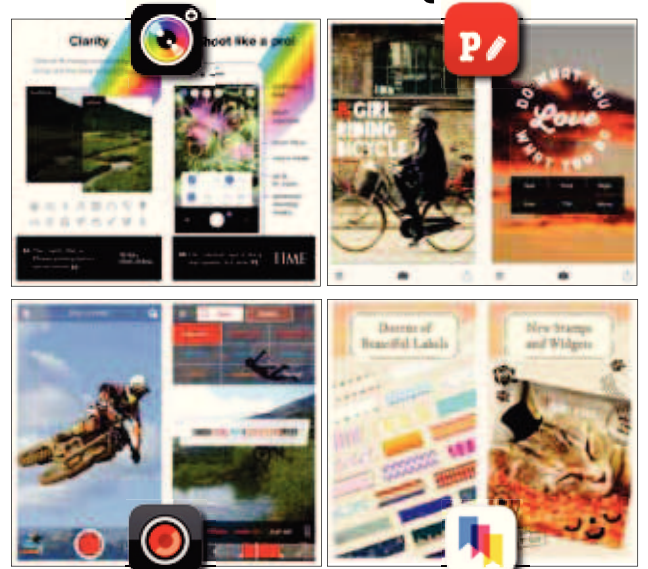
o tristesa. "M'encanta", "em diverteix", "m'alegra", "em sorprèn", "m'entristeix" i "m'enfada" són les opcions que inclou 'reactions'. Per accedir a aquestes opcions, l'usuari ha de pressionar de manera prolongada el botó "m'agrada" perquè li aparegui un menú en què es desplegaran emoticones descriptives d'aquestes emocions. Al blog trobareu un vídeo on podreu veure les emoticones en funcionament.

### COM VERIFICAR LA NOSTRA PÀGINA DE FACEBOOK

Algunes pàgines d'empreses i organitzacions poden optar a una insígnia grisa de verificació que certifica que la teva pàgina és oficial. Si ets administrador i la teva pàgina pot optar a la verificació, veuràs aquesta opció en la configuració de la teva pàgina. Per verificar la teva pàgina pots fer servir el número de telèfon públic de la teva empresa o un dels seus documents, per exemple una factura telefònica. Al blog us expliquem pas a pas com fer-ho.

## Instagram

## FOTOS I VÍDEOS DE QUALITAT



Sembla gratuït dir que a Instagram la imatge és bàsica, però és veritat que les fotos han de tenir qualitat. I si a més són boniques i tenen un punt de vista diferent, millor. Però és un pecat pujar al nostre canal fotografies borroses o captures de pantalla d'ordinador pixelades. El que veuen els seguidors és el que volem mostrar del nostre negoci. Si és borrós o pixelat, els estem dient que no ens preocupa la imatge que oferim.

Hi ha eines a la xarxa, en forma d'app, per poder fer grans fotografies. No ens enganyem, aquella imatge de la gavina en primer pla no és de telèfon sinó de càmera. **Vol dir això que cal una càmera?** No. Amb un smartphone i algunes aplicacions podem fer fotos molt atractives.

Primer necessitem una bona càmera, més enllà de la que tenim a l'smartphone, que en funció de si és Android o iPhone, pot ser més o menys útil. Entre les de descàrrega gratuïta, Camera+ és una de les millors apps. També ho és VSCO Cam, una de les apps que té enamorats els *igers* que també són fotògrafs. I si el que volem és fer vídeos, Hyperlapse ens permet fer vídeos a alta velocitat, i SloPro, a càmera lenta. I totes dues són gratuïtes.

**Que una foto no ens ha sortit gair bé?** Cap problema. Podem provar d'editar-la amb les eines que ens ofereix Instagram via Laboratori. També podem fer-ho abans de pujar-la a IG a través d'aplicacions d'edició com Snapseed o Aviary. Us permetran editar aspectes com l'exposició, brillantor i temperatura de la imatge, a més d'afegir-hi filtres com blanc i negre o efectes vintage.

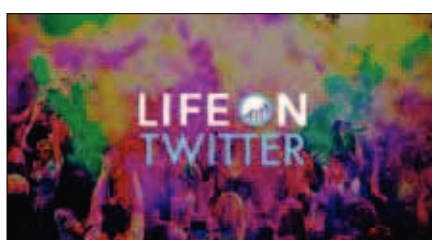
**Volem afegir textos a les nostres imatges?** Ho podem fer amb Phonto, que és gratuïta. També Word Swag, que té tipografies i recursos gràfics molt bonics, però és de pagament. I LabelBox, que ens ho fa en format etiqueta i queda prou bé.

## twitter

## LA MILLOR HORA PER PIULAR

Poques són les novetats de Twitter aquest trimestre.

Us recomanem una app gratuïta que pot servir per introduir-vos a l'anàlisi dels vostres tuits i ajudar-vos a l'hora de decidir a quina hora és millor piular per arribar al màxim dels vostres seguidors, quins són els tuits que han generat més interès a la vostra comunitat, i quins són els vostres millors seguidors. Es diu Lifeontwitter i al blog us expliquem com funciona.



A més, al blog també trobareu informació sobre la nova funcionalitat de Continguts Destacats, que us pot ser útil per seguir notícies del vostre interès encara que no seguiu els usuaris que les piulen i novetats sobre el nou disseny dels botons socials de Twitter: Tranquils, que això últim només afecta els que teniu aquests botons inserits al vostre web o blog.

**APP MERCATS DE BARCELONA**

**Tot el mercat al teu mòbil**

Info Cuina Joc Confi

**Practica el Mercating**  
ALS MERCATS DE BARCELONA

Mercats de Barcelona

bcn.cat/mercats  
fb.com/MercatsBarcelona  
twitter.com/MercatsBCN

Ajuntament de Barcelona

# Som de Mercat!

Accediu a la pàgina de facebook de Fruites i Verdures Xecu



## Quim Clavaguera Mercat de la Llibertat

Tinc camps a Sant Boi i la parada Cal Xecu al mercat, on el 60% de la verdura és de collita pròpia. Tinc 47 anys i sóc la quarta generació de pagesos i de paradistes. Tot i que sóc més home de camp, m'agrada molt ser al mercat i explicar coses de la terra als clients. Menjo de tot, sobretot a la brasa, però no menjaria mai anguiles. Em fan angúnia els rèptils. Un cop vaig veure una serp entre les meves figueres i vaig trigar uns dies a tornar-hi a anar tranquil.

**E**l primer que ens diu és que no té producte ecològic. “De proximitat i de temporada, sí, i treballat amb mesures poc agressives d'agricultura integrada i mínims tractaments, com ara les trames amb feromones per a la mosca de les figueres”, però per tenir-ne d'ecològic hauria de fer coses com purificar la terra d'adobs durant dos anys. “Si hagués tingut un germà o un fill, ho hauria provat, però tinc dues filles i no sembla que vulguin continuar; perquè és una feina que absorbeix molt”. Li fa pena que la família no continuï al camp, però “tal com està la vida és molt de sacrifici: jo als 9 anys ja portava el tractor i als 16 ja m'hi vaig posar; per ajudar el pare quan es va morir l'avi. És clar que a mi ja em tirava”.

Avui dia, ens diu, la feina al camp en explotacions petites dona per pagar factures i viure i prou, “entre que tot s'ha encarit molt, que agafes poques campanyes bones i la

competència que et ve de fora”. El que sí que està provant és el cultiu en hivernacle. En té un de 400 m<sup>2</sup> i li agrada perquè tot és més controlable. Planta per a ell, però també té partides per vendre a Mercabarna i els seus productes estrella són les carxofes i, a l'estiu, els tomàquets. “Aquest any he tingut 11 classes de tomàquets i ja estic pensant en la propera campanya: a meitats de desembre vaig al viver a encarregar els tomàquets per plantar l'any que ve al febrer a l'hivernacle, després a l'abril i després per Sant Joan”.

Sempre treballa producte de qualitat: “No planto pastanaga, perquè vol terra més sorrenca, com la de Gavà, i dins de les varietats trio sempre les més bones, com ara les cols de Brussel·les, que en planto unes de molt suaus i mantegoses, però que la gent no treballa perquè són molt petites i fan poca producció”.

*“A vegades perdo vendes dient que una cosa no és meva quan no ho és, però la clienta no la perdo”*

En Quim, que si no hagués estat pagès hauria volgut ser arqueòleg o paleontòleg, assegura que mai dirà que una cosa és seva si no ho és i valora de la seva clientela “la paciència que tenen per fer la cua a l'hora de comprar”.

Durant un temps que va tenir molta varietat de producte, feia una oferta setmanal, amb molt bona rebuda entre els clients, però que no va tenir continuïtat, ja que depenia molt de les partides.

El que sí pensa és a evolucionar més en les tècniques del camp, com ara “el reg gota a gota o per aspersió, que dona un millor producte perquè esponja més la terra, i muntar alguna botigueta de collita pròpia, que no és gens fàcil: hi ha molta gent que enganya i ven porros belgues com si fossin seus, i a sobre més cars. I això és pa per avui i fam per demà”.

## MERCATS I LA FUNDACIÓ FC BARCELONA RENOVEN EL PROJECTE EDUCATIU

L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i la Fundació FC Barcelona han renovat un any més l'acord de col·laboració per a la promoció del projecte educatiu “Mengem sa, mengem de mercat”.

Es tracta d'una activitat educativa en què es convida les escoles a fer equip i trans-

metre als infants i als joves el valor d'una dieta equilibrada i la pràctica habitual de l'esport per tenir una vida saludable. Incideix en el valor de comprar sa, fresc i de qualitat tot descobrint el mercat i allò que el caracteritza i una forma de comerç propera i sostenible, tan arrelada a la cultura mediterrània

IMMB / FUNDACIÓ FC BARCELONA



barcelona.cat/somdemercat  
twitter.com/mercatsBCN  
facebook.com/mercatsbarcelona  
instagram.com/mercatsbcn

