

CASIMIR LLORENS / Presidente de Assocome-Empresas Mercabarna

“Mercabarna ha de seguir creciendo sin perder la esencia de lo que son los mercados mayoristas”

Casimir Llorens, presidente de la Asociación de Concesionarios de Mercabarna, Assocome-Empresas Mercabarna, destaca la importancia vital de los mercados mayoristas. Llorens toma el relevo de Joan Llonch al frente de la asociación, ambos empresarios del sector fruta y hortaliza, después de 21 años en el cargo y ser uno de los impulsores de esta entidad. Entre sus principales objetivos Llorens señala durante la entrevista el análisis del sector fresco durante el período de la pandemia de la COVID-19 y el posicionamiento frente a las descargas ilegales en la unidad alimentaria.



Llorens es presidente de Assocome-Empresas Mercabarna desde marzo. / 00

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Valencia Fruits. A mediados de marzo fue nombrado presidente de Assocome-Empresas Mercabarna. ¿Cuáles serán las principales líneas maestras de actuación de Assocome bajo su mandato?

Casimir Llorens. Tenemos tres objetivos fundamentales. El primero es seguir defendiendo el modelo de distribución alimentaria de los mercados mayoristas como contrapunto a otros sistemas de distribución. El modelo mayorista garantiza la transparencia y la libre competencia, y hace posible la existencia de todo tipo de comercio, desde el tradicional a los supermercados.

El segundo objetivo es trabajar para aprovechar la oportunidad que suponen los fondos europeos Next Generation, que incluyen subvenciones y créditos directos a las compañías. El reto de Assocome-Empresas Mercabarna es ser capaces de aglutinar y analizar las inversiones de las compañías asociadas para el período 2021-2026, ayudándolas con asesoramiento técnico y buscando ayudas para sus proyectos.

Y finalmente el tercer tema clave es la prolongación de las concesiones o autorizaciones de uso de los dos mercados mayoristas de Frutas y Hortalizas, y de Pescado y Marisco. Hemos de encontrar la manera de prolongar las concesiones más allá del 2037-2038.

Esta ampliación en el tiempo es decisiva y necesaria para poder asumir las amortizaciones de las nuevas inversiones que deben

hacer posible el crecimiento de las compañías.

VF. ¿Qué destaca de los proyectos heredados de su antecesor, Joan Llonch, único presidente, uno de los impulsores de esta asociación y también procedente del sector hortofrutícola?

CLI. Joan Llonch ha estado 21 años al frente de Assocome-Empresas Mercabarna. Hablamos de seis reelecciones consecutivas, lo que demuestra su gran capacidad y valía. Dicho esto, de su trayectoria al frente de Assocome-Empresas Mercabarna destacaría todo el proceso negociador hasta alcanzar la firma del acuerdo marco con Mercabarna SA para la renovación de los contratos de alquiler del centenar de empresas de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) hasta el año 2057.

VF. Los empresarios del sector fresco de la unidad alimentaria, ¿cómo han afrontado todo el período de la COVID-19?

CLI. Nuestra tarea durante la pandemia, desde todos los sectores del fresco, no solo frutas y hortalizas, también pescado y marisco, y carnes, nos ha reafirmado como un sistema eficaz y eficiente. Un sistema capaz de garantizar la provisión de alimentos frescos a la ciudadanía, inclu-

so en situaciones muy difíciles y, prácticamente, sin precedentes como ha sido la provocada por el COVID-19. No hemos dejado de trabajar en ningún momento y hemos sido un sector esencial y estratégico. Pero esta realidad tiene otra cara: las empresas de fresco dedicadas al sector Horeca y focalizadas, sobre todo, al turismo. Aunque ahora la situación se

CLI. Creemos que, además de hablar de crecimiento en superficie, es necesario abordar también la prolongación temporal de los contratos de uso de las empresas de los mercados, para que puedan asumir nuevas inversiones para su crecimiento. Los dos mercados mayoristas son el núcleo de Mercabarna. El polígono alimentario ha de seguir creciendo sin

perder la esencia de lo que son los mercados mayoristas. No queremos que Mercabarna se transforme en una plataforma logística exclusivamente.

VF. Siguiendo en el sector fruta y hortaliza, desde 1989 con horario diurno. Siendo este horario una de las claves del éxito del Mercado Central, ¿por qué cree que todavía existen mercados con horario nocturno?

CLI. Para el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna el cambio de horario fue clave para su posterior crecimiento y modernización. Fue una de las acciones lideradas por el empresario Joan Llonch, en su etapa como presidente de AGEM (Gremio de Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia), entre los años 1987 y 1999, antes de la creación de Assocome-Empresas Mercabarna. Sin duda, el cambio de horario puso las bases para que la lonja de Mercabarna evolucionara y se situase a la cabeza de los mercados de frutas y hortalizas de Europa.

Pero, no puedo hablar por las circunstancias que determinan las decisiones de otros mercados. Cada uno tiene su propia realidad. De todos modos, realizar un cambio de horario es un proceso que conlleva muchas dificultades, no es nada fácil. Es necesario cambiar muchas dinámicas, tanto de los clientes como de la propia administración de los mercados, también afecta a muchos intereses. Quizá estas barreras frenen este cambio de horario en otros mercados.

“El cambio de horario fue clave para la evolución del Mercado Central de Frutas y Hortalizas”

“Considero que es de vital importancia que todos juguemos con las mismas cartas”

“El modelo de mercados mayoristas garantiza la transparencia y la libre competencia”

va recuperando lentamente, estas empresas se han visto muy afectadas. Tenemos compañías en ERTE y hemos tramitado unas cincuenta peticiones de ayudas a la administración.

VF. Según la dirección de Mercabarna se está ultimando la ampliación del recinto con la incorporación de unos terrenos del Consorcio de la Zona Franca de Barcelona —170.000 m², un 22% más de superficie—. ¿En qué se traducirá para las empresas de Mercabarna?

CLI. Considero que es de vital importancia que todos juguemos con las mismas cartas. Es necesario que la actividad empresarial en el ámbito de la unidad alimentaria se desarrolle en un entorno de igualdad de oportunidades y de obligaciones. Las descargas ilegales, entendidas como aquellas entregas de mercancías que se remiten a empresas que no tienen contratado un espacio físico para operar en la unidad alimentaria deben erradicarse. Desde Assocome-Empresas Mer-

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 159,00 Euros
 Europa: 285,00 Euros
 Resto países: 360,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
 No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA