



comertia

Associació
Catalana de
l'Empresa
Familiar
del Retail

MEMÒRIA 2012

Compartir per competir

MEMÒRIA 2012



ÍNDIX

1. Què és Comertia	9
1.1. Perfil dels socis de Comertia	11
1.2. Missió	11
1.3. Organigrama	12
1.3.1. Assemblea general	12
1.3.2. Junta Directiva	12
1.3.3. Comitè de Direcció	14
1.3.4. Comissions de Treball	15
2. Socis Comertia	17
3. Serveis als socis	23
3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris	24
3.2. Tallers d'Intercanvi per àrees funcionals	27
3.3. APP Comertia	34
3.4. OTEC-COMEX	35
3.5. Comertia Persones	36
3.6. Resum de premsa	38
4. Actes i celebracions 2012	39
4.1. Assemblea General de Socis	40
4.2. Acte 10è Aniversari Comertia	42
4.3. X Jornada Retail Comertia	46
4.4. Sopar Nadal Famílies Comertia	50

5. Estudis i Publicacions	51
5.1. Indicador de Retail Comertia	52
5.2. Col·lecció Management Comertia Retail	53
5.3. Guia de la continuïtat de l'Empresa Familiar	54
5.4. Biblioteca Comertia	55
6. Relacions Institucionals	57
6.1. Reunions Comertia 2012	58
6.2. Col·laboracions i Presència Comertia	59
7. Socis col·laboradors	63
8. Comunicació Comertia	67
8.1. eComertia	68
8.2. Presència a les xarxes socials	69
8.3. Comertia a mitjans de comunicació	70
8.4. Decàleg	72
9. Exposició 10 Anys Compartint per competir	75



L'any 2012 ha estat un any especialment intens a Comertia. D'una banda, hem estat testimonis privilegiats i directes dels canvis que estan afectant al conjunt de la societat i al consum en particular. Però la novetat respecte dels anys anteriors és que hem après i acceptat que aquesta nova realitat no és pas provisional, i que, per tant, hem de ser capaços de ser competitius i rendibles en un nou escenari. Aquesta lliçó ha estat imprescindible per a engegar els canvis necessaris a les nostres empreses i poder re definir o, si cal, re inventar, els nostres models de negoci.

Vivim moments fascinants per al retail, amb canvis en les regles del joc. I si canvien les regles del joc, com a mínim hi ha dues conseqüències: la primera, que s'obren un munt d'oportunitats, i la segona és que podem triar ser-ne protagonistes. A Comertia comprovem cada dia que l'intercanvi d'experiències i de coneixements entre els socis ens ajuda a detectar i valorar aquestes oportunitats amb més optimisme i confiança. A més, ens enriqueix com a persones. Reptes tan actuals com la transició del retail al canal online, i tan vigents com els processos d'internacionalització, han format part del gran nombre i varietat de formats de reunions, dinars, tallers, fòrums, etc., que hem celebrat al llarg de l'any.

I d'altra banda, l'any 2012 ha estat també particularment intens en l'àrea de les relacions institucionals. Coincidint amb l'Assemblea de Socis, hem fet la celebració dels 10 anys del naixement de Comertia en un magnífic acte i sopar de famílies, acompanyats del Molt Honorable President de la Generalitat, Sr. Artur Mas, de l'excel·lentíssim alcalde la ciutat de Barcelona, Sr. Xavier Trias, a més de moltes altres personalitats del món empresarial i institucional. Aquest fet posa de manifest el pes que té l'associació tant a dins del comerç com en el conjunt de la societat. Prova també d'aquest paper rellevant en el sector del comerç ha estat i és la participació activa davant els agents i l'administració en el conflicte normatiu i jurídic creat arrel dels decrets aprovats pel Govern central el passat juliol de 2012.

De tot això en vol ser un fidel reflex aquesta primera memòria anual de Comertia, que ens recorda el gran valor diferenciador i la singularitat de les nostres marques comercials; marques que contribueixen a configurar el model de comerç que tenim i, és just dir-ho, a definir el model de ciutats en què vivim.

Amb tot, el més valuós que hem pogut copsar aquest 2012 és que totes les empreses tenim somnis. I aquests somnis són fonamentals perquè el que somiem és el que sovint acabem sent.

Silvio Elias

President de Comertia



Més enllà de l'activitat comercial, el retail absorbeix la identitat social del nostre país fent de catalitzador d'aquest període complex que estem vivint.

D'una manera directa o indirecta ens estan afectant les retallades pressupostàries, l'augment d'impostos, el descens del consum, l'atur, les reformes polítiques del govern, etc. Amb tot, si fem una ullada a la història de les nostres empreses familiars, observarem que aquest no és l'únic moment convuls pel que han passat les empreses catalanes, i és aquí on podem disposar fermament la confiança en què sent proactius, i posant-hi esforç, constància i optimisme sortirem endavant.

A partir de l'indicador de Comertia hem observat que el comportament dels diferents sectors d'activitat varia en funció de les necessitats i/o preferències dels consumidors; aquells que han vist reduïts els seus ingressos, prioritzen la seva despesa en funció del context: vacances, tornada a l'escola, ponts, Nadal, rebaixes,... D'altres consumidors mantenen els seus gustos i tradicions, principalment el sector de luxe i/o gourmet.

Des d'un punt de vista estratègic, veiem com algunes empreses de Comertia s'han vist obligades a alterar el seu posicionament, altres han buscat l'oportunitat de créixer i guanyar quota de mercat, altres han ampliat la seva oferta de productes; hi ha també qui aprofita per endinsar-se en l'exportació o en l'obertura d'establiments al mercat internacional; o qui es replanteja un nou redimensionament de la cadena de valor. Observem que en l'anàlisi i en la reflexió, els socis de Comertia troben respostes i vies de supervivència.

El que hem après de les històries empresarials de Comertia és que tota organització, familiar i empresarial, que aconsegueix afrontar les dificultats s'enforteix i perllonga la seva continuïtat.

A més, cada generació va deixant la seva empremta i, una rere l'altra, van incorporant la seva manera de fer, més amb criteri d'evolució que de canvi, amb criteri de millora, en la direcció de construir una organització estimulant amb una cultura corporativa sòlida que és la que ajuda a sobreviure als canvis estructurals i a promoure la continuïtat.

Ens ha tocat viure aquest període i entre tots els comertians, escoltant, compartint i aprenent, podem tenir el convenciment que ens en sortirem.

Elisabet Vilalta

Directora General de Comertia

1

QUÈ ÉS COMERTIA

Comertia és l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, 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.

Comertia es constituí al febrer de l'any 2002 per iniciativa de cinc empresaris de retail de diferents sectors d'activitat, Gabriel Jené de La Mallorquina, Javier Cottet de Cottet Òptics, Xavier Vidal de Grup Vidal, Benito Garcia de Benito Sports i Jordi Casas de Casas Sabaters.

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 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.



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 defensa un model comercial sostenible urbanística, econòmica i socialment.

1.1. Perfil dels socis de 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, amb el següent perfil:

- Mínim 3 establiments
- Mínim 25 treballadors
- Mínim 3 milions d'euros de facturació
- Marca consolidada i reconeguda
- Vocació de creixement i 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.

El model empresarial representat a Comertia va més enllà del comerç tradicional, projectant, verticalitzant els seus processos i duent a terme projectes d'internacionalització.

El lema és:

“Compartir per competir ”

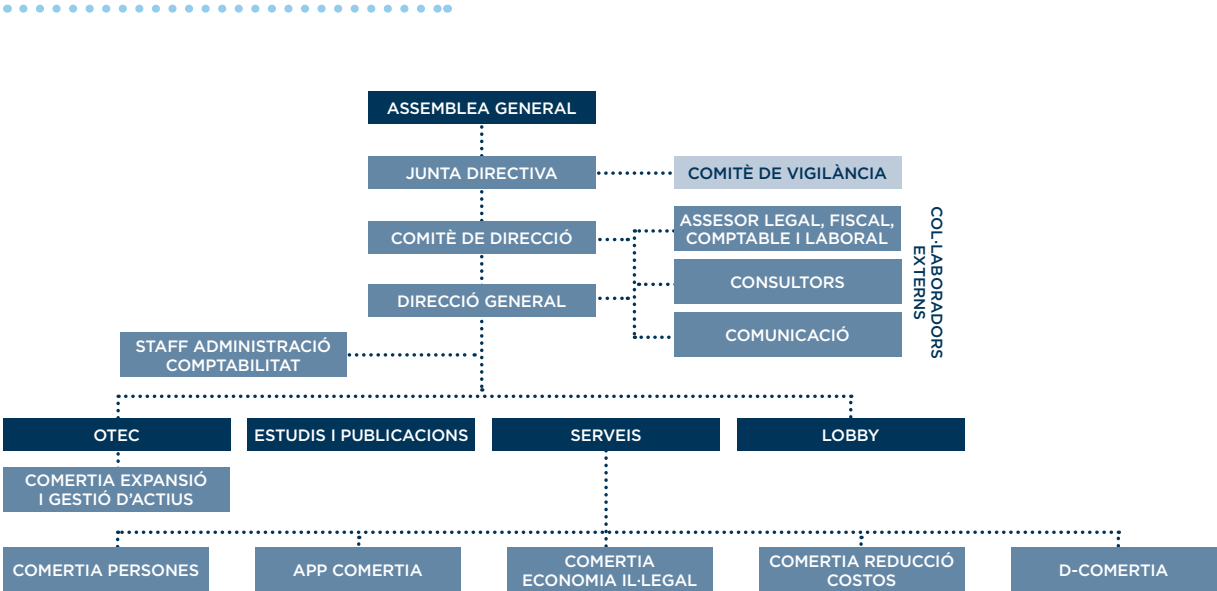
1.2. Missió

La missió de Comertia és treballar 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, màrqueting, sistemes, finances i expansió.

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 estructurin 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.

1.3. Organigrama Comertia



1.3.1. Assemblea General de Socis

L'Assemblea General és l'òrgan sobirà de l'associació; els seus membres en formen part per dret propi i irrenunciable. Els membres de l'associació, reunits en Assemblea General legalment constituïda, decideixen per majoria els assumptes que són competència de l'Assemblea.

1.3.2. Junta Directiva

La Junta Directiva regeix, administra i representa l'associació. Està composta per: el president, el sots-president, el secretari, el tresorer i els vocals, amb un màxim de 8 persones. Aquests càrrecs han de ser exercits per persones diferents i es renoven cada 4 anys.

La Junta Directiva durant el període juny 2010 a juny 2012 va estar integrada pels següents membres:

President	Jordi Tarragona	Director General Expo Mobi
Vicepresident	Silvio Elias de Gispert	Director General Veritas
Secretari	German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex-Casa Viva
Tresorer	Artemi Nolla	Conseller Delegat AN Grup
Vocals	Gabriel Jené	Director General La Mallorquina
	Carlos Caus	Director General Gotta Perfumeries
	Javier Cottet	Director General Cottet Òptics
	Markus Förster	Director Comercial Bóboli
Directora General	Elisabet Vilalta	

La Junta Directiva a partir de juliol de 2012 està integrada pels següents membres:

President	Silvio Elias de Gispert	Director General Veritas
Vicepresident	Jordi Tarragona	Director General Expo Mobi
Secretari	German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex-Casa Viva
Tresorer	Artemi Nolla	Conseller Delegat AN Grup
Vocals	Gabriel Jené	Director General La Mallorquina
	Carlos Caus	Director General Gotta Perfumeries
	Joan Carles Calbet	Director General Calbet Electrodomèstics
	Markus Förster	Director Comercial Bóboli
Directora General	Elisabet Vilalta	

CALENDARI
DE REUNIONS
DE LA JUNTA
DIRECTIVA
CELEBRADES
L'ANY 2012

REUNIÓ JUNTA DIRECTIVA 26/01/12
REUNIÓ JUNTA DIRECTIVA 22/03/12
REUNIÓ JUNTA DIRECTIVA 24/05/12
REUNIÓ JUNTA DIRECTIVA 27/09/12
REUNIÓ JUNTA DIRECTIVA ESTRATÈGICA 28/10/12

Comertia disposa també d'un Comitè de Vigilància. És un òrgan consultiu i d'experts que està format pels presidents sortints. Així mateix, en el Comitè de Vigilància hi participen, com a mínim, dos membres fundadors de Comertia.

1.3.3. Comitè de Direcció

El Comitè de Direcció és un òrgan de direcció operativa que està format, com a mínim, per: el president, el sotspresident i la gerent de l'associació i com a màxim per tots els membres de la Junta Directiva.

