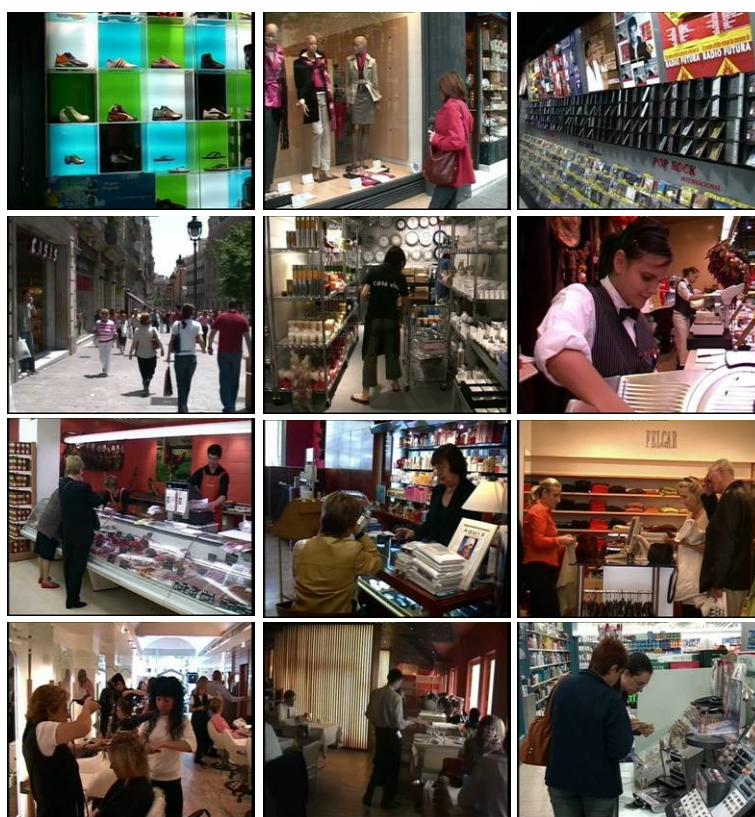


AN GRUP  
 ANDREU la XARCUTERIA  
 ATLÀNTIDA VIATGES  
 BENITO SPORTS  
 BÓBOLI  
 BON PREU  
 BT CELULAR  
 CALBET ELECTRODOMÈSTICS  
 CASAS  
 CHANGE  
 CHOCOLAT FACTORY  
 CÓNDOR  
 COTTET  
 DECOPIRAKTIK  
 DRIM  
 EXPO MOBI  
 FACIAL  
 FARGA FARGGI  
 FELGAR  
 FERRAN FERRER  
 FERROLAN  
 FOTOPRIX  
 FUREST  
 GAES  
 GERPLEX GRUP  
 GOTTA PERFUMERIES  
 GRUP VIDAL  
 LA MALLORQUINA  
 LA TIENDA DE LOLÍN  
 LUDIC STAR  
 MEROIL  
 MIRÓ  
 MRW  
 OCINE  
 PADEVI  
 PARTY FIESTA  
 PLUSFRESC  
 PUNTO BLANCO  
 RAFFEL PAGÈS  
 REGIA  
 SANTIVERI  
 SUPERVERD  
 TAILOR&CO  
 TEA SHOP  
 THE EAT OUT GROUP  
 UNIPREUS  
 UNIÓ SUIZA  
 VERITAS  
 VICENÇ PIERA  
 VIENA

## Dossier de Premsa



*Acosta't a les teves marques*

## Índex

---

	<b><u>Pàgina</u></b>
Presentació	3
1. Comertia	4
2. Objectius	7
3. Context general del sector retail	8
4. Serveis i activitats	10
5. Els socis de Comertia	16
6. Dades de contacte	18

## Presentació

---

Comertia és l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar de Comerç, una entitat que agrupa empreses de retail amb marca reconeguda en el seu sector, constituïda amb l'objectiu de crear sinèrgies per tal de millorar la productivitat i la competitivitat.

És una entitat sense ànim de lucre els socis de la qual són empreses dedicades al comerç minorista i serveis amb seu principal a Catalunya. COMERTIA representa empreses de diversos sectors de retail, l'eix comú dels quals és el seu caràcter familiar.

