

## Les parades de la plaça de la Corona s'han fet un lloc entre la clientela de Granollers

fan atractiu i singular el mercat”, afirma Camps, que aclareix: “No es tracta de reproduir en petit el mercat del dijous”. Pel que fa a la tipologia, catorze projectes són de fruita i hortalisses (58 %), tres de llet i productes làctics, tres de carn i derivats, i quatre més de flor i planta, plats cuinats, pa i conserves.

L'aposta per la proximitat ho corrobora el fet que 16 projectes, un 67 %, procedeixen del Vallès Oriental; en concret, tres són de Granollers-Palou, dos de Cardedeu, dos de les Franqueses i la resta, de Caldes de Montbui, la Llagosta, Lliçà d'Amunt, Llicà d'Avall, Llinars del Vallès, Sant Celoni, Santa Eulàlia de Ronçana, Tagamanent i Vilanova del Vallès. També n'hi ha tres del Maresme i un del Baix Ebre, Osona, Pla d'Urgell, Baix Llobregat i Berguedà.

La nova etapa del mercat també impulsa l'aliança entre projectes, de manera que quatre parades aglutinen fins a 13 productors. Un exemple el tenim en la parada dels productes amb segell Fet a Palou, que ven pollastre ecològic de Can Pep Julià, llet de vaca de Can Ventosa i, ben aviat, formatges elaborats amb aquesta mateixa llet per Caseus Afinadors. Però al mercat encara podem trobar més productes del paratge rural de Granollers: mel de l'Abella Reina, cigrons de SAT Palou Agrícola, ous de Cal Mariné o mongetes del ganxet de Can Pla.

Tot el producte fresc que es ven al mercat és de proximitat o ecològic, o ambdues coses. En producte elaborat no es pot establir aquest requisit perquè l'oferta és més limitada. El darrer concurs per optar a tenir parada al mercat els propers 4 anys va baixar el percentatge de producte no propi del 40 al 20 %. Uns productes,



© TONI TORILLAS

### Alguns productors ja consideren el mercat com una peça clau del seu projecte

però, que cal comprar directe d'origen, cosa difícil en el cas del plàtan, en què es planteja fer una excepció: “Es tracta que les parades puguin complementar la seva oferta, sense comprometre l'autenticitat i la credibilitat del projecte”, raona Vicenç Planas.

No es disposa de dades concretes sobre volum de vendes, si bé es constata una notable afluència de clients. Pel que fa als productors, alguns ja consideren el mercat “com una peça clau del projecte”, segons Planas, si bé alguns altres no han renovat la llicència perquè no han acomplert els objectius marcats. “Tenim quatre anys per endavant, en un món canviant, però amb un projecte consolidat”, conclou Albert Camps.



#### Adan Gil, Granollers

Omple cada setmana el carro de fruita i verdura al mercat de la Corona. Està convençut que el producte ecològic “es nota, per la qualitat; puja una mica més el preu, però val la pena, per salut i pel gust”. Que hi hagi productors d'aquí és un punt a favor: “Cal ajudar els ecològics i de proximitat”, és positiu”.



#### Carme Gálvez, Granollers

És veïna del mercat i hi passa cada setmana. Creu que “facilita la compra a qui treballa i no pot anar al mercat del dijous”. No és consumidora habitual de producte ecològic, però aprecia el producte autòcton, de pagès i de proximitat: “M'agrada ajudar els nostres veïns”.