

la plaça

La revista dels mercats municipals de Barcelona

>> Nous mercats per Barcelona

>> Modernisme i modernitat: la remodelació dels mercats centenaris

>> La promoció comercial als mercats

>> Entrevista a Alejandro Goñi

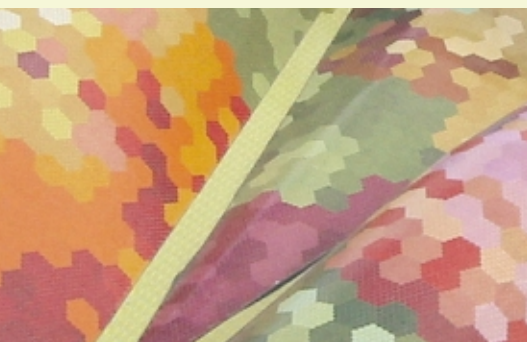
>> La cuina, activitat ciutadana

>> "Vine a cuinar, reina!"

>> Dinar a la Boqueria

>> Entrevista a Esteve Masclans

Segona època. Número 2. Hivern 2005



Editorial

No hi ha gaires ciutats al món que tinguin una xarxa de mercats municipals tan gran com la de Barcelona, amb un model marcadament propi; una realitat única a Europa, que té al seu darrere una història important i una tradició de servei al ciutadà que es manté en el present i es projecta, amb força, cap al futur.

El mercat s'ha caracteritzat, des de sempre, per ser un espai de comunicació i d'intercanvi, així com un element de cohesió entre els barris i els ciutadans que hi habiten. Aquests espais urbans són no només centres dedicats al comerç sinó que també actuen d'agents actius en la creació d'activitat i de vida. I és que, els nostres mercats, no tan sols formen part de la ciutat sinó que fan ciutat, són importants en la planificació de la trama urbana dels barris on estan ubicats i tenen pes polític en les decisions urbanístiques que s'hi prenen.

És així com, en un context de ciutat, marcat per contínues transformacions econòmiques, socials i tecnològiques, els mercats han de ser capaços de pensar en el seu futur i en com volen contribuir en el desenvolupament de Barcelona. Per tot això, i des de ja fa un temps, els mercats municipals de Barcelona s'estan plantejant reptes per transformar-se en allò que els demana el segle XXI.

L'aposta per la modernització, per tal d'adaptar-se a noves necessitats i a als nous hàbits de consum que van sorgint permetrà als nostres mercats continuar sent centres de referència dels barcelonins pel que fa a l'alimentació i a l'estil de vida mediterranis. Un estil que es caracteritza per seguir una dieta variada, rica en productes frescs, de qualitat i, en definitiva, saludable, en un entorn cívic de respecte, on prima el servei personalitzat, uns valors, aquests, reforçats per noves activitats de cultura i d'oci adaptades a les noves demandes que generen, en cada moment, els ciutadans, que són, en definitiva, els qui omplen de sentit i de vida els mercats de Barcelona.

Jordi Portabella

Segon Tinent d'Alcalde
President de Mercats de Barcelona

Nous mercats per Barcelona



Institut Municipal de Mercats de Barcelona

President
Jordi Portabella i Calvete
Gerent
Jordi Torrades i Aladren

Institut Municipal de Mercats de Barcelona
Av. Icària, 145-147. 4a pl
08005 Barcelona
www.mercatsbcn.com
Tel.: 93 402 70 00
Fax: 93 413 28 99

Edició

Director
Jordi Tolrà
Coordinació
Departament de Comunicació IMMB
Producció
Manfatta
Disseny i maquetació
symbol.
Impressió
Gràfiques Minerva
Dipòsit Legal
xxxxxxx



El model de remodelació dels mercats de Barcelona es consolida



A l'entrada en funcionament de Santa Caterina i el Poblenou se sumen ara les obres al mercat de la Barceloneta i les remodelacions previstes per a la Llibertat i Sarrià.

Tots cinc mercats són exemples d'una determinada manera de fer que conforma l'anomenat "model Barcelona". Aquest enfocament es fonamenta en dos binomis: la col·laboració públic-privada i la coexistència de la tradició i la innovació.

Els mercats remodelats, eixos de convivència

Els mercats de Santa Caterina i el Poblenou són bons exemples de les noves funcions que les places fan avui. És cert que l'antiga funció de subministrament hi continua ben present: és clara la necessitat que els ciutadans tinguin accés a productes frescos de qualitat, productes que els mercats serveixen abastament.

Juntament amb aquesta funció primigènica, però, apareixen ara els nous usos socials dels mercats com a eixos vertebradors del barri on es troben. Els primers mesos de funcionament de Santa Caterina ho demostren: el mercat s'ha consolidat com a lloc de compres i ha atret una nova demanda. Damunt d'això, ha posicionat el barri com a pol-

d'atracció turística, amb la generació d'activitat econòmica que això comporta.

En el cas del Poblenou, el canvi en l'orientació de les activitats del barri, que deixa les indústries pesants i acull les intensives en coneixement, genera noves dinàmiques socials que el mercat ajuda a integrar.

Complicitat públic-privada

La gran expansió dels mercats de la ciutat té lloc a les acaballes del segle XIX. Això fa que avui aquestes instal·lacions centenàries necessitin d'intervencions que van molt més enllà de la restauració estètica: cal una remodelació estructural. El pressupost de les obres és elevat i el sector públic no pot ser aliè a la seva execució.

Els mercats es remodelen un cop els comerciants, representats per les seves juntes, i l'Institut Municipal de Mercats, arriben a un acord sobre el pla d'actuació, el calendari de les obres, la gestió del període de transició i el pressupost. L'entesa entre el govern de la ciutat i els qui treballen i impulsen els mercats és clau per a l'èxit d'aquest model.

Tradició i innovació

La remodelació dels mercats comporta reptes tècnics sin-

gulars: els responsables han de prendre decisions tècnicament innovadores que permetin augmentar l'eficàcia comercial i de gestió alhora que respectin i posin de relleu els elements històrics i patrimonials dels diferents espais. A Santa Caterina, la teulada multicolor conviu amb les restes arqueològiques de l'antic convent homònim. Al Poblenou, el tancament de vidre fa ressaltar la façana rehabilitada. La Llibertat tindrà un moll de càrrega soterrat a l'hora que s'evidenciarà tots els acabaments artesans en ferro que caracteritzen l'edifici.

Aquest maridatge estructural es reflecteix també en el mix comercial. Les parades on trobar producte fresc de qualitat conviuen amb autoserveis de manera que els clients puguin resoldre totes les seves compres en un mateix lloc. Aquests dos binomis defineixen una especificitat pròpia de la ciutat que es coneix ja arreu com "el model Barcelona de remodelació", un model singular i de futur.

El mix comercial

Com millorar els mercats municipals

Avui els mercats de Barcelona necessiten fer un salt qualitatiu pel que fa a la gestió. Hi ha la necessitat de dissenyar un nou model de mercat per al segle XXI. A més, s'han de superar les rigideses actuals per adaptar cada mercat al seu entorn i recuperar l'eix cívic d'abans.

És per aquest motiu que Mercats de Barcelona vol una millora de les infraestructures i dels serveis, l'actualització de l'oferta comercial i la incorporació de polítiques de promoció comercial.

Els mercats esdevenen centres cívics comercials on es millora el servei amb la vocació de donar la màxima satisfacció a tothom, busquen el manteniment de la quota comercial dels mercats, adapten l'oferta a la demanda d'avui dia, gestionen la diversitat de productes de qualitat i mostren una tendència a la unificació de la regulació del comerç entre els carrers i els mercats.

Què en pensen els clients?

El Mercat de Santa Caterina és un dels pioners d'aquest mix comercial que ofereix el mercat amb productes fres-

cos, una botiga d'autoservei, perquè els clients puguin triar al seu gust, una botiga de merchandising, un establiment de plantes i flors i un restaurant.

Ricarda Sauras ens explica que ella és clienta de tota la vida del Mercat de Santa Caterina i està molt d'acord amb aquesta nova visió de compra als mercats. Tota l'alimentació fresca la compra al mercat mentre que el que no troba al mercat, com la melmelada, ho compra a Caprabo.

La mateixa opinió és la de Nina Aguilera que també compra el menjar fresc a les parades del mercat i si li fa falta res de neteja, ho compra a la botiga d'autoservei. Encarnación Sedano fa tota la compra al mercat i no acostuma a anar a la botiga d'autoservei però troba molt encertada aquesta altra opció de compra perquè dona més oportunitat de triar als clients.

Milagros i Margarita, dues clientes assídues a Santa Caterina, opinen que elles prefereixen única i exclusivament les ofertes i els productes de les parades del mercat.

El projecte arquitectònic de Santa Caterina

Mil colors de fruites i verdures il·luminen la coberta del nou mercat

La remodelació del Mercat de Santa Caterina és obra del Taller Miralles/ Tagliabue i vol recuperar per a Barcelona la força de les antigues places de vendre. Santa Caterina és concebuda com un àgora o punt de trobada, rol que es remunta a les antigues places gregues i romanes.

El projecte de reforma va molt més enllà de la rehabilitació i la conservació de l'edifici del mercat *sensu strictu* i s'adreça a l'entorn de manera global, inclosos les places i carrers adjacents.

Coberta de colors

L'element que més crida l'atenció en el nou mercat és una acolorida coberta de mosaic de ressonàncies gaudinianes, feta amb 325.000 peces que reproduïxen els colors de les parades de fruita i verdura. L'interior també és un focus d'atracció per l'estructura de fusta, formigó i components metàl·lics que donen el suport necessari per bastir la immensa coberta de ceràmica.

Noves solucions

La façana de l'edifici és la reconstruïda el 1988, i també ho són les parets laterals, mentre que la façana sud i la coberta són elements construïts de nou. En aquest punt de les obres és on se situa l'equilibri entre els aspectes més tradicionals i el més moderns, amb l'ús de materials com la fusta, la ceràmica i el metall.

La nau central del mercat té una superfície de 3.685 m² i s'ha construït amb fusta i vidre. La distribució dels passadissos també sorprèn perquè dibuixa un espai irregular que facilita la compra.

La intervenció arquitectònica a Santa Caterina ha aconseguit, de fet, mantenir l'esperit del mercat alhora que en modifica els referents espacials i, en fer-ho, crea una nova dinàmica entre l'edifici i aquells que hi treballen o hi compren.

Antics i nous serveis

A Santa Caterina conviuen l'oferta tradicional de les parades amb nous serveis de valor afegit pensats per enriquir l'experiència global del client

L'eix de Santa Caterina es basteix sobre les seixanta parades on els protagonistes són els productes frescos de qualitat. Al voltant, els clients poden accedir a quatre botigues no alimentàries: una botiga de cosmètica, una botiga de elements de decoració, una botiga de coses per la llar i una botiga de bosses de mà. A més també hi ha dos bars, una floristeria, una oleoteca (botiga especialitzada en olis de totes les graduacions, vinagres i salses especials per a cuinar). D'altra banda, hi ha una oficina d'informació, el servei a domicili i la sala d'actes, un espai polivalent on poder fer activitats tant formatives com culturals.

El mercat també posa a disposició dels clients una pàgina web des d'on fer les seves compres.

Un restaurant dins el mercat

El Grup Tragaluz és l'encarregat de la restauració dins el nou mercat. Sílvia Tarruella i Isabel López, autores de l'interiorisme de tots els restaurants del grup, que es caracteritza per



cuidar molt el detall, també signen aquí el projecte. L'espai s'organitza al voltant de 400 m² i un altell de 80 m². La seva ubicació a la cantonada permet crear una zona de "menjar de carrer" per a tothom, amb accessos diferenciats de dins i de fora del mercat estant.

La proposta gastronòmica gira al voltant de quatre especialitats: la mediterrània (la més important), l'asiàtica, la vegetariana i les xarcuteries i els formatges. Els clients poden gaudir-ne a les quatre barres del restaurant. L'oferta és a preus populars i es basa, és clar, en productes del propi mercat.

L'autoservei porta el mercat al domicili

El Grup Caprabo és l'encarregat de gestionar la botiga d'autoservei, que abasta una superfície igual a la del restaurant: 400m².

Una de les condicions associades a la gestió de l'autoservei és la d'oferir el servei de lliurament de compra a domicili a

la plaça

tots els veïns del barri. Aquesta oferta afavoreix sense dubte a col·lectius que Mercats vol atreure o recuperar, com ara les persones grans o les dones que treballen fora de casa.

Aparcar i comprar

Cal parlar també de la zona d'aparcament, que incorpora 250 places addicionals i inclou ascensors que arriben fins al mateix recinte del mercat.



Un sòl històric

La de Santa Caterina és la història d'un sòl que ha conegut diferents usos al llarg de la història

El Mercat de Santa Caterina està situat al barri de Ciutat Vella. El solar que ocupa ha estat una font de sorpreses arqueològiques que han tret a la llum altres usos. Resulta curiós assenyalar que tots ells comparteixen el fet de ser espais de trobada de la comunitat.

El primer mercat cobert

La importància històrica de Santa Caterina rau en el fet que fou el primer mercat cobert de la ciutat. El 1844 l'Ajuntament de Barcelona va signar el decret pel qual es permetia edificar en terres eclesiàstiques i quatre anys més tard es va inaugurar el mercat.

Josep Mas Vila va ser l'arquitecte designat per l'administració i va promoure un projecte que donava a Santa Caterina més funcions i responsabilitats. Es tractava d'instal·lar al centre

de la ciutat un mercat dedicat a la venda de productes a l'engròs, inclosa la venda de carn. El govern central es va oposar a aquesta iniciativa i el mercat va començar a funcionar de manera provisional.

La postguerra

Durant els complexos anys quaranta, en el període de la postguerra, el Mercat de Santa Caterina va jugar un paper clau perquè es va convertir en el centre de proveïment de la població no només de Barcelona sinó també de les ciutats del voltant com ara Badalona, Santa Coloma de Gramenet i Mataró.

Usos religiosos

La remodelació que ara conclou va necessitar de tasques d'excavació, que van donar uns resultats inesperats. Al sub-

sòl de l'antic mercat es van trobar les restes arqueològiques del convent dels Predicadors de Barcelona, més conegut com convent de Santa Caterina. El convent havia estat enderrocat l'any 1835 durant una revolta popular.

Però l'ús religiós del sòl precedeix el convent. Al mateix solar han aparegut altres edificacions de caire religiós i una necròpolis d'època tardo-romana amb enterraments (sepultures d'obra).

Les restes arqueològiques

El mercat està situat damunt les restes arqueològiques del convent de Santa Caterina, i d'aquí li ve el nom. La història comença amb l'enderrocament del convent, després que resultés parcialment destruït l'any 1835 durant les revoltes populars d'aquella època.

La plaça de Santa Caterina s'anomenava antigament "la placeta dels carretons" i s'hi celebrava una fira de càntirs el

dia de Sant Domènec, segons notes de Joan Amades.

Els monjos de Santa Caterina tenien un pou en el claustre, la boca del qual va desaparèixer en una de les reformes antigues del mercat. L'aigua d'aquell pou es creia que era miraculosa per curar les febres palúdiques, segons comentaris de l'època. Per Sant Domènec els monjos repartien aquella aigua a qui ho sol·licités. Amb l'objectiu que l'aigua no es contaminés, s'acostumava a estrenar un càntir cada cop. Així és com, amb el temps, es va instaurar la fira homònima.

El projecte actual ha dedicat una atenció especial al patrimoni i el mercat conserva el que va ser l'àbsis de l'església, situat a la cantonada que formen els carrers Colomines i Giralt i Pellicer. Es poden visitar. Està previst de crear un espai on s'oferiran les claus per entendre el jaciment i l'evolució del solar des de l'època prehistòrica fins a la fundació del mercat. □

Modernisme i modernitat: la remodelació dels mercats centenaris



la
plaça

El Poble Nou, cent anys després

El mercat articula la nova fesomia del barri

El Poble Nou és un dels barris barcelonins de personalitat més marcada i el mercat, remodelat de nou, no és aliè a aquest fet. L'any 1855 el Pla Cerdà dibuixava el primitiu "Poble Nou" i el batejava amb el nom d'Icària. El 1889 s'inaugurava el mercat de la Unió, obra de Pere Falqués, aleshores arquitecte municipal de Sant Martí, terme encara independent. Barcelona s'endinsava en una forta fase industrialitzadora i el Poble Nou n'era un dels eixos. En aquella època la Unió se centrava en venda de bestiar viu. Cent setze anys i tres modernitzacions després (1923,

1945 i 1996), els veïns, amb l'Alcalde al capdavant, donen la benvinguda al nou mercat. En aquesta ocasió el responsable de la remodelació és l'arquitecte Ferran Mur. El barri es troba ara immers en una forta reorientació cap a les indústries digitals. L'orientació econòmica és ara cap a activitats intenses en coneixement. Les indústries pesants donen pas a les empreses que treballen fent servir les noves tecnologies de la informació i de la comunicació. Aquestes empreses atrauen nous veïns al barri. La remodelació "consolida un estil de reforma dels mer-

cats que dóna una nova vida als barris". La posada al dia d'aquests centres veïnals és una estratègia que serveix de "garantia de vertebració del barri", com assenyala el president de l'IMMB, Jordi Portabella.