COMERTIA es constituí al febrer de l'any 2002 per iniciativa de cinc empresaris, Gabriel Jené de La Mallorquina, Javier Cottet de Cottet Òptics, Xavier Vidal de Grup Vidal, German Cid de Grup Gerplex i Jordi Casas de Casas Sabaters. Per a tots ells, el punt de partida era clar "compartir per competir".

**COMERTIA compta avui amb 50 socis, 100 marques comercials, que sumen uns 4.000 establiments, una facturació total de 3.700 milions d'€ anuals i al voltant de 34.000 llocs de treball.**

El juny de 2004 COMERTIA va rebre el reconeixement especial de la Generalitat de Catalunya per la seva trajectòria al servei del comerç dins de l'acte de lliurament dels Premis Iniciativa Comercial 2004 que atorga el Departament de Comerç, Turisme i Consum.

A l'octubre de 2006, l'expresident de COMERTIA i director general de La Mallorquina, el senyor Gabriel Jené, rep el Premi a la "*tasca de contribució a la promoció i coneixement del comerç de la ciutat*" per l'impuls donat en el desenvolupament del projecte comercial i d'implantació conjunta de Comertia a l'entorn del mercat de Santa Caterina.

La directora general de l'associació en els seus inicis va ser la Sra. Muntsa Vilalta i Cambra. Des de l'octubre de 2007 fins a l'actualitat, la directora general de Comertia és l'Elisabet Vilalta i Casals.

### **Cronologia Presidència de Comertia**

2002 – 2006	Sr. Gabriel Jené	LA MALLORQUINA
2006 – 2010	Sr. Javier Cottet	COTTET ÒPTICS
2010 –	Sr. Jordi Tarragona	EXPO MOBI

## 1. Comertia

---

COMERTIA representa els interessos d'un segment d'empreses comprès entre les grans marques multinacionals i les micro-empreses de comerç. Són marques consolidades en el territori i líders en cadascun dels seus sectors d'activitat.

Perfil dels membres de Comertia:

- Mínim 3 establiments
- Mínim 25 treballadors
- Mínim 3 milions d'euros de facturació
- Marca consolidada i reconeguda
- Vocació de continuïtat seguint la fórmula d'empresa familiar
- Líder en el seu sector i amb un alt nivell de professionalitat

Amb aquest denominador comú, als associats de Comertia els uneix també la inquietud de formular i compartir coneixements i procediments que signifiquen la millora contínua de la gestió empresarial, requisit fonamental per a la competitivitat. Les famílies que són al capdavant d'elles han demostrat la capacitat d'adaptar-se a entorns dinàmics i canvis ràpids i l'habilitat per a percebre les tendències i donar-los resposta a curt termini per tal d'obtenir resultats efectius.

Comertia és una mostra clara de l'anomenat associacionisme productiu, aquell que ha de permetre millorar els comptes d'explotació dels seus membres i que alhora permet, mitjançant la creació de sinèrgies, superar la dimensió d'empresa petita i mitjana per tal de tenir l'accés a condicions i serveis dels "grans".

Mentre que l'associacionisme territorial ajuda a vertebrar l'espai social i urbanístic de les ciutats i l'associacionisme sectorial pretén buscar fórmules per treballar millor l'oferta, l'associació a COMERTIA és voluntària i respon a un criteri d'aportació de valor afegit als seus membres.

Comertia és una entitat dinàmica amb un clar afany d'oferir mecanismes i serveis per a millorar la productivitat dels seus associats, tot aprofitant les seves sinèrgies. No vol en cap cas ser un contrapunt a cap altra entitat representativa tant de la distribució com de l'empresa familiar, sinó que les complementa.

En aquest sentit, Comertia és membre de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) des de l'any 2006 alhora que té conveni de col·laboració amb l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar (ASCEF), per tal de compartir informació i formació referent a empresa familiar.

El principal valor de COMERTIA són els propis socis. El coneixement de les persones que formen part de cada una de les empreses membres i la consolidació de les diferents marques que hi són representades fan que aquests negocis es mantinguin com una fórmula d'èxit empresarial.

Des de la seva creació, COMERTIA s'ha anat dibuixant com a un interlocutor vàlid entre aquest segment d'empreses i els diferents agents econòmics i socials. L'Associació és un "lobby" que defensa un model comercial sostenible urbanística, econòmica i socialment.

