



compartir
per competir

MEMÒRIA
2016
.comertia

**MEMÒRIA
2016
.comertia**

MEMÒRIA 2016

.comertia

ÍNDEX

1.	Comertia	9
1.1.	Perfil dels socis	11
1.2.	Missió	11
1.3.	Organigrama	12
1.3.1.	Assemblea General de Socis	12
1.3.2.	Junta Directiva	12
1.3.3.	Comitè de Direcció	13
2.	Socis Comertia	15
3.	Serveis als socis	21
3.1.	Dinars-col·loqui entre empresaris	22
3.2.	Tallers d'intercanvi	25
3.3.	APP Comertia	32
3.4.	Pla de descomptes per a treballadors	32
3.5.	Comertia Expansió - COMEX	33
3.6.	Comertia Persones	33
3.7.	Resum de premsa	34
4.	Projecte Comertia client	35
4.1.	Difusió i implementació de la nova marca	36
5.	Actes i celebracions	39
5.1.	Assemblea General	40
5.2.	XIV Jornada Retail	41
5.3.	Sopar de Nadal de les Famílies Comertia	46

6.	Estudis i publicacions	47
6.1.	Indicador de Retail	48
6.2.	Estudi sobre Retail i Economia Circular	50
6.3.	Col·lecció Management Comertia Retail	53
6.4.	Biblioteca Comertia	54
7.	Activitats de prospecció i aprenentatge	55
7.1.	Mobile Ready	56
7.2.	BRE Comertia Nova York	57
8.	Relacions Institucionals	61
8.1.	Reunions Comertia	62
8.1.1	Comissió d'afectats pel top manta	64
8.2.	Col·laboració i presència Comertia	66
9.	Comunicació Comertia	71
9.1.	eComertia	72
9.2.	Correu electrònic - Comertia a les xarxes socials	73
9.3.	Comertia i els mitjans de comunicació	74
9.4.	Comunicació decàleg	78
10.	Socis col·laboradors de Comertia	81





Aquest any hem centrat l'eix de l'activitat de Comertia a l'Economia Circular. Un concepte del qual en sentim a parlar cada vegada més, i segurament fins fa ben poc, la majoria de nosaltres no sabíem el que era i possiblement a dia d'avui, encara en tenim molts dubtes. El nostre objectiu aquest any ha estat analitzar, observar i intentar entendre una mica més.

El que hem après és que l'Economia Circular suposa un canvi de paradigma, on passem d'un model d'economia lineal: *agafar – utilitzar – i llençar*, basat en uns recursos il·limitats i barats, a un model circular basat en *reduir - reutilitzar – i reciclar*, per garantir un creixement econòmic sostenible i amb autonomia de recursos.

L'aplicació pràctica d'aquest model planteja grans reptes per a les nostres empreses de retail, i el nostre sector, com a vertebrador social i motor econòmic, creiem que ha de tenir una funció visible i de lideratge en aquest canvi de paradigma.

Al llarg de l'any i especialment en la celebració de la jornada, hem fet visible l'Economia Circular en el sector retail: d'una banda, les tendències que s'estan duent a terme en tot el procés de la cadena de valor: disseny, packaging, logística, entre d'altres; així com estratègies reals d'aplicació que estan fent marques comercials de referència.

Aquesta anàlisi ens ha portat a identificar què estan fent les empreses de Comertia en matèria d'Economia Circular. En aquesta línia, hi ha empreses que estem complementant l'oferta de venda de productes amb serveis de manteniment, desinstal·lació o recuperació de productes, per exemple, unes pràctiques que ens permeten estar a prop dels nostres clients, i aportar un servei de valor afegit que, de retruc, contribueix a la seva fidelització.

Altres exemples de Comertia serien aquelles ensenyes que se serveixen de producte local i fresc de temporada, ecològics i/o artesanals. Aquestes pràctiques permeten minimitzar el consum de recursos energètics i afavoreixen les relacions amb proveïdors locals. Hi ha marques també, que ja estan fomentant l'ús d'energies renovables als seus establiments, i d'altres, fa anys que van adquirir un compromís social i de sostenibilitat dins de la seva activitat. El repte que teníem per davant, d'entendre i prendre consciència d'aquesta nova transformació que ha arribat per quedar-se, ens ha ajudat també a repensar els nostres negocis creant noves relacions amb clients, proveïdors i distribuïdors.