Actuacions estructurals: antic i nou

Les intervencions estructurals lligades a la remodelació del Mercat de Poble Nou van assumir com a prioritat la necessitat de garantir l'estabilitat estructural del edifici centenari. Tot l'interior va anar a terra per a permetre'n el sanejament. L'espai de la nau es va dividir en dues meitats: les parades n'ocupen una i l'altra es destina a equips per al barri i a un autoservei.

Els tancaments exteriors s'han recuperat. Per al tancament s'ha fet servir vidre reflectant, un material contemporani que accentua els elements centenaris de l'edifici. Les cobertes s'han tractat per a impermeabilitzar-les. Les façanes i altres elements històrics (enrajolats, ornamentació...) s'han restaurat. En els resultats de la intervenció ressona encara l'oda que el poeta Sebastià Sánchez Juan va dedicar-li en els versos: "Penjarelles de fruita i espolsadors carmins /fan clenxa a les teves petites botigues. /La

teulada de vidre del mercat, als matins, /té somnis de sirenes i d'aurores antigues".

Noves pautes de consum

El nou mercat inclou una vintena d'establiments encarats a les noves pautes de consum: hi trobem des de parades de menjar cuinat fins a dues botigues de fruita i verdura que funcionen com a autoservei. Aquesta incorporació ha estat possible gràcies al disseny d'illes comercials dins el mercat, que articulen les parades de disseny avantguardista.

A banda dels productes frescos, el mercat dóna al client la possibilitat de realitzar-hi totes les compres en un acte únic. Aquesta demanda és la que cobreix el supermercat Mercadona, que s'hi ha instal·lat i hi ocupa 1300m².

La remodelació s'ha fet en el decurs d'un any i el mercat només va haver de tancar l'estiu. Posteriorment va transformar-se en mercat provisional a l'espera que acabessin del tot les obres.

La Llibertat,

Noves infraestructures per a un edifici històric. Els comerciants acorden la remodelació del mercat més antic de Gràcia

“Renovar-se o morir”. Amb aquesta contundència resumeix la Mercedes Espinal, quarta generació al capdavant d’una parada de verdures al Mercat de la Llibertat, el seu suport a les obres de remodelació que aviat començaran en aquest referent gracienc del modernisme català i que el convertiran en un dels mercats més moderns de la ciutat, tot conservant els seus emblemàtics elements arquitectònics. I és que el passat mes de setembre els comerciants van ratificar l’acord al qual havien arribat la seva Junta i Mercats de Barcelona després d’un llarg procés de diàleg i negociació, i que defineix les línies mestres de la reforma.

Una joia modernista

L’edifici actual que allotja el Mercat de la Llibertat, d’estil modernista, es va construir l’any 1888. És, després del Mercat del Born, el segon exemple d’arquitectura civil d’ús comercial construït fent servir el metall i el vidre, i el primer mercat edificat a la vila de Gràcia. Tot i que el projecte va ser signat per l’arquitecte municipal Miquel Pascual i Tintorer, també hi va participar activament l’arquitecte Francesc Berenguer i Mestres, ajudant i amic íntim de Gaudí.

L’edifici té tres naus, una central i dues laterals, així com una coberta de teula a dos vessants que se sosté sobre una estructura de ferro. L’escut gracienc, al capdamunt de les portes principals, i els elements corbs ornamentals que ressegueixen el perímetre de les cobertes, de ferro forjat, donen a l’exterior una presència majestuosa.

Per la seva singularitat, el mercat està avui inclòs en el catàleg d’edificis amb valor històric i artístic de Barcelona.

I no és debades, perquè la personalitat arquitectònica s’acompanya de la històrica: la Llibertat és símbol de la revolució gracienc contra el govern del general Prim el 1870.

Una reforma puntera

El pla aprovat preveu dotar el mercat d’infraestructures d’avantguarda i renovar l’oferta comercial. Un cop remodelat, tindrà uns 45 establiments, construïts amb acer i vidre. “Es faran els passadissos més amples i al soterrani els comerciants tindran magatzems individuals i un aparcament per arribar i descarregar”, afegeix la Maria Soler, presidenta de l’Associació de Comerciants de la Llibertat, per a qui al mercat “s’havia d’arreglar”.

Amb la col·locació dels magatzems i l’aparcament al soterrani, els entorns de la plaça quedaran alliberats del trànsit que actualment genera l’entrada de mercaderies. Per facilitar la feina als comerciants, es construirà a més un moll de descàrrega, també soterrat, de 2.200 m².

“Jo tinc el magatzem a tres carrers d’aquí i m’estic plantejant d’agafar-ne un d’individual quan s’hagi fet la reforma”, explica el Salvador Helbig, que ven olives i pesca salada al mercat des de fa més de 30 anys. “Per a mi serà un important avantatge logístic, perquè ara m’he de desplaçar com a mínim un cop al dia per agafar mercaderia.”

Ecologia i comoditat

El projecte tampoc no perd de vista el respecte mediambiental. A una altra part del soterrani, s’incorporarà una planta de recollida selectiva de les deixalles que es generin al mercat. A l’interior, d’altra banda, es renovarà la il·luminació per adequar-la a l’amplitud de l’espai, i s’instal·larà un sistema de climatització que permetrà mantenir una temperatura agradable durant tot l’any.

“Aquests canvis seran bons tant per a nosaltres els clients com per als comerciants”, opina la Conchita Villarroya, veïna de Gràcia i clienta habitual de molts anys.

Està previst que les obres comencin l’estiu del 2006 i que durin uns dinou mesos. Durant aquest temps, les parades es traslladaran a una carpa que es muntarà a la plaça de Gal·la Plàcidia, on la Junta de Comerciants oferirà descomptes i aparcament als clients del mercat.

Per al Salvador Helbig, com a comerciant, l’emplaçament escollit és molt interessant, ja que “es tracta d’un lloc molt visible i amb molt de trànsit i donarà a conèixer el mercat a més gent”. Per als clients la proximitat de la plaça, a només un carrer, no suposarà cap inconvenient. “Al con-

trari”, diu la Conchita Villarroya, “si serveix perquè després hi hagi més comoditats, millor que millor”.

Una oferta més variada

A més de la dotació de noves infraestructures, el mercat aprofitarà la remodelació per renovar la seva oferta comercial i adequar-la a les noves pautes de consum. Les parades que ho desitgin podran ampliar el seu espai. A banda del producte fresc, que continuarà sent el plat fort del mercat, el client hi trobarà productes ecològics i congelats. Hi haurà també un forn de pa i establiments de restauració on poder dinar i sopar.

Sarrià,

Un mercat al dia per a celebrar-ne el centenari

Sarrià volia un mercat des del 1900, any en què es presenta el primer projecte. Alguns veïns de l’època van considerar excessiu el cost: “el presupuesto nos ha parecido muy crecido” era l’opinió que el diari Tibidabo recollia en la seva edició del dia 6 d’abril del 1900. L’expropiació dels terrenys en els quals es construiria l’edifici no va prosperar i la iniciativa va aturar-se.

No va ser fins el 1910 que es va bastir l’actual edifici en els terrenys de l’hort de l’antiga rectoria, al Passeig de la Reina Elisenda de Montcada, que tot just s’havia obert. La construcció és obra dels arquitectes Coquillat i Calvet. El presupost, d’11.754 pessetes de l’època, era sensiblement inferior al del primer projecte. Cal cercar les raons de l’estalvi en l’ús de rajola vista i ferro, davant dels materials més cars previstos en la primera proposta.