## 2. Objectius de Comertia

---

COMERTIA defensa aquest model d'empreses d'èxit dins de la distribució, empreses autòctones amb marques comercials que tenen personalitat pròpia localitzades al territori i que estructuraren el teixit econòmic, social i urbanístic del país.

La capacitat competitiva d'aquest perfil empresarial que representa Comertia passa per la convivència d'aquestes marques catalanes amb les grans marques internacionals: mateixos carrers i mateixes zones comercials. Comertia analitza els factors d'èxit dels diferents models de negoci i promou l'intercanvi de coneixement i informació entre els seus associats, si bé ofereix també serveis de millora de la productivitat de l'empresa a través de la digitalització i la implantació de processos de qualitat, la formació i la creació de sinèrgies en serveis comuns.



En definitiva, des de Comertia es treballa per afavorir els processos d'intercanvi de les empreses associades, analitzant nous models de negoci, millorant la gestió de l'empresa en els diferents àmbits necessaris per a ser-ne membre, el familiar i el comercial, així com els seus departaments de funcionament intern: recursos humans, marketing, finances i expansió.

### 3. Context general del retail

---

Comertia és un exponent del model de retail urbà a Catalunya. És aquest un model tradicional de comerç que conviu amb l'habitatge, que s'adapta als canvis, i que per tant, és innovador i accepta la diversitat i la pluralitat per tal d'estar al servei dels ciutadans tenint en compte les seves necessitats.

A més del comerç urbà, a Catalunya tenim d'altres models que garanteixen la pluralitat, la diversitat i la llibertat d'elecció per als ciutadans. La implantació de grans operadors en el sector de la distribució ha comportat una modificació important de les condicions naturals en què es desenvolupa aquesta activitat. També ha evidenciat la necessitat que té l'empresari de comerç d'adaptar-se als nous reptes que l'afecten per a sobreviure amb garanties d'èxit, la necessitat d'associar-se per defensar els seus interessos i obtenir els avantatges d'una economia d'escala a un sector tan important com és el comerç urbà a Catalunya.

En definitiva, Comertia s'identifica amb un model de comerç urbà que es converteix en un centre de relació, en un lloc de trobada i, per tant, és l'element fonamental del model de societat convivencial característic de la mediterrània. Aquest model de comerç té molt a veure amb un urbanisme integrador de moltes activitats, l'habitatge, l'oficina, el comerç, els serveis personals, els serveis professionals, les activitats de lleure, entre d'altres.

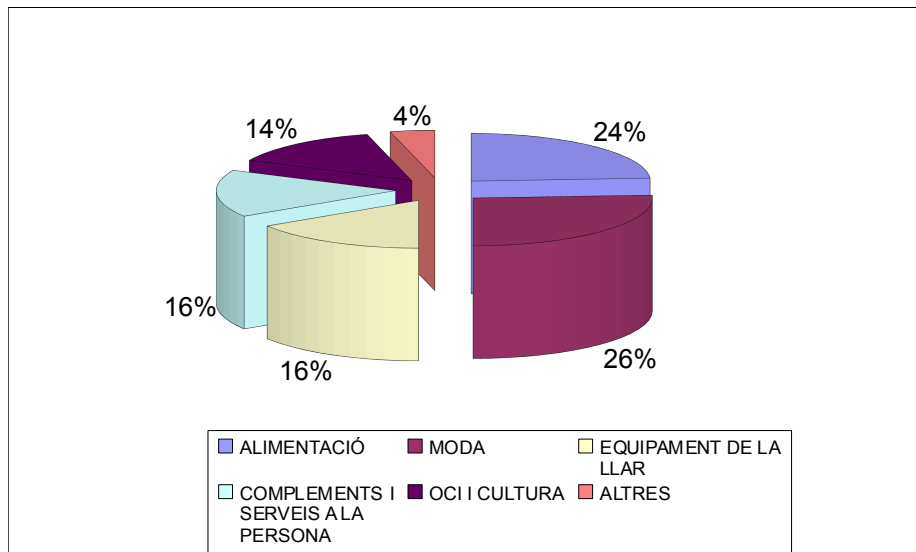
Aquest model, com tots els models, s'ha d'adaptar constantment a noves situacions. Els models no poden ser estàtics, han de ser dinàmics, han de tenir capacitat d'adaptació, doncs, en cas contrari estan condemnats a la desaparició.