Finalment, com a empreses de retail, tot aquest aprenentatge ens serveix també per a reflexionar sobre de quina manera les nostres empreses poden competir i liderar aquesta transformació, traduint aquest valor als consumidors.

Joan Carles Calbet
President de Comertia





La línia ideològica de Comertia d'aquest any ens ha situat davant d'un gran repte: l'Economia Circular i la seva aplicació al sector retail.

El primer que vam fer davant d'aquest desafiament va ser aprofundir en els orígens del model "d'Economia Circular", per entendre en què consisteix, i com poder transmetre i generar valor per a les empreses de Comertia.

L'Economia Circular és restaurativa i regenerativa per definició des de la fase de disseny, i vetlla per mantenir productes, components i materials en tot moment amb el màxim valor i ús possible. Parteix de la premissa d'un cicle de desenvolupament continu i positiu, que preserva i millora el capital natural, social i econòmic.

Per tal de fer una anàlisi exhaustiva, Comertia va encarregar un estudi a la consultoria *Eco Intelligent Growth*, especialitzada en identificar elements claus per a la transformació d'empreses i organitzacions cap a l'Economia Circular d'acord amb els principis *Cradle to Cradle*. L'objectiu de l'estudi va ser situar Comertia en el marc del retail a Catalunya, per així entendre l'actual potencial del sector i identificar els reptes i oportunitats d'aquesta transformació cap a una Economia Circular.

Els resultats obtinguts ens van permetre tenir una visió general sobre els àmbits d'aplicació de l'Economia Circular en retail, com també detectar pràctiques d'Economia Circular a les empreses de Comertia, que ens van portar a compartir estratègies existents i proposar altres accions entre els associats.

Alguns dels eixos d'aplicació d'Economia Circular que hem conegut han estat Regenerate, que es basa en la selecció de productes amb garantia de respecte de l'entorn; Share, que busca optimitzar costos compartint, per exemple en el transport de mercaderies; Optimize, amb el disseny i prevenció del malbaratament; Loop, que consisteix a fer un control del flux dels materials perillosos o altres que podrien ser substituïts per materials reciclats de la mateixa qualitat; Virtualize, passar a sistemes virtuals de gestió per contribuir a una major eficiència, i per últim, Exchange, que consisteix a racionalitzar l'ús de packaging, o redissenyar-lo perquè sigui saludable i retornat al sòl de manera segura.

Des de Comertia hem intentat bolcar tot aquest aprenentatge als membres associats per tal de contribuir a generar idees d'estratègies empresarials circulars que suposin un valor afegit per als seus negocis, i per extensió, un argument de compra diferencial per als seus clients.

Elisabet Vilalta

Directora General de Comertia



Presentació

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 sinergies per tal de millorar la productivitat i la competitivitat.

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

El principal valor de Comertia són els mateixos 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 un interlocutor vàlid entre aquest segment d'empreses i els diferents agents econòmics i socials. L'associació defensa i aposta per un model comercial sostenible urbanística, econòmica i socialment.

Les marques d'aquí

Les marques de Comertia, totes elles familiars i catalanes, comparteixen la mateixa filosofia de gestió dels seus negocis, i situen sempre al client com a eix principal a l'hora de prendre decisions, unes decisions que es prenen amb esperit urbà, amb compromís local i treballant per reforçar aquest vincle amb les persones.

Per aquest motiu des de Comertia, des de l'any 2015 es va posar en marxa una estratègia de branding amb la voluntat de posar en comú tots aquests valors que comparteixen les empreses i fer un pas més: traslladar al consumidor final quines empreses hi ha a Comertia, i quins són aquests valors que hi ha darrera de les insígnies, amb l'objectiu d'atorgar visibilitat a les marques d'aquí.