Sarrià era aleshores municipi independent, ja que la seva annexió a Barcelona no es va produir fins al 1921. A poc d’inaugurar-se, el dia de Reis de 1911, sortia del mercat una de les etapes de la volta ciclista a Catalunya. L’equipament naixia doncs amb clara voluntat de dinamització de l’avui districte.

L’acord de reforma

Sarrià encara ara la seva remodelació. El gener de 2005, els comerciants ja van comunicar, en una trobada amb el president de Mercats, Jordi Portabella, la seva voluntat de tirar endavant la reforma integral que el Pla d’Actuació (PAM 2004-2007) preveu. L’assemblea de venedors va ser qui va ratificar l’acord entre la Junta de comerciants i l’IMMB el mes d’octubre.

El pla de remodelació preveu la construcció d’un pàrquing al subsòl que alleugereixi les tasques de descàrrega de mercaderies. Respecte de la composició de l’oferta comercial del Mercat, val a dir que aquest ja compta amb un autoservei Superestalvi a l’interior de l’edifici. A banda de les parades dedicades als productes frescos i colonials, al Mercat també s’hi pot comprar roba (íntima, dona i pre-mamà).

L’inici de les obres es preveu per a l’estiu del 2006 i la duració s’estima en un any, període durant el qual el mercat no aturarà la seva activitat. □

La promoció comercial als mercats

Una bona opció de futur



La Mònica Sobrino i el Lorenzo Lafuente es desplacen de tant en tant des del barri de Navas al Mercat del Clot per comprar la fruita i la verdura. Mentre els atén, el José Mena els informa de l'última novetat del mercat: la targeta client Mercats de Barcelona. Ells no ho dubten i allà mateix empenen una butlleta per gaudir dels seus avantatges. "Tot i que aquí ho trobes tot més fresc, és difícil competir amb els supermercats; iniciatives com aquesta donen una imatge més moderna de la plaça i atrauen la gent", diu la Mònica. "És un bon començament", afegeix el Lorenzo.

La targeta client permet al titular acumular l'1% de l'import de les compres que fa al mercat i, quan decideixi, gastar-se els diners estalviats a qualsevol altre establiment del mateix recinte. Només cal demanar-la a l'oficina del mercat i emplenar un formulari, sense cap cost per l'usuari. A Barcelona, l'han posada en circulació el Mercat del Clot i el de la Mercè, i pròximament s'hi sumaran els mercats de l'Estrella, Lesseps i Horta. La finalitat és promoure les vendes, despertar l'interès dels clients i fidelitzar-los.

Musclos i torrons

La iniciativa ha estat tot un èxit de cara als veïns que compren a la plaça. Al Mercat del Clot, que la va implantar a finals de març, es van esgotar les primeres 2.000 targetes en només quinze dies. Als tres mesos, se n'havien repartit ja 1.000 més. "Els clients ho agraeixen perquè per ells és un regal que els hi fem", explica l'Iris Corbalán, que té una parada d'aviram a l'interior de la plaça. "Tot el que et regalin està bé", diuen la Montserrat Hervàs i el Ricard Ruano, veïns del Clot. "Nosaltres portem ja tres euros acumulats i, si hi ajuntem una bona quantitat, potser ens emportem de franc els torrons!"

Tot i que alguns clients aprofiten els diners acumulats perquè de tant en tant la compra habitual els hi surti més barata, la majoria prefereix aprofitar que disposa de crèdit per fer l'esmorzar al mercat o permetre's algun luxe. "Quan acumulen uns cinc o sis euros vénen i et compren uns musclos", explica la Maria del Mar Mejías, peixatera de la Mercè. El Nadal és, però, la data que més esperen els clients per emportar-se algun caprici a casa.

Un canvi per millor

Al Mercat de la Mercè feia més d'un any que funcionava una targeta similar vàlida a tot l'eix comercial de Virrei Amat. A començaments de juny del 2005, la van substituir per la nova targeta Mercats de Barcelona, que a diferència de l'anterior només pot utilitzar-se a l'interior de la plaça. En les dues primeres setmanes es van emetre 3.500 targetes. La Rosario Yuste, que regenta una cafeteria, comenta: "creiem que la nova targeta representa una millora respecte de l'anterior, perquè la gent no anirà fora a gastar-se els diners i els beneficis repercutiran de manera més directa en el propi mercat".

No totes les parades dels dos mercats es van adherir a aquesta forma de promoció des del primer dia; en veure l'interès que suscitava entre la clientela, però, els que en un principi es van mostrar més escèptics o reticents s'hi van anar sumant poc a poc. Al Mercat del Clot, ho han fet ja el 98% dels establiments de l'interior de la plaça i més de la meitat dels establiments de l'exterior. Al Mercat de la Mercè, la implantació ha estat del 90%. Un dels aspectes

que més preocupa els comerciants és que la mesura no es tradueixi en un augment efectiu de les vendes.

Una inversió de futur

"Comprar els datàfons i emetre les targetes és car, però no deixa de ser una despesa de promoció; amb el temps obtindrem contrapartides importants perquè estem invertint en la satisfacció del client", argumenta Xavier Bou, president de l'Associació de Venedors del Mercat del Clot. Al Mercat de la Mercè, l'experiència amb la targeta antiga permet avaluar aquest aspecte amb la perspectiva que dona el temps. Segons Jaume Vila, representant dels venedors de la Mercè, els comerciants se sentien una mica decebuts al principi perquè hi posaven diners i no veien beneficis. "Això va canviar quan va arribar el Nadal i van augmentar les vendes", recorda. "Cal un canvi de mentalitat del venedor; l'1% de la facturació és una quantitat assumible i el comprador se'n va més content perquè li han fet un regal!"



la plaça

Els mercats es vesteixen de groc

Passejant per alguns mercats de la ciutat els ulls no poden escapar a l'evidència: el groc ho impregna tot. Sota el lema "Compra molt i paga poc" els mercats de la Mercè, la Sagrada Família, la Llibertat, la Barceloneta, el Carmel i l'Abaceria central han llançat una campanya per atraure la gent a la plaça en un dia tradicionalment tranquil i animar-la a comprar. Com? Oferint a totes les parades descomptes i promocions especials perquè els clients puguin comprar més barat i, de tant en tant, emportar-se algun regal. Pròximament s'hi sumaran altres mercats municipals: Sants i Horta.

"La idea és fer poques ofertes però consistents", explica Josep Lluís Gil, president de l'Associació de Venedors del Mercat de la Mercè. Cada parada elegeix quins productes vol rebaixar i quin descompte vol aplicar. Els productes elegits es ressalten amb un punxó groc en què s'indica el preu amb descompte. Els punxons, que es veuen de seguida, són uns elements de màrqueting dissenyats especial-

ment per a la campanya i porten un missatge clar: "Avui estic d'oferta". La qualitat dels productes rebaixats és la mateixa de sempre.

A part dels punxons es penjen unes banderoles grogues del sostre que recorden als despistats que aquell dia és Dia Groc. Al Mercat de la Mercè els venedors es posen, a més, un davantal del mateix color que serveix com a reclam. L'impacte visual, en entrar al mercat, és immediat. "La gent, en veure'ns a tots vestits del mateix color, s'anima i es desperta una mica l'activitat del mercat", explica Laura Garcia des de la seva parada de pesca salada.

Un precedent en el record

La campanya vol repetir l'èxit d'una iniciativa similar que es va portar a terme anys enrere a tots els mercats municipals. "Els clients encara se'n recorden", comenta Pere Sobrevia, verdurer a la Mercè, per a qui la campanya "està funcionant força bé". "Alguns majoristes fins i tot col·labo-

ren amb nosaltres fent-nos un millor preu; d'aquesta manera, ells donen sortida als seus productes i nosaltres podem oferir als clients preus més competitius", afegeix. Originàriament els descomptes s'oferien els dijous i per això la campanya s'anomenava "Dijous grocs". La incorporació de nous mercats que han triat dies de la setmana diferents li ha canviat el nom als "Dies grocs", mantenint-ne és clar la filosofia.

Per donar més empenta a la campanya els mercats complementen els descomptes amb promocions especials pròpies, sobretot a la tarda. Per Tino Mora, vicepresident de l'Associació de Venedors del Mercat de la Llibertat, aquesta és precisament la clau perquè la campanya arrenqui amb més força. Al Mercat de la Llibertat, sense anar més lluny, se sorteja un viatge a Mallorca per a dues persones; al de la Mercè, els clients s'emporten una ampolla de vi quan fan una compra superior a 30 euros a tota la plaça. "Crec que fixar un dia en què hi hagi ofertes especials és una bona estratègia", opina Carmen García, veïna de Gràcia, "perquè això anima la gent a venir al mercat per veure què hi troben". A Carmen li acaben de regalar unes salsitxes amb la compra de la carnisseria.

Una iniciativa ben valorada pels clients

La majoria de clients valoren les ofertes independentment de si es desplacen a la plaça perquè sigui Dia Groc o no, i consideren que la iniciativa es positiva per als mercats. Aquesta opinió és freqüent fins i tot en els clients més fidels que afirmen no canviar els seus hàbits de compra pel fet que hi hagi ofertes i promocions especials. És el cas de Francisca Vallès, que compra gairebé cada dia al

Mercat de la Sagrada Família. "Jo compro el que haig de comprar, tant si està d'oferta com si no", comenta, "però crec que la idea és bona". Pel que fa als clients que entren al mercat en Dia Groc sense haver-ho planificat, se n'alegren quan s'adonen que han encertat el dia.

"Som conscients que es tracta d'un procés lent i confiem que poc a poc la gent canviï d'hàbits," explica José Luis Fernández, fruiter del Mercat de la Sagrada Família. "Ja hem detectat una millora d'un 10-12% en les vendes que es fan els dies grocs," afegeix. □

Entrevista a Alejandro Goñi



Empenyent els mercats des
de la Concepció

la
plaça

Alejandro Goñi és un home enfeinat, que compagina la representació institucional amb la parada. Presideix la Comissió de Comerç de Pimec, és membre del Consell d'Administració de Mercats de Barcelona i serveix el seu Gremi (del Peix) com a vicepresident.

La seva família té, de fa més de 100 anys, parada de peix al Mercat de la Concepció. El nostre entrevistat es lleva a les quatre de la matinada per anar a buscar el peix que vendran a la parada, que avui porta una de les seves filles.

Hem buscat un racó en una agenda atapeïda per parlar amb Alejandro Goñi dels mercats de Barcelona, del seu futur i, és clar, del Mercat de la Concepció.

Com definiríeu l'actual moment dels mercats municipals?

No és cap secret que hi ha hagut un canvi en la gestió per part de l'IMMB. Abans es tractaven els temes de diferent manera. Ja es feien les coses que s'havien de fer però ara hi ha diàleg: es mira d'entendre la posició en la que es troben els mercats municipals. Com ha estat, de positiu, el canvi potser haurem d'esperar que s'acabi aquesta legislatura per saber-ho. Jo crec que el moment actual als mercats és bo i està millorant, s'estan fent moltes coses per donar a conèixer els mercats i qualsevol iniciativa en aquest sentit és bona.

Hi ha una nova organització, noves ganades, noves motivacions i noves idees. Cal ser doncs valents i agafar compromís, tots els mercats hem d'estar al costat del propi Institut; els paradistes hem de tenir la voluntat de tirar endavant. Els mercats ens trobem en un moment de comerç força complicat i amb l'Institut ens veiem recolzats mútuament.

Quin és l'impuls que donen des de Mercats de Barcelona en la millora dels mercats?

Des de Mercats de Barcelona es vol que la gent ens conegui, això és important. Mirem de cridar l'atenció del les persones perquè mentre estiguin caminant pel carrer, enlloc d'entrar a una botiga entrin al mercat. Un mercat té idees, si no saps què cuinar o què comprar, la gent del mercat ajuda a decidir-te.

Un dels aspectes a millorar és la relació entre el client actual i l'oferta actual. Aquí sí que hauríem de fer-hi alguna cosa més, com ara posar més restauració, però aquestes coses volen temps. A poc a poc estem aconseguint fites: les millores de les infraestructures del mercats, els serveis... etc.

També hem de reconèixer que el tema de la publicitat és clau per nosaltres i potser aquí sí que hi hauríem de fer més esforç, més publicitat. Avui, els mitjans de comunicació i, sobretot, la televisió, tenen molta força. Potser hauríem de fer arribar els mercats a la televisió i així la gent ens faria més visites.

Com afecta aquest impuls al Mercat de la Concepció?

Qualsevol impuls que es faci des de Mercats de Barcelona és positiu per qualsevol mercat municipal. El Mercat de la

Concepció és un dels que estava més bé. L'estructura s'ha conservat precisament perquè és la seva gràcia, és el seu encant. Al mercat s'hi ha inclòs l'aparcament, s'han millorat els magatzems, els sistemes de refrigeració. També s'hi ha inclòs, dues floristeries precioses. Amb la remodelació podem gaudir d'un espai obert a tothom i d'aquesta manera ens podem assegurar que els clients vinguin cap a nosaltres i no que vagin a les botigues que es troben a fora del mercat.

Quina opinió li mereixen les iniciatives concretes de Mercats de Barcelona?

Les campanyes que es fan des de Mercats de Barcelona són molt maques i molt fortes: hem de sortir al carrer i dir-li a la gent de Barcelona, als ciutadans que estem al costat de casa seva, que venem productes frescos i de qualitat. Oferim un tracte personalitzat, tenim preus competitius, gaudim d'instal·lacions més còmodes... dir-los que procurem donar moltes més avantatges.

Iniciatives com "el Mes del Peix Blau" són engrescadores: tan de bo totes aquestes activitats es poguessin fer cada dissabte! Hem de convèncer a la gran massa de l'existèn-

cia dels mercats. La televisió seria ideal però costa entrar-hi, sabem que es necessiten recursos, és constància, no es fa en dos dies, cal fer pressupostos... en fi, sembla que faci la carta als Reis Mags!

Enguany tenim l'Any de la Gastronomia i el que ve serà el del Comerç. Els mercats participaran en la Comissió del Fòrum Ciutat i Comerç on es parlarà sobre els temes que afecten els mercats municipals de la nostra ciutat.

Tot el què es faci suma. Penso que els mercats haurien d'agafar una línia pròpia: hem de saber aprofitar l'impuls del nou Institut de Mercats Municipals.

Falten mercats a Barcelona?

Aquest és un tema força interessant i complicat. Segurament en falten i en sobren a la vegada. Potser caldria canviar algun mercat de lloc, reubicant-lo en una altra banda. El que està clar és que els mercats s'han de posar al dia.

Depenent de la ubicació potser aconseguiríem que el turisme mostrés més interès per tots els mercats. És evident que el turisme incideix en certs productes de mercat, com la fruita, per exemple, perquè els turistes busquen alguna cosa per menjar al moment. A la Concepció intentem fer que un dels autobusos turístics, que passa per la Pedrera, faci una parada al mercat, però aquest fet és encara una mica complicat per raons institucionals. En tot cas es van fent més coses, i això sempre és bo.

Com a membre del Consell d'Administració, quins són els reptes que afectaran els mercats els deu propers anys?

Deu anys són molt anys. Els mercats ens hem adormit una mica, com en una illa de comerç a banda de la resta. A fora, les coses han anat evolucionant d'una manera i sembla com si els mercats no haguessin canviat.

El futur està a les nostres mans: és així. Si ens belluguem potser els salvarem, si ens quedem quiets i esperem tenir l'oportunitat no aguantarem. No hem d'esperar que vingui el client, l'hem de sortir a buscar nosaltres. Hem de sortir al carrer, explicar-nos, dir, fer més coses. És tot un repte.

Hem de donar a conèixer els mercats, els hem de posar de moda! □

La Cuina activitat ciutadana



Un repàs a l'Any de la Gastronomia

El 2005 ha estat un any excepcional per Barcelona amb l'organització de l'Any de la Gastronomia. Més de cent cinquanta activitats que es corresponen a deu eixos temàtics, vinculats a la cuina, a l'alimentació i als productes corresponen a una programació que converteix la cuina en una veritable activitat ciutadana, de coneixement i apropament al territori.

L'Ajuntament de Barcelona va decidir dedicar el període que va des del març del 2005 fins al març del 2006 a la promoció nacional i internacional de la cultura gastronòmica barcelonina i catalana.