El 90% de les empreses comercials catalanes són empreses familiars que afronten un repte important: la continuïtat en un entorn comercial marcat per una globalització que implica menys diferenciació de producte, nous hàbits i comportaments dels clients, nous formats comercials, a la vegada que ha de gestionar l'evolució a l'alça del mercat immobiliari i les noves tendències turístiques, entre d'altres qüestions.

Aquest escenari planteja la necessitat de ser més competitius i, per a l'empresa familiar del comerç, el futur significa créixer.

Per aquest motiu, Comertia defensa la necessitat de crear sinèrgies i donar recolzament als plans d'expansió i creixement de les empreses per tal d'aconseguir economies de xarxa, garantir el manteniment dels marges comercials i presentar resultats positius al conjunt de la família empresarial, cada cop més gran, per tal d'obtenir el seu suport en la continuïtat del projecte empresarial.

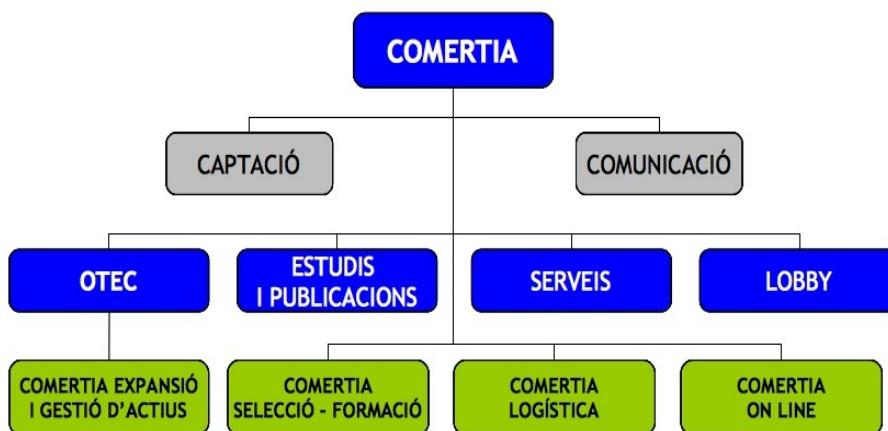
**Comertia per sector d'activitat (2010)**  
*(Veieu sectors al detall a l'apartat de socis)*



#### 4. Serveis i activitats Comertia

Comertia treballa des de l'intercanvi d'experiències i coneixements dels seus socis. Una de les claus de l'èxit de Comertia és la capacitat i esforç que els membres de la família, gestors i directius de les empreses associades fan en compartir aspectes rellevants del seu "know-how" amb la confiança de rebre'n el mateix o més de la resta de socis.

Els seus membres reben informació, poden intercanviar experiències i es beneficien d'acords amb proveïdors.



#### 4.1. Oficina Tècnica d'Expansió de Comertia (OTEC)

Fruit de la important inversió que les empreses de Comertia realitzen en l'obertura de nous locals, al juny de 2004 es va crear aquesta oficina per tal d'aportar informació als seus associats.

A continuació s'enumeren de forma resumida les tasques que es duen a terme des de l'OTEC són:

- Creació de la base documental per l'expansió
- Borsa immobiliària de locals comercials
- Viatges de prospecció i retail tour
- Recerca de suports institucionals - subvencions
- Implantacions conjuntes Comertia
- Networking (Associacions, Cambres de Comerç, Agències immobiliàries, etc.)
- Workshop Urbanisme amb corporacions locals
- Presència a fires i congressos (MAPIC, Expo Retail, Congrés AECC, Aneco)
- Taxació

#### 4.2. Informes i publicacions

- Resum de premsa diari del sector distribució que s'envia per correu electrònic als socis
- e-Comertia, newsletter mensual que informa de l'activitat de l'Associació als socis
- Informació sobre ajuts institucionals
- Informes / Estudis interns sobre:
  - Indicador de vendes Comertia
  - Comissions de targetes de crèdit
  - Preus d'ubicacions comercials
  - Visual Merchandising
  - Informe Sectorial de Retribucions
  - Estudis sobre tendències de consumidors
  - Etc.