Els membres del Comitè de Direcció són:

Silvio Elias	President de Comertia, i Director General Veritas
Jordi Tarragona	Director General Expo Mobi
Joan Carles Calbet	Director General Calbet Electrodomèstics
Javier Cottet	Director General Cottet Òptics
Gabriel Jené	Director General La Mallorquina
Santi Pagès	Economista
Elisabet Vilalta	Directora General Comertia

1.3.4. Comissions de Treball

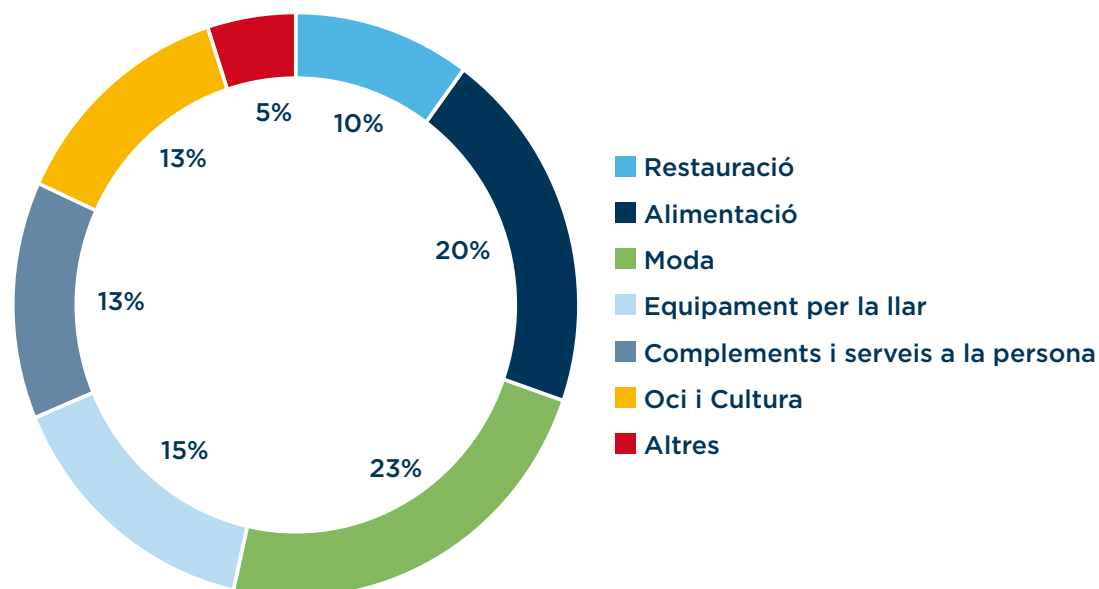
Amb la voluntat de millorar el servei de Comertia als seus associats, i atendre d'una forma més propera necessitats concretes de les empreses integrants, des de Comertia s'ha impulsat la creació de diferents Comissions de Treball, liderades per socis de Comertia. Aquest 2012, les Comissions de Treball de Comertia han estat:

COMISSIÓ TREBALL	RESPONSABLE	OBJECTIU
Economia il·legal	Manuel Hernández PARTY FIESTA	Protegir el sector i evitar que determinades pràctiques il·legals vagin establint-se sense cap restricció ni impediment.
Reducció de Costos	Carlos Caus GOTTA PERFUMERIES	Analitzar possibilitats d'aconseguir una millora en diferents costos d'explotació de les empreses.
Internacionalització	Markus Förster BÓBOLI	Assolir el lideratge en relació a la projecció exterior dels nostres negocis.
D-Comertia	Benito Garcia BENITO SPORTS	Impulsar la plataforma de descomptes per a treballadors de Comertia.
Relacions institucionals	Benito Garcia, Elisabet Vilalta i Santi Pagès	Consolidar Comertia com un grup d'interès clau en la presa de decisions institucionals que afectin al desenvolupament empresarial de retail
Logística	Jordi Casas CASAS SABATERS	Intercanvi d'informació sobre diferents aspectes en l'àmbit logístic.

2 SOCIS COMERTIA

Aquest 2012 s'han incorporat a Comertia 5 noves empreses de retail: **Miquel Alimentació** (alimentació), **El Taller** (bijuteria i complements), **Muji** (articles per casa, persona, viatges, papereria, etc.), **Dormity** (sistemes de descans) i **Ferrer&Ojeda** (assegurances).

Comertia tanca 2012 amb seixanta empreses de retail, que sumen al voltant de 4.800 punts de venda per tot el territori espanyol i internacional, factura de manera agregada 5.000M€ anuals i dóna feina de forma directa a més de 42.000 persones.



	www.angrup.com	Restauració
	www.andreu.cat	Alimentació
	www.atlantidaviatges.com	Oci i Cultura
	www.benitosports.com	Moda
	www.boboli.es	Moda
	www.bonpreu.cat	Alimentació
	www.calbet.cat	Equipament de la llar
	www.casaviva.es	Equipament de la llar
	www.casasclub.com	Moda
	www.condor.es	Moda
	www.cottet.es	Complements persona
	www.change.com/es	Moda
	www.chocolatfactory.com	Alimentació
	www.cobega.es	Alimentació
	www.decopraktik.com	Equipament de la llar

	www.dormity.com	Equipament de la llar
	www.drim.es	Oci i Cultura
	www.duetsports.com	Oci i Cultura
	www.abalorios-barcelona.com	Complements persona
	www.molivell.com	Restauració
	www.expomobi.com	Equipament de la llar
	www.perfumeriesfacial.com	Complements persona
	www.fargabarcelona.com	Restauració
	www.felgar.es	Moda
	www.ferrerojeda.com	Altres
	www.ferrolan.com	Equipament de la llar
	www.fotoprix.com	Oci i Cultura
	www.frescuore.com	Alimentació
	www.furest.com	Moda
	www.gaes.es	Complements persona

	www.gotta.es	Complements persona
 LA MALLORQUINA	www.lamallorquina.es	Equipament de la llar
<i>La tienda de Lolín</i>	www.latiendadelolin.com	Moda
	www.meroil.es	Altres
 MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP	www.miquel.es	Alimentació
	www.miro.es	Equipament de la llar
	www.mrw.es	Altres
 無印良品	www.muji.es	Equipament de la llar
	www.nostrum.eu	Restauració
	www.ocine.es	Oci i Cultura
	www.padevi.com	Moda
	www.partyfiesta.com	Oci i Cultura
	www.plusfresc.es	Alimentació
	www.puntoblanco.com	Moda
 BARCELONA	www.raffelpages.com	Complements persona

	www.raima.cat	Oci i Cultura
	www.regia.es	Complements persona
	www.ribescasals.com	Moda
	www.santaeulalia.com	Moda
	www.santiveri.es	Alimentació
	www.vidal-grup.cat	Moda
	www.superverd.es	Alimentació
	www.teashop.es	Alimentació
	www.eatout.es	Restauració
	www.unionsuiza.com	Complements persona
	www.unipreus.com	Moda
	www.veritas.es	Alimentació
	www.vpiera.com	Oci i Cultura
	www.viena.es	Restauració
	www.vilaviniteca.es	Alimentació

3 SERVEIS ALS SOCIS

3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris

Per a compartir les experiències empresarials dels socis de Comertia i aprofitar així un dels grans potencials d'estar associat, l'entitat organitza durant tot l'any sessions en format Dinar per als màxims dirigents de les empreses membre. Aquests dinars adopten principalment dos formats:

- Presentació del model de negoci de les empreses de Comertia focalitzant en les seves millors pràctiques.
- Col·loqui per part d'algun líder d'opinió o personalitat de referència en el món polític, social o econòmic que exposa la seva opinió en relació a temes d'actualitat.

L'any 2012, Comertia ha celebrat un total de 6 Dinars d'empresaris:

17/01/12.



Nou govern, nou escenari de país?

Ponent:

Martí Saballs

Sotsdirector del Diari Expansión.

Les noves mesures econòmiques implantades pel nou govern i l'adopció de polítiques fiscals europees suposen un nou escenari socio-econòmic amb conseqüències directes en el món empresarial. Durant aquesta sessió d'intercanvi vam intentar comprendre els missatges polítics i conèixer, de la mà de Martí Saballs, sotsdirector del diari Expansión, una realitat més objectiva del nostre país sota un punt de vista econòmic i global.

De la mà de Santi Pagès, economista i consultor de Comertia, vàrem fer arribar al nostre convidat els interrogants que vivim les empreses de retail per tal de resoldre les màximes incògnites possibles per combatre el 2012.

21/02/12. ATLÀNTIDA VIATGES.



Oportunitat en temps hostils: Absorció de negocis

Ponent:

Francesc Escánez

Director general d'Atlàntida Viatges.

En aquesta ocasió vàrem tenir l'oportunitat de conèixer el cas d'Atlàntida Viatges, de la mà del seu director general i fundador, el Sr. Francesc Escánez, qui ens va explicar com, en un sector que ha patit grans transformacions, especialment arrel de la proliferació del sector a internet, la seva empresa va decidir aprofitar la situació per guanyar quota de mercat i reposicionar-se sempre amb un servei personalitzat i utilitzant eines de màrqueting innovadores per a diferenciar-se i fidelitzar als seus clients.

L'any 2008 Atlàntida Viatges va rebre un reconeixement de la Generalitat de Catalunya per ser una de les 200 empreses catalanes amb creixement representatiu. Atlàntida Viatges, especialistes en viatges personalitzats d'"alta gamma", compta amb 4 oficines a Catalunya i va tancar 2011 amb una facturació de 25 milions d'euros.

20/03/12. FERROLAN.



Preus i volum 'de magatzem'; atenció al client i especialització 'de botiga'

Ponent:

Albert Antonijoan

Director general de Ferrolan.

El 20 de març Ferrolan, empresa dedicada a la venda de material per a la construcció amb 6 punts de venda a Catalunya ens va explicar les claus del seu model de negoci i el re direccionalment que ha pres la companyia, aprofitant el tancament d'altres actors i adaptant la seva oferta a les noves necessitats dels seus consumidors, cap al mercat de la reforma i la rehabilitació, amb l'obertura del primer outlet en el sector.

Un dels punts forts de Ferrolan resideix en la fusió de magatzem de materials per a la construcció i decoració d'interiors amb un tracte personalitzat i una atenció especialitzada. Un altre dels seus avantatges competitius respecte altres empreses ha estat el cobrament al comptat.

15/05/12. DUET SPORTS.



Un model de negoci públic-privat

Ponent:

Paco Segura

Director general de Duet Sports

A més de la gran varietat de sectors comercials que integra Comertia, observem també una multiplicitat de models de negoci que enriqueixen l'intercanvi d'informació i coneixement entre els socis.

Un dels models de negoci interessants és el de Duet Sports, que ens explicà els avantatges i inconvenients que suposa aquest binomi públic-privat, sota una organització i direcció empresarial orientada a objectius i amb plena vocació de servei als clients.

23/10/12. PRESENTACIÓ APP MÒBIL COMERTIA.



Presentació APP Mòbil Comertia i Debat sobre Efectes dels nous tipus impositius de l'IVA

El passat 23 d'octubre l'Enric Castillo de Tot Media va presentar la versió definitiva de la nova APP per smartphone de Comertia, creada amb l'objectiu de ser l'eina de comunicació que unifiqui les vies de divulgació i diàleg entre les empreses associades.

Després els assistents a la reunió van poder debatre sobre els "Efectes dels nous tipus impositius de l'IVA" i compartir les seves experiències sobre com els està repercutint la pujada de l'IVA i la visió de la situació actual al nostre país

20/11/12. SANTIVERI.



La successió familiar al llarg de més de 125 anys

Ponent:

Jorge Torres

Director general de Santiveri

El 20 de novembre vàrem tenir la ocasió d'escoltar un cas real de transició familiar d'una interessant empresa amb més de 125 anys d'història: Santiveri. El seu director general, el Sr. Jorge Torres, quarta generació, ens va explicar de primera mà com l'empresa ha anat superant la successió en cada generació, tot adaptant-se als canvis socials, polítics, econòmics i en definitiva, de mercat, fins arribar als nostres dies.

En la primera part de la reunió el Sr. Ricard Agustí, director general de de Family Business Solutions (soci col·laborador de Comertia), ens va presentar una sèrie de recomanacions per a la continuïtat de l'empresa familiar, i ens va exposar alguns exemples de situacions complexes de successió familiar que s'agregen amb la crisi que estem vivint. Posteriorment els socis van poder debatre i fer preguntes.

3.2. Tallers d'intercanvi

Els Tallers d'Intercanvi són debats d'intercanvi d'informació i experiències entre els responsables d'àrees funcionals de les empreses al voltant de temes específics i tècnics que ocupen bona part de la seva gestió. Des de Comertia s'articulen aquestes reunions per a les diferents àrees: Finances, RRHH, Màrqueting, Sistemes, Logística, Compres, etc.

L'horari dels Tallers d'Intercanvi és de 9:30h a 11:30h i la temàtica de la reunió es treballa bé a partir del cas concret d'una empresa de Comertia, bé de la mà d'un soci col·laborador o d'una experiència externa d'interès. Els tallers d'intercanvi conclouen amb un debat posterior per conèixer diferents solucions, experiències i punts de vista entre els assistents.

Al llarg de 2012 Comertia ha organitzat 13 tallers d'intercanvi en les diferents àrees d'activitat:

17/01/12. SISTEMES.**Reducció de costos amb les noves tendències en TIC.****Passarel·les de Pagament, Gestors VPN i Cloud Computing**

Ponent:

Gerard Mancebo

Gerent de Saima Sistemes

En aquest taller d'intercanvi vam poder conèixer les virtuts i els avantatges de diferents sistemes de comunicació: passarel·les de pagament, gestors VPN i la revolució del cloud computing.

Dos dels nostres socis van compartir la seva experiència:

El Sr. Víctor Ruiz, d'Establiments Viena, va compartir la seva experiència amb sistemes Saiwall VPN i Servidor SPEC.

La Sra. Marta Herrera, del Grup Gerplex, va explicar la seva experiència amb la passarel·la de pagament.

Quina pot ser la millor opció: passarel·les pròpies o alienes? O una passarel·la conjunta Comertia? Aquest va ser el títol del debat que posteriorment va tenir lloc entre els caps de sistemes de les empreses de Comertia, per avaluar la viabilitat o no de tenir una passarel·la de pagament conjunta entre algunes empreses de Comertia.

09/02/12. RRHH.**Beneficis socials a les empreses**

Les empreses treballen contínuament diferents eines que permetin als treballadors sentir-se a gust en el desenvolupament de les seves tasques i que els involucrin en l'empresa: comunicació, estar propers, informació, transmetre la situació actual, consecució d'objectius, reconeixement, projectes de futur, construcció conjunta, etc. són alguns dels aspectes tractats.

És el mateix un benefici social que una política de motivació? Si l'empresa coneix les motivacions dels seus treballadors i assigna tasques en funció d'aquestes, pot aprofitar millor els potencials del personal i augmentar la seva productivitat sent millor la qualitat del treball, els resultats obtinguts i l'aportació que el treballador està disposat a oferir a l'empresa.

02/03/12: LOGÍSTICA.

Intercanvi sobre logística entre empreses Comertia

El divendres 2 de març es van reunir els membres de la comissió logística al nou magatzem de Casas per debatre sobre els termes logístics i aspectes relacionats en l'àmbit logístic de les empreses de retail:

- Aplicacions del transport: com organitzem les rutes, com assegurem el producte, descàrregues de nit
- Cost real sobre vendes
- Reclamacions
- Ratis: producte/persona, passos/persona, Kgs./persona, línies/persona, balanç/persona
- Com organitzem les rutes entre les botigues
- Com organitzem els traspassos entre botigues
- Externalitzacions de la logística: punts forts/febles
- Pèrdua desconeguda

08/03/12. SEGURETAT.



La Seguretat a l'establiment comercial. Com transformar la despesa de seguretat en inversió

Ponent:

Prosegur

En la reunió, liderada per Prosegur es van debatre diferents casos i experiències per part dels assistents sobre les problemàtiques de seguretat més comuns a les nostres botigues: la gestió de l'efectiu a les botigues, la caixa de seguretat, la pèrdua desconeguda, els robatoris, els incendis, la vigilància: seguretat presencial o seguretat a distància, etc.

Des de Prosegur ens varen explicar diferents sistemes per millorar la seguretat als establiments i com rendibilitzar la inversió en seguretat als establiments.

26/03/12. RRHH.



**Aspectes Clau de la Nova Reforma Laboral.
Com afecta a les nostres empreses?**

Ponent:

Albert Rodríguez

Soci del Departament Laboral de Roca Junyent

El Sr. Albert Rodríguez, soci del Departament Laboral de Roca Junyent, i que compta amb una àmplia experiència en assessorament en matèria laboral i de Seguretat Social, ens va explicar en quins punts afecta o pot afectar a les empreses de retail l'aprovació de la nova reforma laboral, així com punts claus per una aplicació àgil i efectiva. A la reunió també hi va assistir el Sr. Santi Pagés soci del Departament de Dret Mercantil de Roca Junyent.

Entre altres, es van tractar temes com: aspectes clau de la nova reforma laboral, com afecta a les empreses, la contractació temporal, la limitació d'hores extres dels treballadors, quines són les bonificacions per contractació que reben les empreses, etc.

El taller va finalitzar amb l'aclariment i consultes dels socis i amb un intercanvi d'opinions entre els assistents.

26/04/12. RRHH.

Presentació Informe Sectorial de Remuneracions

Ponent:

Josep Capell

Director general de CEINSA

L'Informe de retribucions COMERTIA-CEINSA 2011-2012, presentat pel director general de CEINSA i responsable de l'estudi, Josep Capell, va ser presentat als responsables de RRHH i directors generals de les empreses Comertia. La conclusió principal de l'estudi va ser constatar que aquelles posicions relacionades amb vendes, compres i gestió de personal són les que havien tingut una evolució més favorable respecte l'anterior informe de retribucions 2009.

L'objectiu de l'estudi és aportar eines específiques per a la gestió dels recursos humans en el sector del comerç així com disposar d'informació fiable sobre les remuneracions vigents en el mercat tant nacional com internacional.

Amb aquest estudi també s'estableix una comparativa amb anteriors informes sectorials de retribucions (realitzats cada dos anys des de l'any 2003).

09/05/12: LOGÍSTICA.

Externalització de magatzems, avantatges i inconvenients

Ponent:

Salvador Ros

Director general de RMT Logistics

Els responsables de logística de les empreses de Comertia es reuneixen per fer una visita a RMT Logistics, un magatzem que gestiona la logística de diferents marques i sectors. La visita va anar a càrrec del Sr. Salvador Ros, director general de RMT Logistics. Després de la visita vàrem tenir una reunió-debat per analitzar els avantatges i els inconvenients de l'externalització de magatzems.

16/05/12. MÀRQUETING.

“Kit de supervivència en l'era digital: estratègies de Màrqueting”

Ponent:

Marc Cortés

Soci-director de RocaSalvatella

En un context de canvis profunds, aquest Taller d'Intercanvi va tenir com a objectiu oferir als Caps de Màrqueting de les empreses Comertia, recomanacions concretes sobre com enfocar l'activitat de les seves empreses en l'entorn digital.

El taller va estar liderat per un expert en l'àmbit del màrqueting digital, Marc Cortés (Barcelona, 1974) soci-director de RocaSalvatella empresa de consultoria estratègica sobre els usos que les empreses i institucions poden fer a la xarxa.

Ens va presentar les diferents estratègies digitals aplicades a casos pràctics de reconegudes empreses de Retail. També es van tractar necessitats reals d'un establiment comercial segons tipologia de sectors: restauració, serveis, botigues, etc.

Finalment la reunió va acabar amb un intercanvi d'experiències positives i negatives, en l'aplicació de campanyes o estratègies de màrqueting digital.

12/07/12. RRHH



Formació i Retribució flexible

Ponent:

Montse Lucas

Responsable de l'Àrea de Persones de MRW.

La Sra. Montse Lucas, responsable de l'Àrea de Persones de MRW, ens va explicar el Pla de Retribució Flexible que tenen a l'empresa. Aquest pla consisteix en percebre part del salari en productes i/o serveis. Suposa un estalvi fiscal per qui ho percep perquè aquests productes/serveis estan exempts d'IRPF i a la vegada és una eina de motivació pels treballadors.

18/09/12. MÀRQUETING.



Com ser una marca rellevant en temps de crisi?.

Ponent:

Jose G. Estrada

Membre fundador i Director Estratègic de Proxímia

En un moment d'incertesa econòmica i de grans canvis tecnològics i socials, les marques que vulguin ser rellevants pel consumidor estan obligades a millorar el valor que li ofereixen i la seva connexió amb ells.

En aquest Taller d'Intercanvi de Màrqueting, Havas Media va compartir amb els responsables de màrqueting de Comertia les principals conclusions del seu estudi "Meaningful Brands", el primer índex a nivell internacional que connecta les marques amb el benestar de les persones i de la societat. Basat en una investigació de mercat realitzada a més de 50.000 persones, analitzant 300 marques en 14 països, l'estudi permet determinar quines variables fan que les marques siguin més rellevants pel consumidor. Havas Media va compartir la seva experiència de més de 5 anys investigant el consumidor i els mitjans locals per ensenyar-nos com construir marques rellevants a nivell local.

09/10/12. EXPANSIÓ.

Internacionalització en retail

Primertaller d'intercanvi d'internacionalització on vàrem compartir, debatre i plantejar totes aquelles preguntes o dubtes que tinguéssim relacionades amb la internacionalització de les empreses de Comertia.

L'objectiu d'aquest taller va ser:

- Compartir entre aquells que ja estan internacionalitzats i aquells que volen internacionalitzar-se.
- Explicar experiències en diferents països, formats ó fórmules d'exportació, etc.
- Plantejar futurs fòrums de debat.
- Concretar o parlar sobre possibles projectes conjunts.
- Oferir informació sobre entitats que ajuden a la internacionalització: ACC10, ICEX (viatges de prospecció, estudis, filials, etc).

18/10/12. RRHH.

L'excel·lència personal

Ponent:

Alexandra Panayotou
Atleta d'Ultrafons

El 18 d'octubre vam tenir l'oportunitat d'escoltar a l'atleta ultra fondista Alexandra Panayotou, la qual, a partir de la seva experiència personal, ha desenvolupat un programa de creixement cap a l'excel·lència.

A través d'aquest programa l'atleta intenta motivar la nostra excel·lència personal, com a persones i com a líders, i ajudar-nos a assolir-la. Ahora, ens va donar eines útils per aconseguir que els nostres equips també estiguin motivats i assoleixin la seva pròpia excel·lència personal.

La complexitat del moment empresarial que vivim sol ser un tema que apareix amb freqüència a les nostres converses: la caiguda generalitzada de les vendes, la reducció dels marges, la necessitat de reduir els costos operatius, haver de fer més amb menys, les pressions per trobar noves maneres de fer i noves oportunitats.

Amb tot, gairebé sempre solem coincidir en la importància de les nostres actituds davant aquestes situacions, i com acaben influint en les nostres decisions i els nostres equips. Sabem que ser capaços de donar el bo i millor de nosaltres, i de comptar amb persones excel·lents als nostres equips, és cabdal.

29/11/12. RRHH.**Eines de comunicació interna**

En aquest taller d'intercanvi d'informació entre els responsables de RRHH es van exposar les diferents eines de comunicació interna que utilitzen les empreses a l'actualitat per avaluar què funciona i esdevenir millores individuals a partir de l'experiència dels altres. L'objectiu de la comunicació interna és aconseguir una comunicació fluida entre els establiments i la central, així com una involucració més propera per part dels treballadors.

Algunes eines de comunicació que utilitzen les empreses: intranet, portal d'Internet intern, ordinadors comuns en zones comuns, xarxes socials externes, newsletter mensual, cartells informatius als establiments, reunions periòdiques amb els responsables i amb el personal, apartat de suggeriments pels treballadors, reunions anuals amb lliurament de premis als treballadors, sopar de Nadal.

3.3. APP COMERTIA

Actualment és necessari oferir eines digitals avançades que permetin la comunicació i informació ràpida, àgil i d'una manera fiable entre les empreses associades així com de cara a altres empreses, institucions o persones vinculades al món del Retail.

Des de Comertia s'han treballat dues eines digitals per arribar més directament al soci i per oferir una imatge actual i dinàmica:

- APP MÒBIL
- NOVA WEB ADAPTADA A LA FUNCIONALITAT DE L'APP



L'objectiu és:

- Aconseguir un espai a internet amb més visibilitat i caràcter més funcional i gràfic, alhora que un instrument bàsic, àgil i ràpid per conèixer les activitats que Comertia desenvolupa com a Associació. Es pretén que la informació tingui un caràcter dinàmic i poder actualitzar els continguts d'una manera funcional i accessible.

3.4. OTEC - COMEX

- Traslladar l'activitat habitual de Comertia als dispositius mòbils i on line (nova web) per afavorir el coneixement de Comertia com a grup i contribuir a facilitar l'aprofitament de sinèrgies (a l'APP les empreses obtenen informació sobre els diferents punts de venda arreu de tot el territori nacional i internacional, es comuniquen directament des de qualsevol lloc via xat, reben convocatòries de reunions, afegixen promocions, serveis de geo localització, etc.)

Es tracta d'una eina de comunicació que unifica les vies de divulgació i diàleg entre les empreses associades i l'associació, on es prioritza la informació de caràcter funcional i gràfic, amb caràcter d'instrument bàsic per conèixer totes les activitats que Comertia desenvolupa com a Associació.

L'APP Comertia disposa d'agenda d'activitats, xat, informació detallada de les ubicacions de les botigues de les cadenes Comertia, informació dels representants de les diferents àrees de les empreses associades, amb l'objectiu de facilitar la pro activitat i el coneixement entre els membres.

L'aplicació està disponible amb les tecnologies Android i iOS.

Des de l'OTEC, Oficina Tècnica d'Expansió de Comertia, es facilita als socis informació per a l'expansió i la internacionalització cercant sinèrgies conjuntes que els permetin col·laborar entre ells en aquelles iniciatives d'implantació conjunta, destinacions o projectes de comú interès.

Per tal de prioritzar i aprofundir en temes, es crea la Comissió d'Internacionalització de Comertia amb l'objectiu de:

- Compartir informació entre empreses que ja estan internacionalitzades i aquelles que tenen algun interès en internacionalitzar-se.
- Explicar experiències en diferents països, formats ó fórmules d'exportació, etc. Plantejar dubtes, com exportar? què fer?, etc.
- Plantejar fòrums de debat.
- Treballar projectes conjunts.
- Informació sobre ajuts a la internacionalització.

3.5. Comertia Persones

A banda dels serveis de l'OTEC impulsats per la Comissió d'Internacionalització, el setembre de 2007 va néixer COMEX (Comertia Expansió i Gestió d'Actius, S.A.) una empresa fundada per membres de Comertia amb l'objectiu de treballar en el creixement i posicionament de les seves marques. COMEX presta serveis d'assessorament i consultoria empresarial en el món del Retail:

- Pla d'Expansió: definició estratègica del Projecte/estudi de mercat.
- Estudi de viabilitat i anàlisi de la rendibilitat.
- Negociació dels contractes.
- Estudis d'implantació conjunta.
- Assessorament en la promoció i gestió dels Projectes.
- Elaboració del Business Plan.
- Assessorament, tramitació i seguiment dels permisos i llicències.
- Gestió patrimonial d'Actius Immobiliaris.

Pàgina web: www.comertiaexpansio.net

Des de Comertia Persones s'ofereixen serveis que satisfacin les necessitats de les empreses des del punt de vista de les persones, laboral i de RRHH.

1. TALLERS D'INTERCANVI: adreçats als caps de Recursos Humans de les empreses on s'intercanvia informació i experiències sobre diferents temes específics i tècnics que ocupen bona part de la seva gestió: absentisme laboral, sistemes de retribució, avaluació de l'acompliment, comunicació interna, beneficis socials, etc.

2. FORMACIÓ: específica adaptada a les necessitats de les empreses. Segons la necessitat del context socio-econòmic, des de Comertia s'articulen vies de col·laboració per a impulsar cursos de formació en matèria de comerç i retail per a donar resposta a les necessitats dels seus socis.

3. COL-LABORACIÓ amb diferents empreses, escoles i institucions que ofereixen formació específica en Retail: ESCODI, ESCI, EADA, BCM RETAIL, etc.

4. SELECCIÓ: de personal per al punt de venda. Col·laboració amb l'empresa bcm RETAIL.

Més informació: www.bcmretail.net

5. ASSESSORAMENT: sobre aspectes de recursos humans, personalitzat per a cada necessitat: sistemes d'avaluació de l'acompliment, sistemes de retribució, etc. Col·laboració amb l'empresa CEINSA.

Més informació: <http://www.ceinsa.es/>

6. GESTIÓ DE LA TEMPORALITAT: recerca de treballadors de manera temporal responnent a les necessitats de cada perfil professional. Col·laboració amb l'empresa AXXON.

Més informació: <http://www.axxon.cat>

7. INFORMACIÓ TÈCNICA: sobre ajuts, inspeccions, reglaments, etc., en matèria laboral.

FORMACIÓ

Aquest 2012, Comertia i la Cambra de Comerç van organitzar conjuntament el Curs **“Rendibilitat en el punt de venda”**.



La Junta directiva de Comertia va detectar la necessitat de treballar en el disseny d'un nou curs adreçat als responsables d'establiments, el programa del qual respongués a les necessitats específiques de Comertia, i a l'hora que tingués un caràcter dinàmic i interactiu entre els diferents alumnes seguint l'esperit de Comertia de compartir i aprendre a la vegada.

El 17 d'abril el president de Comertia, Jordi Tarragona va fer la inauguració del curs, on van participar un 94% d'empreses Comertia. Per a l'elaboració del programa d'aquest curs van treballar conjuntament els responsables de recursos humans de les empreses associades a Comertia, amb la coordinació de la gerent de l'associació, Elisabet Vilalta.

3.6. Resum de premsa

Comertia envia als seus socis, directius generals i directius d'àrea, un resum de notícies diari sobre l'actualitat del sector retail, tant amb notícies de les empreses associades com de marques líders del sector de la distribució. Les temàtiques que més interessen als socis són la internacionalització de conceptes i marques comercials, les tendències de consum, projectes immobiliaris comercials, actuació de les grans marques de referència en retail i articles d'opinió de líders d'opinió i professionals en matèria de finances, empreses i retail.

A principis de 2012, Comertia va realitzar una enquesta d'opinió entre els socis per conèixer la valoració d'aquest servei, i recollir temàtiques de més interès en el contingut de les notícies. Les conclusions de l'enquesta van assenyalar un alt grau de fidelització (97'7%) per aquest servei i una gran conformitat en la recepció del resum abans de les 9h del matí (82'6%). El 95'6% dels socis van valorar amb un 4 i 5 (notes màximes) la selecció de les notícies.

El resum de premsa és un servei exclusiu pels socis de Comertia i s'envia diàriament per correu electrònic.

4.1. Assemblea General de Comertia

L'Assemblea General Ordinària de Socis de Comertia és la trobada anual on es ratifica l'entrada de nous socis, s'aprova l'estat financer i els comptes anuals i es presenta el pla estratègic d'actuació per l'any següent, amb nous projectes i vies d'actuació en matèria de defensa dels interessos del sector.

L'Assemblea General de Socis es va celebrar el 25 de juny de 2012, i va renovar la seva Junta Directiva amb un afectuós comiat a Jordi Tarragona –director general de la cadena de mobles Expo Mobi- qui va ocupar el càrrec de president des de juny de 2010, i va donar la benvinguda a Silvio Elias, co-fundador i director general dels supermercats ecològics Veritas.



En el seu discurs de comiat Jordi Tarragona va fer esment dels èxits de l'Associació al llarg d'aquests deu anys, passant de 5 socis fundadors a 58 empreses adherides al mes de juny. El president sortint va fer un repàs també dels principals canvis que ha viscut el sector de la distribució en aquests deu anys, relatats a partir d'històries empresarials de Comertia, des de l'entrada de l'euro, la integració vertical en ambdós sentits: de fabricants en re-

tailers i de retailers en fabricants, la professionalització dels diferents departaments, la proliferació de centres comercials, l'arribada de les botigues on line, l'obertura a nous segments i mercats o la creació de diferents conceptes comercials per part d'una empresa.



Totes aquestes experiències bolcades a la resta de socis constitueixen el model d'associacionisme productiu amb que s'identifica Comertia, que té a veure amb l'aprofitament de sinèrgies per a guanyar competitivitat. En aquesta línia de projectes conjunts, Jordi Tarragona va citar, entre d'altres, la implantació al Mercat de Santa Caterina (2005), la creació de COMEX (2007), el portal on line de descomptes per a treballadors de Comertia (2011) o la posada en marxa de l'Indicador de Retail mensual (2011), amb dades reals i per avançat sobre la situació de les vendes.

Tarragona va agrair també als socis la seva implicació i compromís amb Comertia "per col·laborar a que aquest sector econòmic s'entengui com un sector clau per a la recuperació del nostre país: pel volum de factura-

ció conjunta, pel nombre de persones que hi treballa, per l'atractiu turístic i per la capacitat de creació de llocs de treball que suposa l'obertura constant de nous punts de venda”.



Per la seva banda, el nou president de Comerçia, Silvio Elias, va agafar “amb molta il·lusió aquesta responsabilitat perquè crec en el potencial de Comerçia” i va agrair a tots els integrants la tasca duta a terme fins ara”. Silvio Elias va assenyalar també que centrarà l'actuació de Comerçia en dos eixos principals: “internament, ens esforçarem per a mantenir l'intercanvi d'informació entre els socis (la part de “net”) i mirarem de concentrar-nos en el “working”, és a dir, en eines que ens ajudin a ser productius entre nosaltres mateixos. Externament, treballarem per a fer més visibles les marques de Comerçia al territori, realçant el lideratge i la singularitat dels nostres conceptes comercials enfront la tendència a l'homogeneïtzació que impera a la resta de ciutats del món.”



4.2. Acte 10è Aniversari Comertia

L'Acte "10 Anys Compartint per Competir" organitzat per Comertia amb motiu del seu desè aniversari va ser presidit pel president de la Generalitat de Catalunya, M. Hble. Sr. Artur Mas, i va comptar amb la presència de l'alcalde de Barcelona, l'Excm. Sr. Xavier Trias, el Conseller d'Empresa i Ocupació, Hble. Francesc Xavier Mena, la directora general de comerç interior del Ministerio de Economía y Competitividad, Carmen Cárdeno, i el director general de comerç, Josep Maria Recasens, entre d'altres autoritats.

L'acte va consistir en un sopar al Grand Marina Hotel, conduït pel moderador Manel Belso, i va començar amb el discurs de benvinguda del president de Comertia, Jordi Tarragona, seguit dels parlaments del 4 socis de Comertia que han estat presidents de l'entitat. Tot seguit, el president de la Generalitat de Catalunya, M. Hble. Artur Mas i l'Alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Excm. Sr. Xavier Trias van procedir al lliurament de Reconeixements als socis de Comertia que celebraven 10 anys associats a l'entitat.

Després del lliurament, el president i l'alcalde van fer un discurs per als assistents amb motiu del 10è Aniversari de Comertia.







Josep Andreu	ANDREU LA XARCUTERIA	German Cid	CASA VIVA - GRUP GERPLEX
Benito Garcia	BENITO SPORTS	Xavier Vidal	GRUP VIDAL
Jordi Casas	CASAS SABATERS	Gabriel Jené	LA MALLORQUINA
Javier Cottet	COTTET ÒPTICS	Francesc Planas	PERFUMERIA REGIA



DISCURS ACTE 10 ANYS DE COMERTIA



Comertia, 10 anys junts

Sembla mentida però és veritat, portem ja 10 anys de Comertia, i és un bon moment per a fer balanç.

En primer lloc recordar: Per què pertànyer a Comertia? Per compartir. Els comertians compartim experiències, inquietuds, informació, projectes. Compartim il·lusions i amistat. I això ho fem perquè creiem que “en el compartir rebem més del que donem”.

Han sigut 10 anys de moments bons i darrerament sobretot reptadors. Amb realitzacions i creixement. I també amb somnis trencats i sacrificis. Anys en els que hem demostrat valors tan importants com el treball dur, la col·laboració, l'emprenedoria, l'esperit constructiu i positiu, i sobretot la voluntat de compartir.

Durant aquests 10 anys, a Comertia,

- Hem rebut el premi a la Millor Iniciativa Comercial de la Generalitat 2004.
- Hem fet Implantacions conjuntes com al Mercat de Santa Caterina amb 7 marques Comertia al 2005, entre les quals trobem Benito Sports i Andreu Xarcuters.
- Hem creat COMEX: Comertia Expansió i Gestió d'Actius, per tal d'ajudar als processos d'expansió i a la gestió dels actius d'immobiliari comercial.
- Hem rebut el reconeixement CECOT per la millora d'activitats i serveis als associats 2009.
- Hem realitzat 9 Jornades Tècniques, per compartir, també amb no comertians, les experiències d'Inditex, Cortefiel, Imagi-

narium, Mango, Munich i Nespresso entre d'altres.

- Hem editat 9 llibres de la col·lecció Comertia Management Retail, amb la voluntat de divulgar el tarannà del retail amb vocació de lideratge.
- Hem iniciat el curs Comertia Cambra per a Responsables de Punt de Venda.
- I des d'octubre de 2010 donem difusió a l'Indicador Comertia, primer indicador, i per tant avançat, que es publica cada mes sobre l'evolució de les vendes de retail.

I el més important és que avui, 10 anys després de la seva constitució, amb la recent incorporació de El Taller i de Muji, Comertia està formada per 58 empreses. Tenim més de 4.800 punts de venda; ubicats al principals carrers i centres comercials. Facturem més de 5.000 milions d'euros i donem feina a més de 42.000 persones. El 46% de les empreses de Comertia tenim punts de venda a la resta d'Espanya, i el 16% a la resta del món. L'any 2012 vam obrir 114 punts de venda.

I malgrat tot aquest creixement, els Comertians continuem mantenint viu l'esperit funcional de “compartir per competir”.

Comertians! Som uns privilegiats. Tenim un tresor que consisteix en experiències i amics. Cadascun de nosaltres ha donat una part d'ell mateix a la resta durant aquests 10 anys. Gràcies a tots per la vostra implicació.

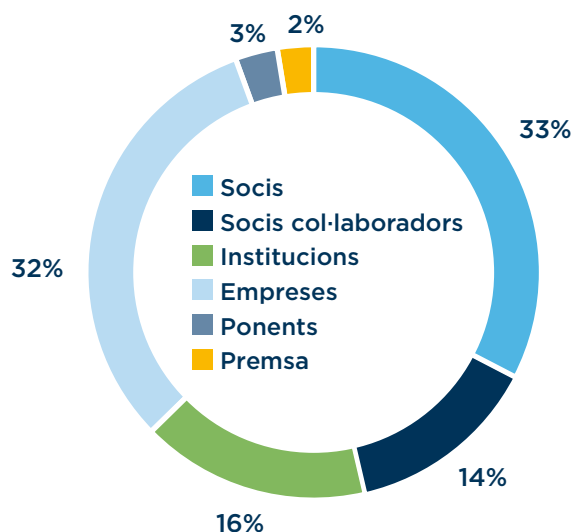
Jordi Tarragona

exPresident de Comertia

4.3. X Jornada Retail Comertia

Comertia va celebrar la seva X Jornada de Retail el dilluns 12 de novembre al Cosmocaixa sota el títol “**Polarització en el Consum: luxe-low cost**”.

L'any 2012 l'assistència a la X Jornada de Retail Comertia va ser de 233 professionals del sector, amb procedència segmentada en el següent gràfic:



Coincidint amb el 10è aniversari, aquesta edició de la Jornada anual de Retail va comptar amb set empreses referents en el món del retail: **LetsBonus, Unión Suiza, Semon, Nosstrum, Santa Eulalia, Macson i Forever21.**



El Sr. Silvio Elias, president de Comertia, va donar la benvinguda als més de dos cents assistents a l'acte. Acte seguit, la Sra. Sò-

nia Recasens, segona Tinent d'Alcalde de l'Ajuntament de Barcelona i el Sr. Santi Pagès, moderador de la Jornada van fer la inauguració i introducció a la Jornada.

Per la seva banda, Sònia Recasens, segona tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, va inaugurar la X Jornada de Retail reconeixent el potencial econòmic de l'empresa familiar del retail integrada a Comertia. Segons Recasens, “Barcelona ha de ser la punta de llança de sortida d'aquesta crisi, representa aquest dinamisme, aquesta mostra d'empreses és l'actiu que necessita el país per tirar endavant.”



Santi Pagès, economista i moderador de la Jornada, va fer un breu anàlisi situacional de l'economia del nostre país, i va assenyalar que “en totes les etapes de recessió sempre hi ha situacions que ens poden ser favorables per al retail com són el personal qualificat, les retribucions, l'accés a l'activitat, inversions en lloguers comercials en millors zones comercials i equipaments”. A més, tot i la incertesa econòmica a curt i mig termini, Pagès va assenyalar que l'evolució en els hàbits de compra dels consumidors passa sí o sí per les noves tecnologies mòbils.

LETS BONUS.

L'Èxit del low cost en temps de crisi.



Gemma Sorigué, vicepresidenta de Lets-Bonus va esmentar que un dels èxits de l'empresa és oferir el que vol el consumidor amb menys poder adquisitiu, la qualitat de sempre amb descompte, busca “el chollo”, l'oportunitat. LetsBonus, empresa participada en la seva majoria per l'americana Living Social, va afirmar tenir un EBITDA positiu, i s'ha obert recentment a dos noves categories més d'oferta de serveis, Oci i Viatges; compta amb 6 milions de subscriptors i està present a 97 ciutats del món.

UNIÓN SUIZA.

El luxe que traspasa les fronteres del temps.



Unión Suiza de la mà del seu gerent Lluís Vendrell, sisena generació, va defensar la voluntat de la companyia de donar-se a conèixer en el

seu segment luxe amb un posicionament de producte “clàssic d'avantguarda”. Vendrell va informar sobre la feina feta per la companyia en la darrera dècada preparant l'empresa per a l'expansió, principalment a través de la venda on line i l'obertura de franquícies sota la marca Unión Suiza 1840.

TAULA RODONA:

Polaritat d'empreses, polaritat de consumidors?. Semon, Nostrum, Santa Eulalia, Macson, Forever 21.



Per a Montse Tarrida, gerent de Semon, la crisi no ha fet rebaixar el preu ni la qualitat dels seus productes perquè l'obsessió per emprar bona matèria prima els deixa poc marge. Amb tot, reconeix que en un moment de descens de consum, cal donar valor a l'oferta, i en aquest sentit, Semon compta amb una nutricionista responsable de confeccionar dietes de tot tipus, així com organitza sessions entre clients i proveïdors per tal de posar en contacte els seus proveïdors amb els clients i permetre una millor entesa entre consumidor i fabricant.

Per la seva banda, Nostrum, The Home Meal Replacement, amb 47 establiments lidera

el mercat català de “menjar de la mare per emportar”. Arrel de la crisi i arrel d’una més acusada baixada de facturació en el primer trimestre de 2012, van fer una avaluació conclouent que “tots érem més pobres”, així que van prendre la crisi com una oportunitat, decidint adaptar-se a la demanda amb una campanya “ultra low cost”: 1€, 2€ i 3€. Per a Quirze Salomó, gerent de Nostrum, “aquesta estratègia és una revolució de justícia que els ha permès duplicar el nombre de clients diaris, i incrementar un 30% la facturació”.

Santa Eulalia és una empresa de quarta generació, que compta amb un únic punt de venda de 2000 metres quadrats al Passeig de Gràcia amb tres plantes destinades a les grans marques de moda internacionals. Neix el 1843 a La Boqueria i des de 1940 està a Passeig de Gràcia, “per ser un dels carrers comercials bons del món”. Segons Lluís Sans, propietari de la firma, “abans de la reforma de Passeig de Gràcia comptàvem amb un 10% de clients de fora d’Espanya, i ara tenim més del 30%”. La botiga Santa Eulalia és un establiment emblemàtic i pol turístic a Barcelona.



Macson, empresa també de 4ª generació, ha decidit fer front a la crisi amb una forta expansió i la creació d’una línia de low cost. No-

més aquest 2012 ha obert 12 punts de venda i l’objectiu és tancar el 2013 amb prop de 60. Va anunciar una nova obertura a la T1 de Barajas, una botiga emblemàtica i amb 250m2, que té com a finalitat ser el primer pas per projectar internacionalment la marca al món.

La marca americana de low cost Forever 21 va néixer a Los Angeles al 1984, i compta amb 540 botigues arreu del món amb un posicionament de moda adreçada a un segment “fashion victim”. Al 2010 va entrar a Europa, i va tenir molt clar que Barcelona seria la seva porta d’entrada a Espanya, per la seva innovació i disseny. Concretament la inauguració va ser el 4 de juny de 2012, amb una botiga de 4.000 m2 al centre comercial La Maquinista. Forever 21 va preveure tancar 2012 amb 14 punts de venda a Europa. Segons Alba Albert, directora de retail a Espanya de Forever 21, “a Espanya la marca té un posicionament molt de preu i a EEUU, on la marca és més barata, el posicionament és d’última tendència a preu assequible”.

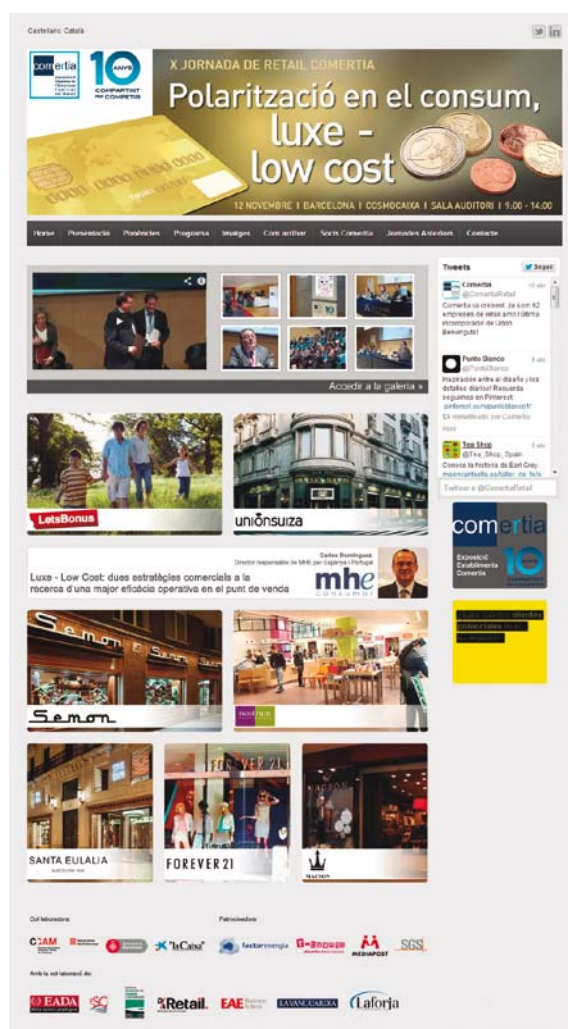


El Conseller d’Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, el Sr. Francesc Xavier Mena i el president de Comertia, el Sr. Silvio Elías van fer la cloenda de l’acte.



El Conseller d'Empresa i Ocupació, Francesc X. Mena va aplaudir les noves estratègies comercials de les marques presents per adaptar-se a la polarització en el consum i va afirmar tenir esperança en que no es disolés la classe mitjana. El Conseller Mena va assenyalar també que “l'Administració seguirà estimulants l'economia de la millor manera que podem per facilitar les activitats econòmiques, estant molt propers a les empreses, com ho demostra el Decret Llei sobre l'activitat comercial en el que ens agradaria que Comertia participés de la redacció d'aquest marc normatiu que ha de contribuir a fer créixer el sector”.

En aquesta edició dels 10 anys de Comertia, la X Jornada de Retail va comptar amb el suport com a patrocinadors d'empreses líders en els seus sectors d'activitat, com Factor Energia, empresa del sector energètic distribuïdora i comercialitzadora d'electricitat i energia neta a empreses; Mediapost, líder en serveis de màrqueting relacional que ofereix solucions multicanal per a captar clients, fidelitzar-los i afegir valor a l'oferta de productes i serveis; T-Cuento, líder en el desenvolupament de tot tipus d'eines de medició i anàlisi del comportament del tràfic peatonal a establiments comercials, i SGS, referent en serveis d'inspecció, verificació, anàlisi, proves i certificació arreu del món.



4.4. Sopar de Nadal de les Famílies Comertia

Com ja és tradició a Comertia, cada any l'Associació celebra un Sopar de Nadal amb les famílies empresàries, on els directius i fundadors assisteixen amb les seves parelles i/o familiars, germans, fills i pares.

El Sopar de Nadal de Comertia 2012 es va celebrar el dimecres 12 de desembre a l'Hotel Hesperia Presidente de Barcelona. El president, Silvio Elias, va fer un discurs de Nadal molt alentador puntualitzant en l'agraïment i confiança dipositada per part de les empreses membre i en la necessitat de defensar la singularitat de les marques comercials catalanes al nostre territori. També va animar als assistents a apostar per l'intercanvi de sinèrgies i l'aprofitament de recursos.

Després del sopar, va tenir lloc el tradicional intercanvi de regals entre les empreses de Comertia, així com un brindis per la salut de tots els associats a càrrec del President Silvio Elias.



5.1. Indicador Comertia

L'Indicador de Retail Comertia és el nom que rep l'eina que es va posar en marxa al 2010 per a poder conèixer de primera mà la realitat del retail, prenent com a mostra les pròpies empreses associades, amb l'objectiu que serveixi de diagnòstic a curt, mig i llarg termini, sobre la realitat del sector en tres aspectes clau per a la mostra d'empreses representada: vendes, nº establiments i personal.

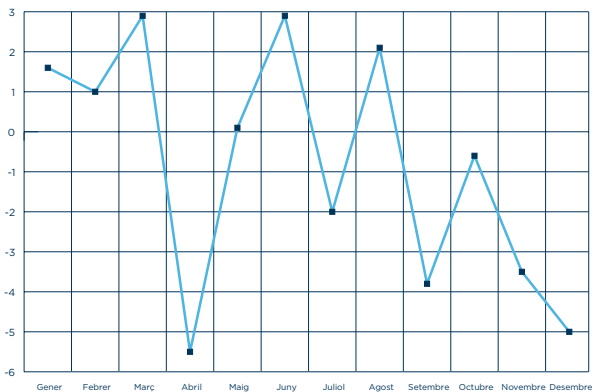
Els socis de Comertia accedeixen fàcilment a l'enquesta que reben per correu electrònic i, ja sigui a través d'ordinador o dispositiu mòbil, omplen còmoda i ràpidament les dades enviant les respostes al moment.

Amb les dades de l'Indicador de Retail Comer-tia s'elabora un informe mensual que s'envia als socis i s'envia també una nota de premsa a mitjans de comunicació per tal d'aportar in-formació de valor, actual i real sobre el sector.

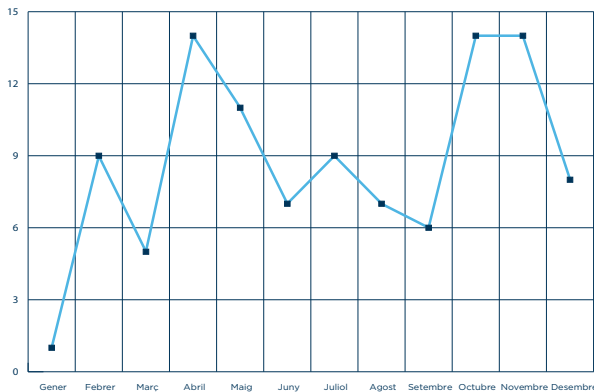
Com a objectius més específics de l'Indicador de Retail Comertia trobem:

- Oferir un servei al soci de Comertia.
- Disposar de dades reals del nostre sector.
- Convertir-se en una font d'informació de confiança dins del nostre sector.

Vendes 2012



Obertures 2012



5.2. Col·lecció Management Comertia Retail

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, sempre relacionada amb la línia ideològica de treball de l'entitat, que es decideix en l'Assemblea General de Socis.

Amb motiu dels 10 anys de l'entitat, al 2012 Comertia ha volgut fer un parèntesi amb l'edició d'un llibre inèdit dins la col·lecció, per a recopilar totes les històries de Retail d'èxit de les empreses associades.

“Històries d'Èxit en Retail:

10 Anys compartint per competir”



Recopilatori de les històries empresarials d'èxit en retail de les marques familiars catalanes associades a Comertia.

Editat al novembre de 2012

La resta de títols que formen part de la Col·lecció Management Comertia Retail són:

1. “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 2003.

2. “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 2004.

3. “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 2005.

4. “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 competitius. 1ª edició gener de 2006.

5. “Branding en Retail”



Com aconseguir fer marca, per què serveix la marca, utilitat pràctica, necessitats d'avui,... tot enfocat des del punt de vista de les empreses de retail. Editat al gener de 2007.

6. “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. Editat al desembre 2008.

7. “Productivitat en Retail”



O el que és el mateix, com treure el màxim rendiment dels nostres recursos per guanyar eficiència i competitivitat en el mercat. Editat al novembre 2009.

8. “Històries d'Èxit en Retail: Com reinventar-se”



Recopilatori de 8 casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes escrits pels propietaris de les cadenes. Editat al novembre 2010.



9. “Històries d'Èxit en Retail: Com Generar Oportunitats”

Recopilatori de 7 casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes escrits pels propietaris de les cadenes. Editat al novembre 2011.

5.3. Guia de l'Empresa Familiar

La Diputació de Barcelona va fer l'encàrrec a Comertia de realitzar la “Guia de Recomanacions per a la continuïtat de l'empresa familiar del comerç”, un document que arrauleix l'essència de l'empresa familiar, els seus valors, les claus per a la continuïtat, protocols d'actuació i alguns exemples de casos reals.

A l'hora de plantejar la guia de recomanacions, es va tenir en compte que el sector del comerç, tot i la seva complexitat, mereix ser considerat com uns dels sectors estratègics del país, per la seva antiguitat i per la seva gran contribució a generar riquesa. En aquest sentit, la guia va adreçada tant a famílies empresàries de petits establiments locals com a cadenes de botigues que poden estar localitzades a altres indrets del territori i també a l'estranger.

Aquesta complexitat empresarial acostuma a anar acompanyada de complexitat familiar, per tant, les característiques són molt diverses. No és el mateix una família que es troba preparant la transició de primera a segona generació, que una altra família que porta dècades en el negoci i unes quantes generacions superades.

Amb aquest mapa inicial, crear una guia de recomanacions que abarqués qualsevol tipologia de lector va suposar tot un repte, si bé, en les diferències de complexitat en la gestió i en les relacions família-empresa, s'estableixen uns mínims comuns denominadors que són els que recopila aquest document.

5.4. Biblioteca Comertia

L'objectiu de la guia va ser que tot el recull d'experiències, recomanacions i eines siguin d'utilitat a l'hora de planificar i portar a terme les accions clau per garantir la continuïtat de tota empresa familiar, així com per afrontar la situació en aquells casos on no pugui donar-se relleu generacional dins de la pròpia família.

A Comertia, l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar de Retail, comptem amb prop de seixanta cadenes de retail familiars, des de primera fins a sisena generació. To-tes elles són empreses familiars que, en més o menys mesura, han patit esdeveniments històrics (segona guerra mundial, guerra ci-vil, expropiació de terrenys, canvis de siste-mes polítics, catàstrofes naturals, devaluació de la moneda amb la incorporació de l'euro, etc.) que van afectar durament els seus nego-cis, i avui ens ho expliquen amb la satisfacció d'haver sabut trobar les oportunitats adients per tirar endavant.

I el que hem après de les històries empresa-rials de Comertia és que tota organització, fa-miliar i empresarial, que aconsegueix superar les seves dificultats s'enforteix i perllonga la seva continuïtat.

La Guia de recomanacions ha estat elabora-da conjuntament amb el Sr. Ricard Agustí i la Sra. Yolanda Mora de l'empresa Family Busi-ness Solutions, consultora especialitzada en empresa familiar.

El fons bibliogràfic i documental de Comertia conté més de 200 exemplars de publicacions d'estudis i gestió en retail des de diferents àmbits, i es troba físicament disponible a la seu de Comertia a Barcelona. Aquest és un servei reservat exclusivament pels socis.

6 RELACIONS INSTITUCIONALS

6.1. Reunions Comertia 2012

Comertia manté al llarg de l'any reunions amb entitats institucionals properes al seu sector d'activitat, per tal de cercar vies de diàleg en temes d'interès pel seu segment empresarial, així com per donar a conèixer la seva activitat i els membres que la conformen. D'entre els temes a tractar, en aquestes reunions Comertia fa extensiu el seu decàleg de peticions.

03/01/12
ASCEF, Associació Catalana de l'Empresa Familiar.

13/01/12
DIRECTOR GENERAL DE COMERÇ
SR. J.M. RECASENS

31/01/12
PRESIDENT CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA
SR. MIQUEL VALLS

01/02/12
MEMBRES DEL GRUP PARLAMENTARI
CONVERGÈNCIA I UNIÓ

03/02/12 i 07/02/12
DIPUTACIÓ DE BARCELONA

8/02/12
REGIDOR DE COMERÇ DE L'AJUNTAMENT
DE BARCELONA
SR. RAIMOND BLASI

20/02/12
ACCIO

13/03/12
DIRECTOR GENERAL DE COMERÇ
SR. J.M. RECASENS

GERENT DEL CCAM
SR. MIQUEL RODRÍGUEZ

29/03/12:
DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO - MADRID
SRA. CARMEN CÁRDENO

02/05/12
SECRETARI GENERAL D'EMPRESA I OCUPACIÓ
DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA
SR. ENRIC COLET

03/05/12
CONSELLER D'EMPRESA I OCUPACIÓ
DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA
SR. FRANCESC XAVIER MENA

9/05/12
REGIDOR DE COMERÇ DE L'AJUNTAMENT
DE BARCELONA
SR. RAIMOND BLASI

11/05/12
SECRETARI GENERAL DEL GRUP PARLAMENTARI
DE CDC
SR. ORIOL PUJOL

31/05/12
SUBDIRECTOR GENERAL DE COMERÇ
SR. DIEGO CALLEJÓN

2/07/12
SEGONA TINENT D'ALCALDE DE L'AJUNTAMENT
DE BARCELONA
SRA. SONIA RECASENS

17/10/12
PRESIDENT DE LA SECTORIAL DE COMERÇ DE CDC
SR. J.M. RECASENS



6.2. Col·laboracions i Presència Comertia

La integració de Comertia a entitats afins, associacions i aforaments d'àmbit autonòmic, nacional i internacional és imprescindible pel desenvolupament dels eixos d'acció de l'organització.

El reconeixement de Comertia com associació queda amplificat a través d'aquestes col·laboracions que afavoreixen l'intercanvi d'informació i coneixement, així com l'establiment d'una sòlida xarxa de contactes tant per l'entitat com pels seus associats.

Al llarg de l'any 2012, la Junta Directiva de Comertia i l'equip de gestió han tingut també una participació activa a aforaments i trobades.

Comertia i la Diputació de Barcelona organitzen un acte entre comerciants de Badalona per tractar el tema: la continuïtat en l'empresa familiar del comerç, experiències i debat.



El 19 d'abril, la Diputació de Barcelona liderada per el Diputat de Comerç i Esports, Sr. Jordi Subirana, juntament amb Comertia, representada per la seva directora, Sra. Elisabet Vilalta, organitzen un acte per tractar la importància de la continuïtat en les empreses familiars del comerç.

L'acte consisteix en una breu presentació i benvinguda per part del Diputat, Sr. J. Subirana i per part de Comertia, Sra. E. Vilalta.

Posteriorment el Sr. Ricard Agustí, director de Family Business Solutions, va fer una presentació sobre els problemes recurrents de l'empresa familiar que afecten a la successió i eines per afrontar-los.

En la segona part de la reunió, s'exposaren diferents experiències de successió per part d'empresaris de comerç: Javier Cottet (Cottet Optics), Lluís Vendrell (Unión Suiza), Maria Bertran (Forns Bertran), Ricard Boter (Drogueries Boter) i Ana Nuñez (Anudal Industrial).

Finalment va haver espai per al debat entre els assistents en el qual es van poder compartir diferents inquietuds.



Comertia i la Diputació de Barcelona organitzen un acte entre comerciants de Terrassa per tractar el tema: la continuïtat en l'empresa familiar del comerç, experiències i debat.



El 25 d'abril, la Diputació de Barcelona liderada per el Diputat de Comerç i Esports, Sr. Jordi Subirana, juntament amb Comertia, representada per la seva directora, Sra. Elisabet Vilalta, organitzen un acte per tractar la importància de la continuïtat en les empreses familiars del comerç.

En l'acte, es va fer una breu presentació i benvinguda per part del Diputat, Sr. J. Subirana i per part de Comertia, Sra. E. Vilalta.

Acte seguit, el Sr. Ricard Agustí, director de Family Business Solutions, va fer una presentació sobre els problemes recurrents de l'empresa familiar que afecten a la successió i eines per afrontar-los.

En la segona part de la reunió, s'exposaren diferents experiències de successió per part d'empresaris de comerç: Josep Andreu (Andreu Xarcuters), Lolo Hernández (Party Fiesta) i Pere Auró (La Moderna).

Finalment es va dedicar un temps al debat per resoldre preguntes als assistents, on es van poder compartir diferents inquietuds.

**“El retail com a generació de riquesa”.
Presentació del grup de treball de retail del Col·legi d'Economistes.**

Per iniciativa d'alguns socis economistes de Comertia, es crea el Grup de Treball de retail al Col·legi d'Economistes de Catalunya.

El Grup de Treball de retail és un lloc de trobada d'empresaris, acadèmics, professionals i especialistes del retail en el que es vol detectar i aglutinar als economistes que professionalment estiguin relacionats en el sector del retail; fomentar el debat i el coneixement, tant als col·legiats com a la societat en general; generar opinió de temes econòmics relacionats amb el retail i de les empreses de retail i crear un espai formatiu de qualitat.

La primera activitat que organitzà aquest Grup de Treball va ser l'acte de la seva presentació que va tenir lloc el dimarts 9 d'octubre a les 19:00 hores a la Sala d'Actes del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

PROGRAMA

- 19:00h. Benvinguda.
Il·ltre. Sr. Joan B. Casas
Degà del Col·legi d'Economistes de Catalunya
- 19:05h. Introducció.
Il·lma. Sra. Sònia Recasens
Segona Tinent d'Alcalde de l'Ajuntament de Barcelona
- 19:35h. Presentació del Grup de Treball.
Sr. Santiago Pagès
Economista
- 19:50h. Ponència.
Sr. Joan Font
President de BonPreu
- 20:30h. Cloenda.
Il·ltre. Sr. Joan B. Casas
Degà del Col·legi d'Economistes de Catalunya

“El paper del retail com a vertebrador del territori. El model comercial de Barcelona, una oportunitat per a la internacionalització del retail”.



El divendres 23 de novembre va tenir lloc a l'Hotel Fira Palace la Jornada dels Economistes d'enguany sota el lema “Territori i Competitivitat”.

En aquesta edició la Jornada va comptar amb una sessió dedicada al retail on es va tractar sobre: *“El paper del retail com a vertebrador del territori. El model comercial de Barcelona, una oportunitat per a la internacionalització del retail”*. Aquesta sessió va ser liderada per empreses de Comertia.

Jornada dels Economistes 2012

- » Presentació
- » Inauguració
- » Obertura
- » Sessió de treball
- » Sessió a les 18h
- » Sopar dels Economistes
- » 25 anys d' Economista
- » Premis
- » Patrocinadors
- [Inici web]

Territori i competitivitat

Sessió de treball 5 – El paper del retail com a vertebrador del territori. El model comercial de Barcelona, una oportunitat per a la internacionalització del retail
Horari: 11:00 a 12:15

President/a: Sr. Josep Ollé, *
president del Banc Sabadell

Introducció/a: Sr. Santiago Pagés,
economista

Ponents: Sr. Benito García,
economista i gerent de Benitosports
Sr. Gabriel Joné,
economista i director general de La Mallorquina

Amb la col·laboració de
Sabadell

Així mateix, al llarg de 2012 Comertia ha presenciat actes institucionals vinculats a la seva activitat com l'acte de celebració dels Premis a la Iniciativa Comercial de la CCAM (Generalitat de Catalunya), l'acte de lliurament dels guardons a “La millor botiga del món” que atorga l'Ajuntament de Barcelona, la Jornada d'ESCODI, el Congrés d'ANCECO, o el Congrés Nacional de Retail d'AMICCA, entre d'altres.

Els socis col·laboradors de Comertia per aquest 2012 han estat:

	www.axxon.jobs	Treball temporal, Reclutament - Selecció i Consultoria
	www.bcmretail.net/cat	Consultoria estratègica per a les petites i mitjanes empreses de retail
	www.ceinsa.com	Consultoria sobre remuneracions i Recursos Humans
	www.factorenergia.com	Energia elèctrica
	www.fb-solutions.es	Consultoria per empreses familiars
	www.fdsconsulting.net	Franchising and Retail
	www.laforja.com	Solucions per al comerç
	www.personalmusic.es	Canals de música personalitzats per empreses
	www.saimanet.net	Solucions de telecomunicacions basades en tecnologia pròpia
	www.sgs.es	Verificació, inspecció i certificació de qualitat
	www.t-cuento.com	Retail Solutions

Així mateix, Comertia té acords i/o convenis de col·laboració amb:

	www.lacaixa.es	Entitat Financera
	www.ccam.cat	Consorti de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
	www.bcn.cat	Ajuntament de Barcelona
	www.cambrabcn.cat	Cambra de Comerç de Barcelona
	www.diba.es	Diputació de Barcelona
	www.eada.edu	Escola d'Alta Direcció i Administració
	www.escodi.com	Formació per al sector del comerç
	www.esci.es	Escola Superior de Comerç Internacional
	www.eae.es	Formació Superior en Management
	www.ascef.com	Associació Catalana de l'Empresa Familiar

Comertia manté una comunicació activa amb tots els seus públics d'interès, tant socis, com col·laboradors, proveïdors, escoles de negocis, associacions de comerciants, administració pública i amb la societat en general.

Des de comunicació Comertia es fa difusió de l'activitat i posicionament de l'entitat amb els seus públics a través de diferents canals de comunicació, principalment a través de correu electrònic, noves tecnologies (app i xarxes socials) i mitjans de comunicació social.

8.1. E-COMERTIA

L'eComertia és la newsletter de Comertia que neix amb caràcter intern i periodicitat mensual, per a fer difusió de l'activitat entre els socis. Les seccions de l'eComertia són **l'Aparador**, que inclou notícies dels propis associats (obertura de nous establiments, internacionalització, campanyes de màrqueting, accions de RSC, etc.); **Relacions Institucionals**, on es recull l'activitat de Comertia del mes en matèria de reunions, participació i assistència a jornades, etc.; **Estudis i Publicacions**, per a fer difusió de l'Indicador de Retail mensual, proposta de llibres de gestió en retail, i estudis del sector que siguin d'interès pels socis; **Serveis**, per a recopilar els tallers i dinars celebrats al llarg del mes; **l'Agenda**, que conté les properes convocatòries de trobades ineludibles pels socis (tallers, dinars, actes institucionals, inauguracions, etc.); i **l'Apunt del Retail**, amb un article d'opinió sobre un tema d'actualitat amb autoria d'algun membre de Comertia.

La difusió de l'eComertia intern és mitjançant correu electrònic i s'adreça als propietaris, directors generals i consellers delegats de les empreses Comertia.

A partir de 2012, l'Associació va optar per fer una versió de l'eComertia en format públic, per tal d'obrir una via de diàleg i fer divulgació del posicionament de l'entitat a tota la seva xarxa de col·laboradors: administració pública, empreses privades, escoles de negoci, empreses de Retail, estudiants, etc. L'eComertia públic recull les notícies dels socis de Comertia, les reunions celebrades per Comertia i l'Apunt de Retail.



8.2. COMERTIA, PRESENT A LES XARXES SOCIALS

Els objectius generals de la presència de Comertia a les xarxes socials són:

- Fer marca i atorgar visibilitat a l'Associació.
- Consolidar la xarxa actual física via online i incorporar nous contactes d'interès.
- Contribuir a la captació de socis.
- Atorgar visibilitat a les marques dels associats a Comertia.
- Fer difusió del retail català arreu: marques singulars i diferenciadores.
- Divulgar l'activitat i serveis de Comertia en temps real: Tallers i Dinars d'intercanvi, Jornada Retail Comertia, notícies dels socis, notes de premsa, etc.

Les xarxes socials on té presència Comertia són:



FACEBOOK: Pàgina corporativa on els usuaris poden fer-se “admiradors/es” però no publicar informació. És una difusió unilateral de Comertia als seus seguidors.

Objectiu: Comercial, imatge i visibilitat.



LINKEDIN: Comertia disposa d'un Grup de Retail sota el nom “Jornada de Retail Comertia” on formen part els socis de Comertia, de diferents àrees

o departaments, i altres professionals del sector retail, d'institucions, associacions de comerciants, socis potencials, proveïdors, etc.

Objectiu: Fer xarxa i compartir serveis, notícies i agenda d'actes entre els seus membres.



TWITTER: @ComertiaRetail va guanyant seguidors a diari. Els seguidors de Comertia són de tot tipus: socis de Comertia, associacions, administració pública i autoritats polítiques i econòmiques, periodistes, professionals del retail, escoles de negocis i distribució, estudiants, etc.

Objectiu: Visibilitat, difusió de l'activitat de Comertia i dels seus socis, fer xarxa professional (també per a la Jornada de Retail Comertia).



YOUTUBE COMERTIA: El canal de Comertia disposa per ara d'un vídeo corporatiu de la Jornada de Retail Comertia per a viralitzar i difondre la celebració de l'acte a través de la xarxa.

Objectiu: Visibilitat de la Jornada de Retail Comertia.

8.3. COMERTIA I ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

L'entitat es fa present a l'opinió pública com a portaveu del sector retail oferint una informació veraç, d'actualitat i en defensa dels interessos de les empreses que representa. Comertia és proactiva amb els mitjans de comunicació:

- Dades sobre el sector amb l'Indicador de Retail Comertia, i amb dades d'obertures i expansió dels seus associats.
- Donant resposta a actuacions del Govern central i autonòmic en aquells temes de política empresarial que afecten directament els negocis de les empreses associades a Comertia.
- Proposant al Govern mesures de reactivació del consum i de l'economia del país.
- Comunicant les noves incorporacions de cadenes de retail catalanes a Comertia.
- Fent difusió d'estudis i publicacions: Informe Sectorial de Remuneracions, Estudi de Marques Comertia.
- Col·laborant amb columnes d'opinió sobre el context actual que viu el sector.
- Donant resposta a peticions de mitjans de comunicació sobre consum, actuacions de màrqueting en campanyes concretes, internacionalització o dades sobre vendes per zones comercials i/o sectors d'activitat.

2 Expansión Lunes 25 junio 2012

CATALUNYA

 OPINIÓ

Jordi Tarragona

Construint el futur

Siguem sincers i realistes: els negocis i l'economia estan com mai. No estem en una recessió. Estem en una depressió. Però tot i la gravetat, no és la fi del món. No està passant res que no hagi passat abans a la història de la humanitat. La situació negada durant massa temps per massa persones, ha portat a que finalment es posin en marxa reformes, doloroses, però que sentaran les bases per a la recuperació econòmica.

Compremem que la situació de caixa obligui a augmentar temporalment la pressió fiscal, però la reducció del déficit s'ha de centrar principalment en la reducció i racionalització de la despesa a totes les administracions, perquè l'augment de la pressió fiscal penalitza la inversió de les empreses i el consum de les famílies, i el consum és el principal motor de les economies desenvolupades.

La pujada de l'IVA probablement sigui inevitable. Però si l'augment de la pressió fiscal genera un descens dels resultats empresarials i del consum, l'escenari final pot ser encara pitjor. Cal una reducció de càrregues socials real i de pes, per tal que la producció nacional guanyi competitivitat.

Amb ajustos tots sabem que no n'hi ha prou. Cal ajudar i estimular la recuperació de l'activitat econòmica per tal de tornar a crear llocs de treball i reactivar el consum intern. Cal donar finançament a l'economia real. En aquest sentit, demanem crèdit fiscal automàtic a cinc anys, al tipus d'interès del deute públic, per l'import de l'IVA ingressat als darrers 12 mesos, fins a un màxim d'un milió d'euros per empresa.

Mirem cap al futur, ara estem entrant en una nova etapa plena de reptes que han de motivar-nos a tots. Per què? Perquè només els morts no tenen problemes ni oportunitats terrenals, i nosaltres, a Déu gràcies, estem vius. En aquesta nova etapa encoratjadora, el més important no és si caus, sinó com t'aixequem. No podem pensar en tornar al passat, sinó en construir el futur. Això no significa que haguem d'oblidar el passat, sinó que ha d'analitzar-se amb tranquil·litat i objectivitat per tal d'evitar que es repeteixi i per exigir les responsabilitats pertinents.

Els empresaris del retail de Comertia som conscients del repte actual, i del que espera la societat de nosaltres. Som uns realistes positius, i per tant, ajustem les veles dels nostres vaixells. Vigilem la caixa com ningú, i al mateix temps mantenim, amb prudència, nous projectes, com demostra l'obertura de més de 42 punts de venda en el que portem d'any. Sabem que els nostres negocis han de ser rentables per tal de poder mantenir-los i seguir creant llocs de treball. Per tot això ens concentrem i ens preparam per a construir el futur.

President de Comertia

CON ÉNFASIS



SILVIO ELIAS RELANZA LAS ENSEÑAS DE COMERTIA

El director general de Veritas asumió ayer la presidencia de Comertia, que este año cumple diez años, con el objetivo de reforzar la cooperación entre los 58 asociados de la entidad. Silvio Elias también quiere hacer más visibles las marcas de sus socios como un elemento de singularidad.

Al llarg de la trajectòria de Comertia, l'Associació ha sabut fer-se un lloc en l'opinió pública representant el segment de cadenes mitjanes de retail, empreses que es professionalitzen, que innoven en els seus processos, que tenen vocació d'expansió nacional i internacional, que treballen acuradament els seus conceptes comercials, i que competeixen amb les grans firmes del retail internacional.

Per tot això, Comertia ha esdevingut una font d'informació sobre el sector retail de Catalunya per als principals mitjans de comunicació catalans, obtenint al llarg de 2012 un total de **220 impactes** a premsa generalista i econòmica, ràdios, televisions i publicacions digitals¹, fruit de l'enviament de **23 notes de premsa** a mitjans.



COMERÇ
Comertia va obrir 117 nous punts de venda el 2011
 Les cadenes de retail de Comertia van invertir en conjunt 17 milions en 117 noves obertures al llarg del 2011. Un 46% del total d'aquests nous punts de venda es van concentrar en els mesos de març, setembre i octubre. Segons la directora general de l'associació, Elisabet Vilalta, "per algunes empreses associades, la venda a l'exterior és una bona solució per combatre l'estancament del consum intern". ■ REDACCIÓ

1. Mitjans digitals inclou Agències de notícies (EFE, ACN i Europa Press) i les edicions digitals de diaris.

ASSEMBLEA GENERAL D'UNA ENTITAT

Una dècada de comerç

Comertia celebra el 10è aniversari arribant a les 58 empreses agremiades ■ **Silvio Elias**, cofundador de Veritas, serà el nou president de l'associació fins al 2016

JOSEP M. BORDENABERRE
 (1950-2014)
 Fa 10 anys, els empresaris Gabriel Jordà de la Mota i Josep Maria Comas (Veritas) i Jordi Comas (Cassa) van crear una associació d'empreses comercials a Catalunya, l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar de Comerç. Aleshores, aquesta associació va celebrar la primera assemblea general amb unes xifres que coincidirien a l'aproximadament 58 soci, 4.800 punts de venda, 5.300 milions d'euros de facturació i més de 42.000 empleats.

Comertia va celebrar la 10a assemblea general al·luminant els seus 10 anys, en una jornada presidida pel president de la Generalitat, Artur Mas. L'acte també va comptar amb la presència de l'alcalde de Barcelona, Xavier Trias, el conseller d'Empresa i Ocupació, Francesc Xavier Mena, el director general de Comerç, Josep Maria Bordenaberre.

L'acte va servir per homenajar els seus socis, però també per presentar la nova direcció de l'entitat. L'homenajeat Jordi Tarragona, president de la cadena de molins Bimbo, que ha ocupat la presidència de l'associació des del juny del 2010. El substituirà Silvio Elias, cofundador i director general dels supermercats ecològics Veritas, que estarà en el càrrec fins al 2016.

Al llarg d'aquests 10 anys han vist que el retail és més que una botiga, és més que simplement vendre productes: és crear empresa. Bona de treball de mostrar una personalitat, oferir un bon servei, generar una experiència, provocar sensacions, etc.

La demanda
 L'associació reclama crèdit fiscal sense avall, automàtic i per l'import de IVA a un any

La crisi
 El sector del comerç mitjà el seu millor moment... amb una crisi de les vendes important. «No podem en una momentada. Estem en una depressió», va dir Jordi Tarragona. És per això que Veritas va realitzar una campanya de publicitat amb la marca «Veritas» i el lema «Veritas es una empresa», i el 2011, el lema «Veritas es una empresa» va ser el lema de la campanya de publicitat.

MIÉRCOLES, 4 ENERO 2012 **ECONOMÍA**

Compras navideñas en un centro comercial de Barcelona

El comercio pincha en la campaña de Navidad

Las rebajas perderán efecto por las promociones previas

VIERNES, 20 ENERO 2012 **ECONOMÍA**

EN LÍNEA

ECONOMÍA I CONEIXEMENT
Traslado para ahorrar 2,1 millones
 ■ El Departament d'Economia i Coneixement traslladarà la seu de la Secretaria d'Universitats i Recerca per a estalviar 2,1 milions d'euros anuals en concepte de alquiler. Se ubicarà en un dels espais buits propietat de la Generalitat, un edifici de sis plantes en Via Laietana, 2. / EFE

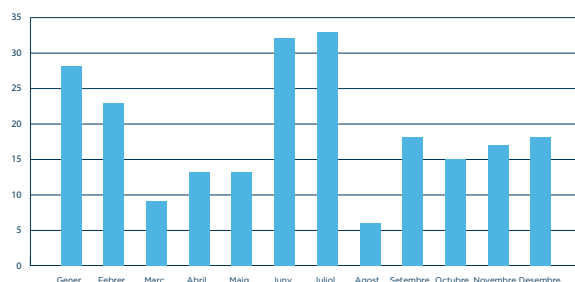
MIQUEL ALIMENTACIÓ
El grupo se adhiere a Comertia
 ■ El grupo Miquel Alimentació, que cuenta con 700 puntos de venta, se ha adherido a la Asociación Catalana de l'Empresa Familiar del Retail (Comertia). Miquel Alimentació tiene 3.500 trabajadores, factura 960 millones y en el 2012 prevé invertir 64 millones en la adquisición de empresas. / EP

OR
Nueva red social junto con Zyncro
 ■ IOR Consulting y Zyncro han creado IOR Cloud, una red social privada, en sinergia con otras aplicaciones y redes, que busca poner en contacto empresas y aspirantes a un empleo. IOR está dirigida por José Manuel Mas y Xavier Orozco, y Zyncro forma parte del grupo de Didac Lee. / Redacción

Repercussió a mitjans de comunicació

La repercussió de Comertia al 2012 dona mostra de l'activitat comunicativa constant de l'entitat i de la seva presència sostinguda als mitjans de comunicació.

Nº aparicions 2012



Comertia està lligada als grans temes de l'agenda informativa en matèria de comerç i retail, tant des de la perspectiva de **sector empresarial** productiu (indicador de retail mensual, estudi sectorial de remuneracions, continuïtat de l'empresa familiar...); des del punt de vista de **política financera** (IVA, petició de contracte únic, etc.); com des de l'òptica del **consum i turisme**, doncs el retail de Comertia està en contacte diari amb la demanda.

Aquest 2012, Comertia ha consolidat la publicació de l'Indicador de Retail mensual a la principal capçalera de premsa generalista (La Vanguardia) i al diari econòmic més llegit, Expansión Catalunya.

Les notícies de Comertia estan presents principalment a les **seccions d'economia i empresa** de la premsa d'informació generalista catalana (La Vanguardia, Avui/El Punt, El Periódico, Diari Ara, Diari de Sabadell, Diari de Tarragona, Diari de Terrassa) i també a la premsa econòmica (Expansión Catalunya i L'Econòmic).

Tanmateix, aquest any 2012 Comertia ha guanyat visibilitat en seccions de política **(temes de decàleg)**, contribuint a l'**acció de posicionament** i defensa del sector. Comertia també ha donat resposta a nombroses peticions de periodistes, pel que Comertia s'ha constituït com a portaveu legítim del sector retail per a mitjans.

8.4. COMUNICACIÓ DECÀLEG

Comertia representa un segment d'empreses similar amb uns interessos comuns i unes peticions que exposen per punts en el seu decàleg:

1. Exempció de beneficis no distribuïts com a principal forma de disposar de múscul financer de les empreses i no dependre de les entitats financeres.
2. Facilitat de crèdit a les empreses amb la intervenció de la garantia de l'estat.
3. Exempció total de les càrregues socials per la creació de nous llocs de treball (amb saldo positiu).
4. Reducció de les càrregues socials sobre els llocs de treball en l'import equivalent a l'augment de l'IVA així com en la pèrdua de bonificacions (3 punts).
5. Compensació d'obligacions i deutes amb l'administració.
6. Llibertat de pacte entre les parts en els terminis de pagament quan no hi ha posició dominant.
7. Persecució sistemàtica, eficient i eficaç de l'economia il·legal, per reduir la competència deslleial, i preservar l'estat del benestar.
8. Persecució sistemàtica, eficient i eficaç de la defraudació amb l'absentisme injustificat, evitant que personatges sense escrúpols s'aprofitin del sistema de protecció.
9. Obtenir crèdit de l'estat per tota la part de l'IVA que ingressin les empreses a cinc anys.
10. Col·laboració de l'Administració a fer visible el lideratge i la singularitat de les nostres empreses enfront la globalització i homogeneïtzació del Retail (plans de dinamització comercial autòctons, incentius directes per a consumidors,...)

9

EXPOSICIÓ 10 ANYS COMPARTINT PER COMPETIR



Andreu Xarcuters



Mussol, AN Grup



Atlàntida Viatges



Benito Sports



Bóboli



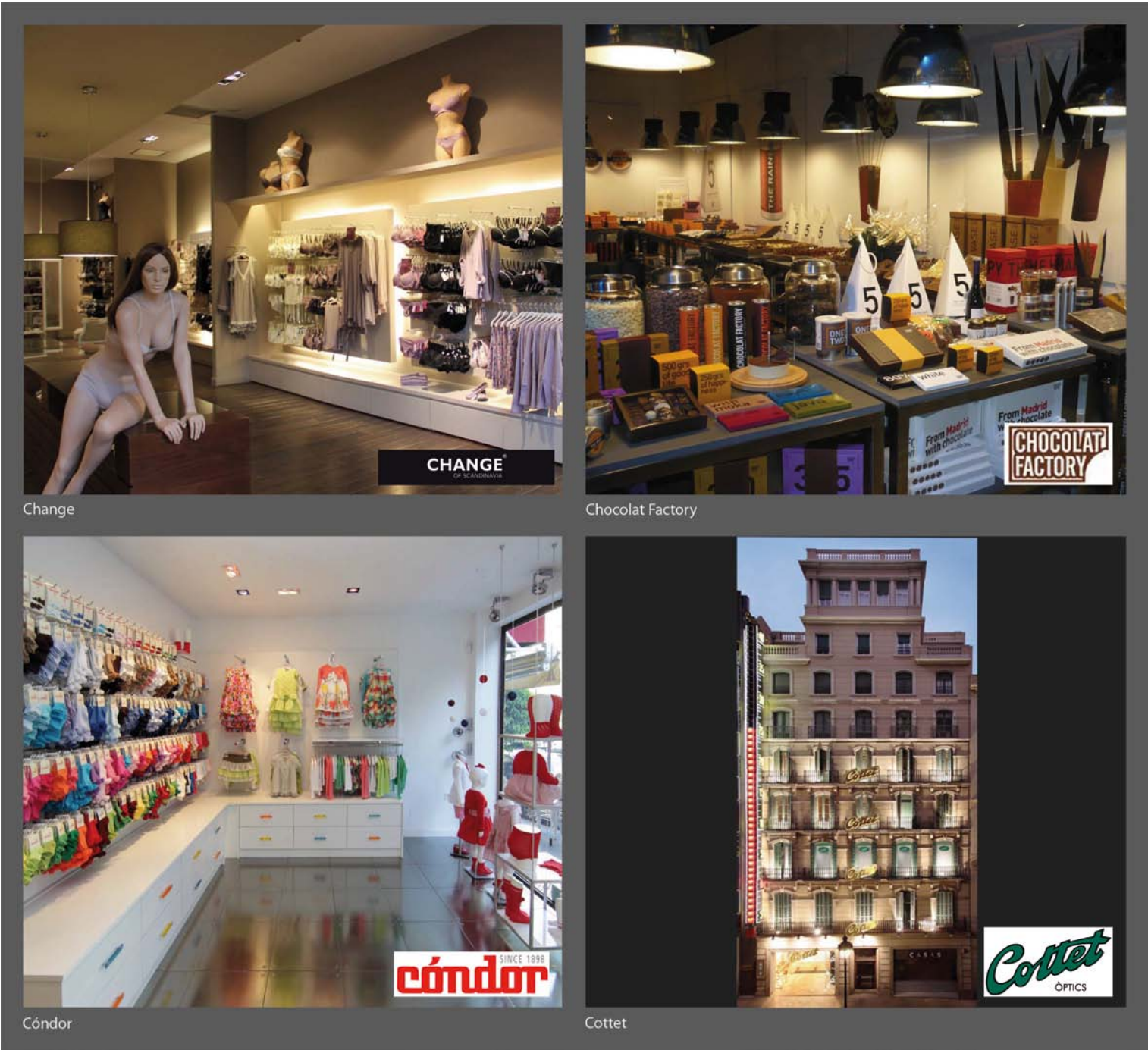
Esclat, Bon Preu



Calbet



Casas





Decopraktik



Drim



Duet Sports





Facial



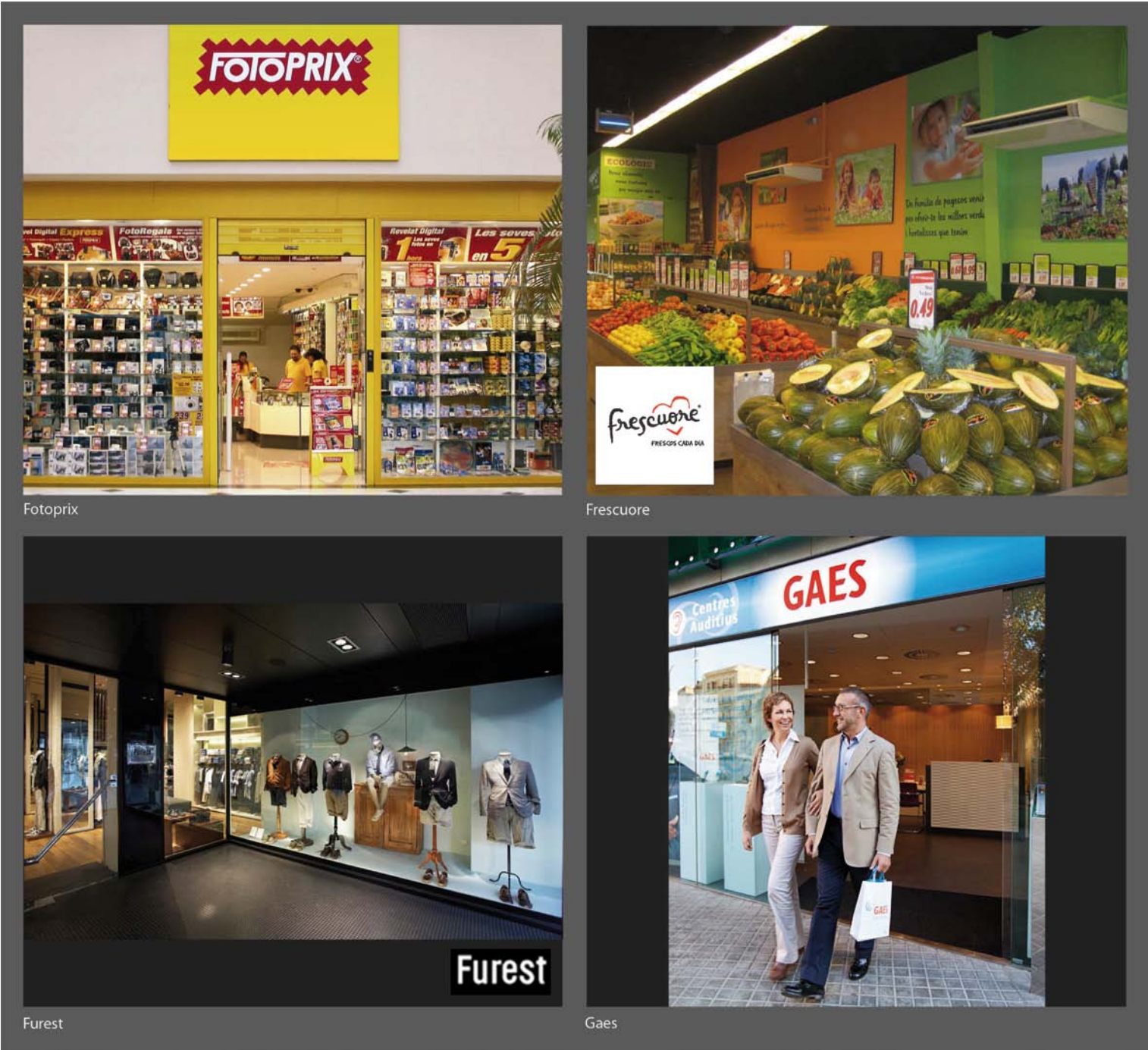
Farga-Farggi



Felgar



Ferrolan





Gotta Perfumeries



Casa Viva, Grup Gerplex



OK, Grup Vidal



La Mallorquina



La Tienda de Lolín



Meroil



Gros Mercat, Miquel Alimentació



Miró



MRW



Muji



Nostrum



OCine



Padevi



Party Fiesta



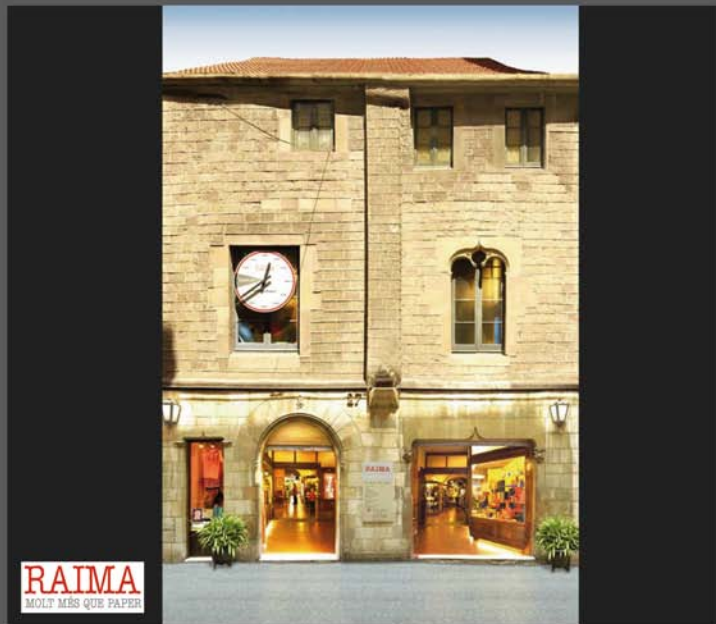
Plusfresc



Punto Blanco



Raffel Pagès



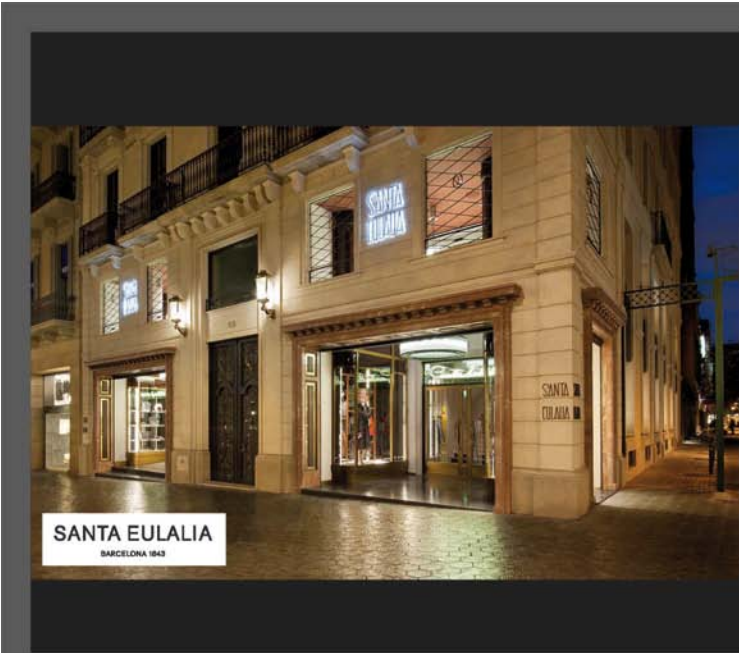
Raima



Regia



Ribes & Casals



Santa Eulàlia



Santiveri



Superverd



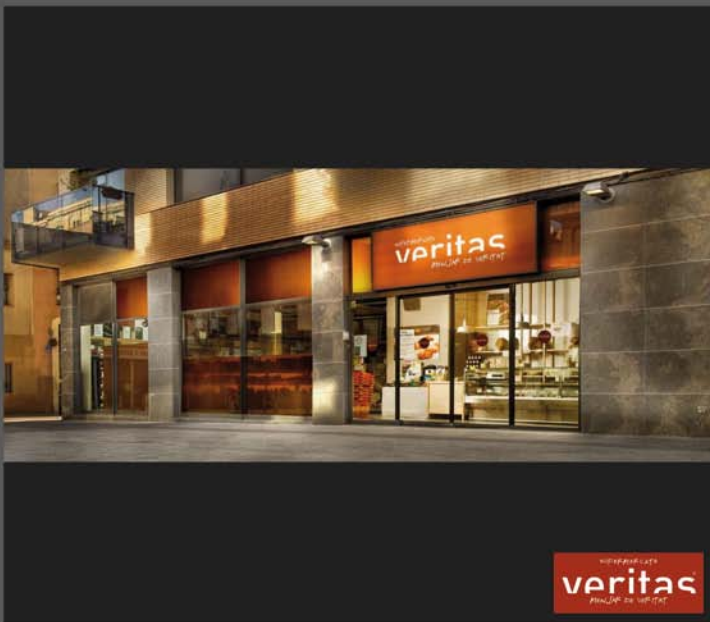
Tea Shop



Unión Suiza



Wala, Unipreus



Veritas



Vicenç Piera



Viena



Vila Viniteca



Dormity.com

Exposició realitzada per:





© Comertia, 2013.
Balmes 440, entl. F
08022 Barcelona
www.comertia.net

Disseny i maquetació: Albert Milà
Impressió: Grupo Ormo