La gran consistència de la cuina catalana, que combina la tradició centenària i la predisposició a l'avantguarda, ha servit de base per a tot un seguit d'activitats de dinamització dels mercats municipals.

Comprar bé per cuinar millor

En la nostra tradició l'acte de menjar és una activitat vital que afecta els nostres sentits i que experimentem tant física com sensiblement. Per aquest motiu, l'acte de menjar i cuinar és un art. La seva pràctica, fins ara privada, surt al carrer i al mercat, com a font del producte fresc ineludible per a garantir una cuina de qualitat.

El programa proposat aposta per una tradició local rica que posa en



la plaça



mans dels joves cuiners catalans, als quals debem la combinació de la cuina tradicional amb les receptes més modernes.

Tres eixos, tres cuines

L'Any de la Gastronomia es va dividir en tres eixos d'activitats: "Les Cuines de Catalunya", les "Cuines del Món" i la "Cuina al Mercat". A més a més, la iniciativa va aplegar un seguit d'activitats paral·leles com ara l'homenatge al llibre Els Senyor del Anyells al Mercat de la Boqueria. Des de Mercats de Barcelona es posa en marxa el programa 'Coneguem el Mercat i els seus productes', juntament amb una nova oferta turística: 'La Ruta dels Mercats'.

L'eix "Cuines de Catalunya" apropa els barcelonins a les especialitats locals, com ara 'L'Aplec del Cargol' típic de Lleida, 'La Cuina Occitana i de la Vall d'Aran', 'La Cuina de les Terres de l'Ebre', 'La Ruta del Xató'... etc.. L'eix proposa gairebé una activitat per cada mes i tanca amb la 'Cuina del Bages' al Mercat de la Boqueria.

'La Cuina al Mercat' ofereix classes magistrals de cuina al bell mig de qualsevol mercat de Barcelona: l'Abaceria, Fort Pienc, el Ninot, Santa Caterina, Poblenou, Galvany i el de Montserrat. Jordi Anglís és l'encarregat de cuinar per tot els assistents, acompanyat, cada cop, per un jove cuiner català diferent, com ara Jordi Vilà o Ramon Freixa.

D'altra banda, 'Les Cuines del món' volen normalitzar el fet de la immigració a través de la gastronomia. La cuina com a riquesa i font de diversitat cultural és l'excusa perfecta per descobrir com viuen aquells que han vingut a viure a la nostra terra.



Aproximació als plats típics de la cuina catalana

La riquesa gastronòmica catalana, eina de dinamització als mercats

El Mercat de la Boqueria va ser l'espai escollit per començar la primera de les activitats del programa de les 'Cuines de Catalunya'. A l'aula gastronòmica, Pep Palau, director del Fòrum Gastronòmic de Vic i impulsor de la marca Cuina Osona, va guiar per un recorregut històric sobre la cuina de la comarca.

"Hem de tenir en compte d'on venim, però sense deixar de mirar el present i cap al futur". "Els productes de sempre i la cultura gastronòmica del territori no han d'estar renyits amb la modernitat, amb els gustos i tècniques del present". Palau va fer una sentida defensa dels productes de la terra: "Sovint penso que tenim l'autoestima danyada, i no hauria de ser així perquè la qualitat dels nostres productes és molt bona".

Juntament amb ell, el president de Mercats de Barcelona, Jordi Portabella, es va unir a aquesta crida: "El programa 'Cuines de Catalunya' pretén donar a conèixer als ciutadans



dans aquesta diversitat a través de la presentació de productes de cada comarca". Portabella va recordar la importància dels mercats en alimentació fresca i va afegir que cap altre mercat com el de la Boqueria representa millor aquest lideratge.

L'entrada principal del mercat va acollir tota mena de productes artesanals d'Osona gràcies a empreses com els Embotits Salgot, els Formatges de Muntanyol, les Melmelades Cal Benet, la Taula de Savassona, etc. El mercat popular de productes artesanals d'Osona va instal·lar-se a la Plaça de Sant Galdric, on va tenir lloc la botifarrada popular. Durant la jornada van intervenir també Manel Ripoll, president del Mercat de la Boqueria, el cantant osonenc Pep Sala, els cuiners Nandu Junaby, Joan Font, Ramon Solà, Ignasi Camps, Toni Sala, Josep Giraben i Josep Bou.



Viatge a l'empordà

Durant la segona de les activitats programades dins 'Les Cuines de Catalunya' vam viatjar fins a l'Empordà. Més de cinc centes persones van aplegar-se al Mercat de Fort Pienc. La periodista Virtu Morón va presentar els Pescadors de l'Escala, els cantors d'havaneres per antonomàsia. Al ritme del vell pescador els assistents van poder gaudir de la degustació de la versió actualitzada de la poma de "rellenu", la torrada amb anxova, la sípia amb pèsols i mandonguilles, i els tan preuats bunyols de l'Escala.

També van poder tastar productes artesanals de l'Empordà tan típics com la ceba de Figueres, els Bunyols de l'Empordà, el recuit i l'arròs de Pals o la botifarra dolça.

El popular periodista Àdam Martin va actuar com a padrí de la festa i amb ell, l'actuació dels gegants i el famós Drac de la Bisbal.

L'Aplec del cargol

La Federació de Colles de l'Aplec de Lleida, juntament amb Mercats de Barcelona, van organitzar la rèplica de l'acte per

excel·lència de les terres del Segrià: 'l'Aplec del Cargol'. En aquesta festa, durant tres dies, milers de lleidatans i lleidatanes, organitzats tots en colles, es retroben al voltant de la taula per degustar els àpats on el veritable protagonista és el cargol.

Jordi Portabella va estar acompanyat per l'alcalde de Lleida, Àngel Ros, i l'actriu Carme Abril, la famosa Lola del Cor de la Ciutat. Per primera vegada, l'Aplec va viatjar fins al Mercat de la Boqueria, per donar una mostra de com s'han de cuinar i, sobretot, com s'han de menjar els caragols. El punt culminant de la festa va ser l'esperada degustació popular dels caragols, a la Plaça de Sant Galdric.

La Tonyina de l'Hospitalet de l'Infant

Dins el programa d'activitats de 'Les Cuines de Catalunya', el Mercat de la Concepció va acollir la jornada dedicada a La Tonyina de l'Hospitalet de l'Infant. L'acte estava organitzat per Mercats de Barcelona, l'Ajuntament de Vandellòs, l'Hospitalet de l'Infant i els restauradors i pescadors locals.

La jornada va estar protagonitzada pels olis com el del molí

de pedra de Cal Santo, juntament amb les avellanes i els dolços de la Cooperativa de Vandellòs. Els presents van poder veure una demostració de 'pauma' -artesanía de cistells confeccionats amb fulles de margalló- i una exhibició de puntes de coixí, activitats tradicionals de la zona. La trobada la van amenitzar el grup d'havaneres Vent Fort i el grup Cavallet de Mar, amb un espectacle de foc sec.

Joan Ramón Modrego, Francesc Blanch i Carles Barceló, Lluís Randó i Jordi Núñez van elaborar més de mig miler de degustacions amb la tonyina cuinada de diferents maneres, totes elles típiques.

La cuina occitana

El cinquè acte dins el programa de les 'Cuines de Catalunya' va dur la Vall d'Aran al Mercat de Santa Caterina. La cuina occitana va tenir un miler d'assistents.

L'acte va comptar amb la presència del Conseller de Turisme



la
plaça

de la Vall d'Aran, Víctor Leon, el Gerent de Turisme de la Vall d'Aran, Manel Español, el regidor de Salut Pública de l'Ajuntament de Barcelona i membre del consell d'administració de Mercats de Barcelona, Ignasi Fina, la presidenta del Mercat de Santa Caterina, Glòria Esforzado i el gerent de Mercats de Barcelona, Jordi Torrades. El Dr. Eduard Estivill, reconegut especialista en son infantil i molt vinculat a la Vall d'Aran, va ser el padrí de l'acte de la cuina aranesa.

La jornada va mostrar la influència de la cuina gascona a la cuina aranesa, una cuina amb caràcter: guisats de caça, patés i postres tan especials com les "crespèths".