- Edició de llibres

Comertia edita la col·lecció "Management Comertia Retail", una recopilació de llibres la temàtica dels quals es basa en aspectes que sorgeixen de l'activitat d'intercanvi pròpia dels membres de l'Associació.

- "Gestió a l'empresa familiar de comerç"  
Recopilació de pensament i experiència de persones especialistes en temes d'interès per a tota empresa comercial. Editat al desembre del 2003 i, en segona edició, al gener de 2004.

- “Expansió a l’empresa familiar de comerç”  
Especialistes en diferents àmbits de gestió plantegen la seva expertesa per tal d’aportar informació i de donar pautes per la presa de decisions estratègiques en l’expansió. Editat al gener de 2005.
- “Estratègies de xarxa: Recursos Humans”  
Conjunt de punts de vista de professionals dels Recursos Humans des de diferents àmbits: la formació, la selecció, la gestió de persones, la retribució i la venda. Editat al gener de 2006.
- “Innovació en Retail”  
La innovació entesa com a optimització en els diferents processos que integren el sector retail, interns i externs, amb l’objectiu de créixer i ser competitiu. 1ª edició gener de 2007.
- “Branding en Retail”  
Com aconseguir fer marca, per què serveix, utilitat pràctica, necessitats d’avui,... tot enfocat des del punt de vista de les empreses de retail. Editat al gener de 2008.
- “Planificació Estratègica en Retail”  
Planificar és una fusió dels conceptes: previsió, coordinació i viabilitat. Aquest llibre recull la importància de tots ells per a optimitzar processos i treure'n la màxima rendibilitat.
- “Productivitat en la cadena de valor de Retail”  
O el que és el mateix, com treure el màxim rendiment dels nostres recursos per guanyar eficiència i competitivitat en el mercat.

### 4.3. Serveis i Activitats

#### Serveis

- Intercanvi d’informació i coneixement

Un dels grans potencials de **COMERTIA** és l’experiència de tots els seus membres. Al llarg de l’any s’organitzen diferents sessions i aules d’intercanvi durant les quals tots els participants treuen benefici de les aportacions dels altres. Els professionals que intervenen valoren molt el fet de compartir aquest coneixement.

- **Fòrums d'Intercanvi**

Els Fòrums d’Intercanvi són un aforament entre els màxims dirigents de les empreses familiars de Comertia centrats en l’exposició d’un tema per part d’un soci i en l’intercanvi d’informació posterior sobre fets diferencials de les empreses.

Els Fòrums d’Intercanvi tenen un horari aproximat de 16:00 a 20:00 i es treballa a partir d’un tema d’interès comú d’acord a la situació conjuntural del moment.

- **Sessions d'Intercanvi**

Periòdicament des del Comitè Directiu de Comertia es convoquen als titulars de cada empresa associada a unes sessions en les quals es proposa intercanviar plantejaments estratègics a nivell global de l’empresa.

Són sessions que parteixen de l’experiència concreta d’un dels socis i normalment consisteix a compartir el seu model de negoci amb la resta dels

que hi són presents. Aquestes trobades són en format dinar, normalment de 14h a 16h.

- **Aules d'Intercanvi**

En aquestes sessions es convoca als responsables d'àrea de cada empresa associada. En una primera sessió es pretén catalitzar les necessitats d'informació i coneixements sobre la seva àrea de gestió. En les sessions consecutives es vol donar resposta a les inquietuds ja expressades mitjançant la presentació d'experiències dels propis membres o d'un expert.

El fet de trobar-se entre interlocutors amb problemàtiques similars afavoreix molt la dinàmica i la participació de tothom fent així que cada trobada sigui enriquidora per a tots els participants.

- **Serveis per àrees**

Sempre com a representant de tots els seus socis i vetllant pels seus interessos i necessitats, Comertia negocia condicions amb proveïdors de diferents sectors per tal d'aconseguir millors condicions. A l'actualitat s'han signat acords amb empreses elèctriques, assegurances, manteniment de locals, publicitat, comunicació... fins i tot es negocia conjuntament amb els Centres Comercials.

- **Recursos Humans**

- Formació (ajuts, subvencions i descomptes per grup)
- Acords escoles de negoci i universitats (formació i borsa de treball)
- Aules Intercanvi RR.HH .
- Informe Sectorial de Retribucions
- Informe Retribució Variable
- Borsa de treball Comertia
- Gestió de pràctiques
- Targeta Comertia treballadors

- **Finances i administració**

- Traspàs com a garantia de crèdit
- Aules Intercanvi Finances
- Descompte consum elèctric 7%
- Informes mensuals La Caixa / Anuari La Caixa
- Informes targetes de crèdit
- Suport als ajuts per la digitalització
- Central logística
- Borsa de proveïdors - acords
- Negociació assegurances

- **Marketing**

- Aules Intercanvi Marketing
- Mystery Shopping
- Central de mitjans
- Estudi visual merchandising
- Formació
- Suport als ajuts per marca de canal
- Borsa de proveïdors marketing, comunicació i esdeveniments – acords
- Programa Créixer – consultor homologat

- **Sistemes**
  - Aules Intercanvi Sistemes
  - Comerç electrònic
  - Sistemes VPN
  - Programes informàtics específics

- **Jornada Tècnica de Comertia**

Acte anual on empreses de referència del món de la distribució expliquen els seus casos d'èxit, creixement i consolidació de marca. És principalment per als socis de Comertia però està obert a tot tipus de públic (administracions, associacions, institucions, proveïdors de retail).

La Jornada Tècnica de Comertia és la culminació de l'activitat duta a terme durant l'any amb les empreses de Comertia, amb l'objectiu de conèixer i aprofundir en experiències empresarials de referència en el món del retail des de la perspectiva de l'expansió i gestió de xarxa.

Les experiències que ens han precedit fins ara (Jamaica Coffe Shop, La Sirena, Mango, Imaginarium, MRW, Pressto, Desigual, Ikea, Woman's Secret, Perfuméries If, Viajes Iberia, Danone, Bon Preu, Inditex, Privalia,...) han estat un punt de reflexió estratègica important per molts dels empresaris participants.

## 5. Els socis de Comertia

---

Actualment Comertia compta amb **50 socis** el que, conjuntament suma un total de més de **4.000 establiments** als principals centres urbans i comercials de Catalunya i Espanya, una facturació de més de **3.700 milions d'euros anuals** i al voltant dels **34.000 treballadors**.

Aquestes dades comparades a les xifres del conjunt de l'estat espanyol situen a **Comertia entre les 15 primeres per volum de facturació, i entre les vint primeres pel que fa a nombre de treballadors**.

Classificació de les **marques comercials** Comertia per sectors:

- **Equipament de la llar:**
  - BT Celular (telefonía)
  - Calbet Electrodomèstics
  - Casa Viva
  - Decopraktik
  - Expo Mobi
  - Ferrolan (Material per a la construcció)
  - La Mallorquina
  - Miró Electrodomèstics
- **Alimentació i Restauració:**
  - Andreu la Xarcuteria
  - AN Grup
  - Bon Preu
  - Chocolat Factory
  - Farga – Farggi
  - Plusfresc
  - Santiveri
  - Tea Shop

- The Eat Out Group
- Superverd
- Veritas

– **Moda**

- Base: Benito Sports (roba esportiva)
- Bóboli (moda infantil)
- Casas (sabaters)
- Change (roba íntima dona)
- Cóndor (roba íntima home-dona, mitges i mitjons)
- Felgar (moda dona)
- Ferran Ferrer (moda dona talles grans)
- Furest (moda home i dona)
- Grup Vidal (moda home i dona)
- La Tienda de Lolín (moda dona talles grans)
- Padeví (sabaters)
- Unipreus (moda esportiva i general)

– **Complements i Serveis a la persona:**

- Cottet / Cottet Sol (òptica)
- Facial Perfumeries
- Gaes (audífons)
- Gotta Perfumeries
- Raffel Pagès (perruquers)
- Regia
- Tailor&Co (roba de feina)

– **Oci i cultura**

- Atlàntida Viatges
- Drim
- Gerplex Toys
- Ludic Star (Bolera i recreatiu)
- Party Fiesta
- Vicenç Piera

- **Altres**

- Meroil (combustible)
- MRW (missatgeria)

Contacte de premsa:  
**Elvira Garcia**  
**[premsa@comertia.net](mailto:premsa@comertia.net)**  
**m. 615153944**