L'olla aranesa va ser el plat escollit per a la degustació: una recepta que en els seus inicis servia per aprofitar el producte i aportar energia als habitants de la vall i que avui s'ha convertit en un dels plats més exquisits i complets de la zona.

El programa de les Cuines de Catalunya ha inclòs altres jornades: la dedicada al Berguedà, a les Terres de l'Ebre, fins i tot a la cuina medieval. La iniciativa ha permès a un bon nombre de barcelonins apropar-se a la realitat gastronòmica d'altres comarques i èpoques i, d'aquesta manera, ha servit d'element dinamitzador dels mercats de la ciutat. □

“Vine a cuinar, reina!”

la
plaça

Els xefs ensenyen els seus plats als mercats

Al centre del Mercat de l'Abaceria, en plena activitat de compra i venda de productes, una cuina improvisada fa d'escenari principal. Allà, en Jordi Vilà, xef del Restaurant Alkímia de Barcelona (guardonat amb l'estrella Michelin del 2004) és a punt de començar la seva classe magistral de cuina. Al seu costat, Jordi Anglís, responsable de cuina del Restaurant Cinc Sentits, ens fa de mestre de cerimònies de la primera jornada de 'La Cuina al Mercat'. Tots dos cuiners decideixen anar a buscar els productes que necessiten, acompanyats pels assistents curiosos que volen veure què és el que decideixen comprar. Al llarg d'uns quinze minuts els dos xefs escullen els productes mentre al centre del mercat, els clients, amb ganes de saber què és tot aquest rebombori i cridats per una pantalla gegant que no ens deixa perdre de vista els nostres cuiners, s'uneixen a la festa que està a punt de començar.

Va ser Jordi Vilà l'encarregat de començar a cuinar un plat "D'espardenyas de sípia amb mandonguilles" mentre en Jordi Anglís ens parla de la impor-



Dinar a la Boqueria

la plaça



tància de trobar un bon producte a l'hora de cuinar. També comenta la problemàtica de la temporalitat: "trobar un bon pèsol al mes de gener és molt complicat, gairebé impossible". El xef Anglí justifica la relació entre un bon producte i un preu assequible de tal manera que la relació entre la qualitat i el preu acabi compensant. És per aquest motiu que el tracte del producte és tan important i la manera de cuinar-lo és un art que aquests dos cuiners volen compartir.

Als fogons, Jordi Vilà va fer intervencions de com cuinar la sípia: "la diferència entre la sípia bruta i la sípia neta és que en la pell de la sípia bruta s'hi troba més el gust. Per això, la cuinarem bruta i en sec, sense res a la paella perquè no perdi el seu gust". Mentrestant, els cuiners van fer les mandonguilles, una combinació de magret d'ànec i papada de porc, un contrast especial entre dos tipus de carn de qualitats molt diferents.

Un cop finalitzat el primer plat, Jordi Anglí continua el menú degustació amb una "Crema d'espàrrecs blancs amb papada" i seguidament prepara "Favetes, xipirons i pernil". Per acabar, Jordi Vilà explica que la majoria de cuiners joves com ells, d'arreu del món, es fixen molt més en trobar productes autòctons: "és essencial conèixer els nostres productes per poder cuinar-los com es mereixen".

La segona jornada d'aquestes classes de cuina ens reuneix a l'Eixample, al Mercat de Fort Pienc, on Jordi Anglí comparteix els fogons amb Ramon Freixa, xef del conegut restaurant El Racó d'en Freixa.

En Ramon cuina una Sopa de pèsols, amb semicompota de poma, llimona i escamarlans a la planxa. Aquesta activitat també pot seguir-se a través d'una pantalla gegant de vídeo per tal que els assistents no perdin detall de la preparació dels plats.

Productes de qualitat, frescos, plats vistosos i, tot i que les receptes són d'allò més tradicionals i gens extravagants, amb una presentació digna dels millors xefs. □

L'emblemàtic mercat presenta una oferta de restauració ben interessant

Un dels mercats més emblemàtics de Barcelona, el Mercat de la Boqueria, acull un conjunt de bars i restaurants al seu interior. Així, el mercat es converteix, a més d'un punt comercial molt actiu, en un lloc de trobada on els visitants poden degustar els productes més frescos i de qualitat. No és l'únic mercat amb aquesta peculiar oferta, però sí és possiblement el més carismàtic.

La majoria de restauradors, a l'hora de decidir situar el seu establiment al bell mig del mercat, han tingut en compte l'oferta de productes a què tenen accés. Així, en Joan del Bar Pinotxo ens explica que: "tenim el que volem al moment. A més, tot és de primera qualitat".

Al mateix bar, la Maite assaboreix, asseguda en un tamboret, una truita

amb cloïsses. La Maite, clienta habitual del Bar Pintoxo, afirma que quan ha d'escollir on menjar "tinc molt en compte que els productes són frescos". Unes quantes parades més enllà trobem el Kiosko Universal, especialitzat en tot tipus de peix a la planxa. Allà, en Josep ens comenta que és un client habitual perquè el servei de restauració als Mercats no tanca mai. "És molt difícil trobar un restaurant on menjar tan bé i tan aviat. A les dotze del migdia es fa difícil que et cuinin a qualsevol altre lloc", afirma.

I per últim, ens deixem caure a El Quim de la Boqueria, on els cuiners atrafegats prenen nota a tota una multitud. Mentre espera amb delit el plat de seitons amb ous remenats, la Patrícia ens explica que ha escollit dinar a Can Quim perquè, fa temps, uns amics li van

recomanar que hi anés. Ara és una clienta habitual perquè a banda del menjar de qualitat, l'ambient de mercat li agrada molt.

La veritat és que és tota una experiència omplir la panxa entre el bullici de compradors i les flaires d'espècies. □

Entrevista a Esteve Masclans

la plaça



L'Esteve Masclans és l'amo d'una de les bacallaneries més emblemàtiques de Barcelona. Ens trobem a la seva parada, on podem veure i olorar els seus productes de ben a prop.

Ens agradaria saber com va començar vostè en el món del mercat, més concretament, com van començar a treballar amb el bacallà?

Qui va començar va ser el meu pare. Encara guardem, com un petit tresor, la llicència municipal de l'any 1882 firmada per Pi i Maragall. Aquesta va ser la primera bacallaneria a la nostra família, tot i que abans ja treballàvem amb el bacallà. La nostra tradició és molt llarga, encara que la nostra història no està del tot documentada.

De sempre hem treballat al Mercat de Sant Antoni, fins que ens vam dispersar una mica i el primer lloc on vam anar a parar va ser aquí, a Galvany. És aquí on vam intentar combinar el bacallà amb les particularitats d'aquest barri, del públic que tenim aquí, amb unes altres fórmules de servei, d'altres maneres de presentar el gènere. Així vam crear un altre sistema que és el que hem fet tota la vida però una miqueta més modern.

Així, de quants anys estem parlant?

Nosaltres calculem que uns 150 anys. El meu pare, que encara està en actiu, deu fer més de 50 anys que està al Mercat de Sant Antoni.

Què oferiu a la clientela?

Evidentment no ens hem mogut del bacallà: bacallà remullat, bacallà sec... totes les variants tradicionals del bacallà, el de sempre. Però val a dir que hi hem afegit variant perquè la clientela no s'hagi de preocupar de canviar l'aigua, ni tan sols hagi de cuinar-lo. Fa uns 15 anys que vam començar a preparar el bacallà a la llauna, l'esqueixada... el que seria el bacallà tradicional. Ara també fem el bacallà fregit, confitat, el salmó, diferents amanides, anxoves, fórmules

amb aperitius... tot això per donar al bacallà una visió més moderna.

Quin tipus de bacallà és el que us demanen amb més freqüència?

Sobretot el bacallà a la llauna i l'esqueixada... són els productes estrella que no hem pogut ni canviar ni millorar.

Quina és la millor època pel bacallà?

L'època del bacallà és tot l'any, però la millor de totes seria la que comença per la Quaresma fins al mes de juny, uns cinc mesos on hi ha més oferta i de més qualitat.

Quin és el secret del bon bacallà?

Canviar-li l'aigua tantes vegades com es pugui, aquest és el secret.

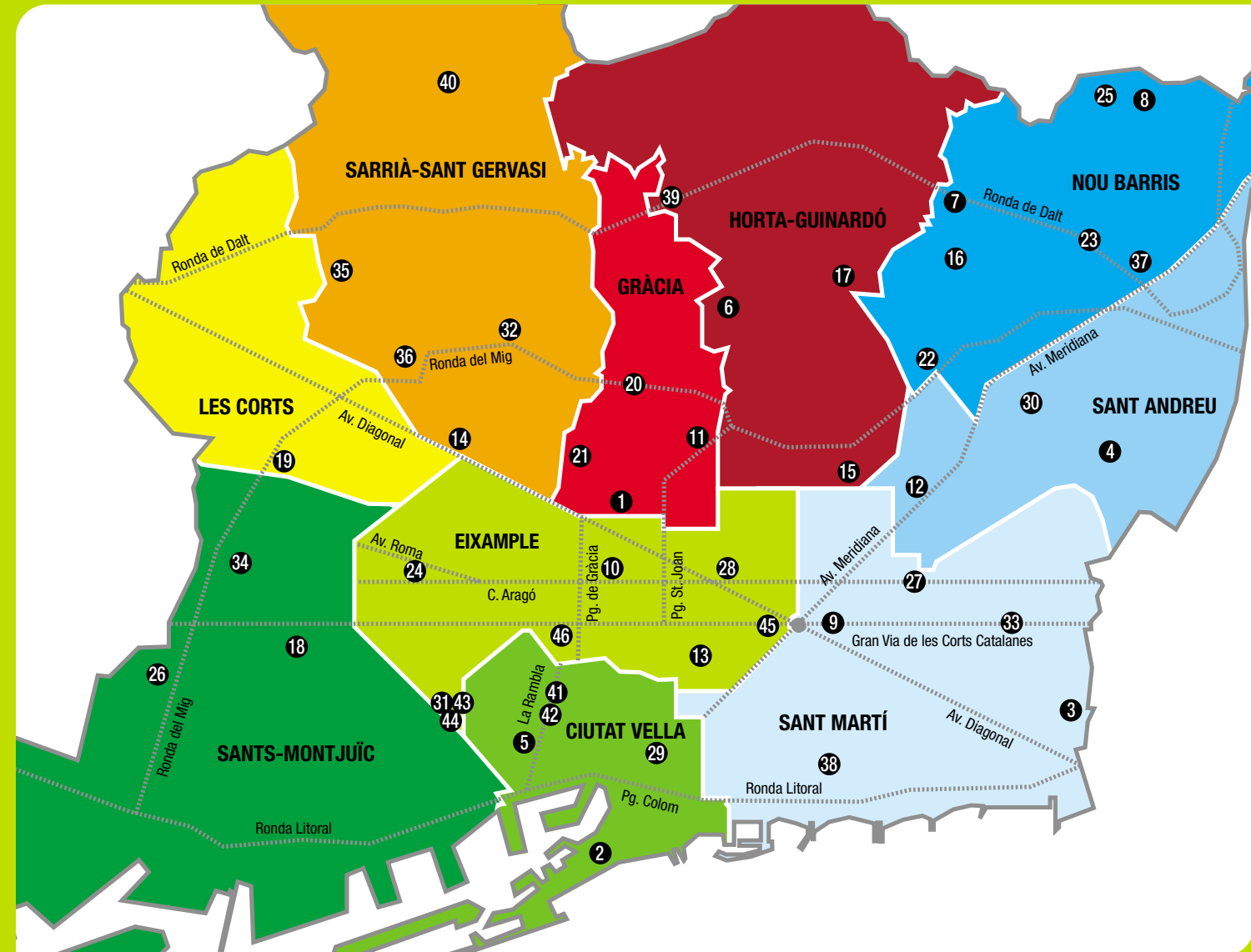
Amb totes les remodelacions que hi ha hagut a diferents Mercats de Barcelona, què és el que falta a Galvany?

Jo penso que Galvany està força bé en tots els sentits, entre d'altres coses perquè és relativament nou. En comparació amb d'altres mercats del segle XIX, Galvany és un mercat del segle XX. Tot es pot millorar però crec que el mercat es defensa molt bé. La idea de la modernitat és una idea que s'ha empeltat aquí. El servei al públic és excel·lent i, en quant a equipament, l'aire condicionat ens aniria força bé; a part d'això, estem contents, tenim un bon aparcament i ens estan arreglant el magatzem.

Què en pensa de les botigues d'autoservei?

L'oferta del mercat i l'oferta del supermercat s'han fet tan diferents que són compatibles perquè són coses absolutament diferents. Si el súper entén bé la seva funció i la duu a terme, a la llarga ha de ser millor perquè es tracta d'un complement tant pels uns com pels altres. De vegades, per cuinar, es necessiten productes que no es troben al mercat i que el supermercat ens ofereix més fàcilment. Tot és qüestió d'equilibri per assegurar-nos un bon futur. □

Directori dels mercats de Barcelona



1 L'Abaceria Central
Trav. Gràcia, 186
93 213 62 86

2 La Barceloneta
Pl. Font, 1
93 221 64 71

3 El Besòs
Cristòbal de Moura, 259
93 305 42 02

4 El Bon Pastor
Sant Adrià, 154-156
93 313 95 96

5 La Boqueria
La Rambla, 89 bis
93 318 25 84

6 El Carmel
Pl. Font, 1
93 221 64 71

7 Canyelles
Antonio Machado, 10
93 427 71 86

8 Ciutat Meridiana
Costabona, 4-6
93 354 96 29

9 El Clot
Pl. Mercat, 26
93 231 86 04

10 La Concepció
Felip II, 118
93 457 53 29

11 L'Estrella
Pi i Margall, 73-75
93 284 20 53

12 Felip II
Felip II, 118
93 340 88 80

13 El Fort Pienc
Ribes, 12
93 265 53 71

14 Galvany
Santaló, 65
93 414 09 94

15 El Guinardó
Ptge. Llívia, 34
93 435 58 88

16 La Guineueta
Pg. Valldaura, 186-190
93 354 12 27

17 Horta
Tajo, 75
93 429 51 40

18 Hostafrancs
Creu Coberta, 93
93 431 86 06

19 Les Corts
Trav. Corts, 215
93 330 97 02

20 Lesseps
Verdi, 200
93 219 72 96

21 La Llibertat
Pl. Llibertat, 27
93 217 09 95

22 La Mercè
Pg. Fabra i Puig, 270-272
93 429 41 92

23 Montserrat
Via Favència, 241
93 354 72 39

24 El Ninot
Mallorca, 133
93 453 65 12

25 Núria
Av. Rasos de Peguera, 186
93 353 96 03

26 La Marina
Pg. Zona Franca, 178-180
93 332 53 47

27 Provençals
Menorca, 19
93 313 71 95

28 La Sagrada Família
Padilla, 255
93 436 34 52

29 Santa Caterina
Av. Francesc Cambó, 16
93 319 57 40

30 Sant Andreu
Pl. Mercadal, 41
93 345 11 48

31 Sant Antoni
Compte d'Urgell, 1 bis
93 423 42 87

32 Sant Gervasi
Pl. Joaquim Folguera, 6
93 417 78 74

33 Sant Martí
Puigcerdà, 206-212
93 313 34 49

34 Sants
Sant Jordi, 6
93 339 55 53

35 Sarrià
Pg. Reina Elisenda Montcada, 8
93 203 02 91

36 Les Tres Torres
Vergós, 2
93 417 58 40

37 La Trinitat
Pedrosa, 21
93 350 32 62

38 Poblenou
Pl. Unió, 25
93 225 29 37

39 La Vall d'Hebron
Trueba, 1
93 428 31 84

40 Vallvidrera
Reis Catòlics, 2
93 406 84 10

MERCATS ESPECIALS

41 Flors de la Rambla
La Rambla
93 318 25 84

42 Ocells de la Rambla
La Rambla
93 318 25 84

43 Encants de Sant Antoni
Compte d'Urgell, 1 bis
93 423 42 87

44 Dominical de Sant Antoni
Compte d'Urgell, 1 bis
93 423 42 87

45 Fira de Bellcaire
Pl. Glòries Catalanes, 8
93 246 30 30

46 Llibres del carrer Diputació
Diputació entre Balmes i Aribau
93 318 25 84



barcelona

2005 | alimentació
cuina | 2006
gastronomia



Mercats de Barcelona

www.mercatsbcn.com

Ajuntament  de Barcelona