La idea és oferir un "Segell de Qualitat Comertia" que doni mostra objectiva d'aquesta manera de fer, d'aquest valor afegit de les empreses i que transmeti d'una forma molt clara els arguments de "què significa ser de Comertia", la seva importància i el seu atractiu. Aquest segell de qualitat ha de ser el símbol de tots els aspectes significatius i profitosos que tenen les empreses de retail adherides a l'associació.

1.1. Perfil dels socis Comertia

Comertia ha representat aquest 2016 els interessos de 59 empreses dedicades al retail, totes elles amb marques consolidades en el territori i amb vocació de lideratge en cadascun dels seus sectors d'activitat, que responen al següent mínim denominador comú:

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

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

1.2. Missió

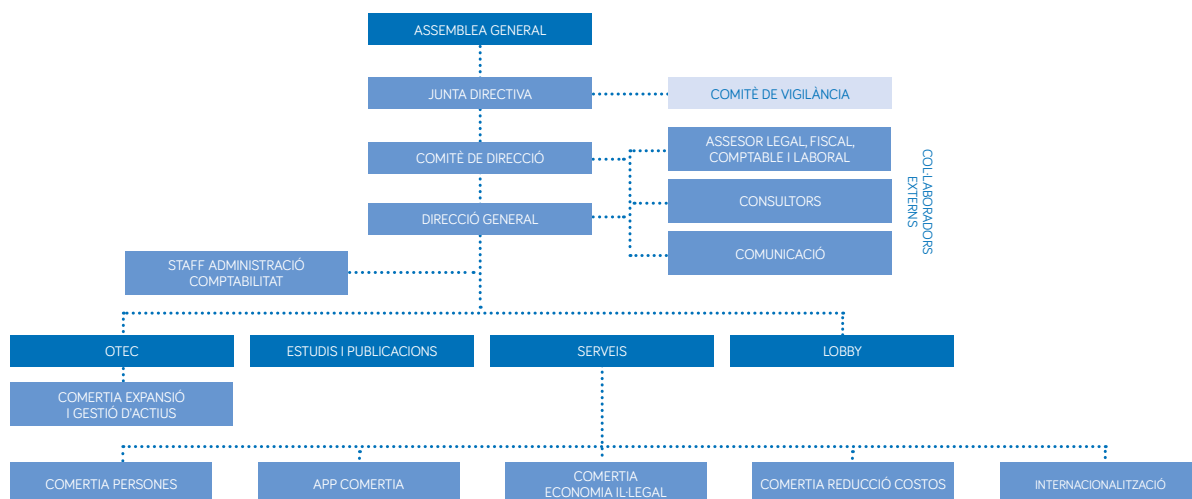
La missió de Comertia és treballar per afavorir els processos d'intercanvi de les empreses associades, analitzant nous models de negoci, millorant la gestió de l'empresa en els diferents àmbits, així com en les seves àrees funcionals: recursos humans, màrqueting, sistemes, finances i expansió.

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 sinergies en serveis comuns.

El lema de Comertia és:

“Compartir per Competir”

1.3. Estructura organitzativa Comertia



1.3.1. Assemblea General de Socis

La catorzena edició de l'Assemblea General es va celebrar el dia 29 de juny 2016. L'Assemblea 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 de la seva competència.

1.3.2. Junta Directiva

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

La Junta Directiva des del mes de juny de 2016 queda integrada pels següents membres:

President	Joan Carles Calbet	Director General Calbet Electrodomèstics
Vicepresidents	Benito García	Administrador de Benitosports
	Silvio Elias	Co-fundador i Director General de Veritas
Secretari / Vicepresident	German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex – Casa Viva
Tresorer	Artemi Nolla	Conseller Delegat AN Grup
Vocals	Carlos Caus	Director General de Gotta Perfumeries
	Lluís Vendrell	Director General d'Unión Suiza
	David Sánchez	Director General de Dormity.com
Directora General	Elisabet Vilalta	
Economista i Assessor a Comertia	Santi Pagés	

Calendari de reunions de la Junta Directiva celebrades l'any 2016:

28 de gener
10 de març
7 d'abril
12 de maig
14 de juny
29 de setembre
24 novembre (Junta Estratègica)



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, els vicepresidents i la directora general de l'associació i com a màxim per tots els membres de la Junta Directiva.

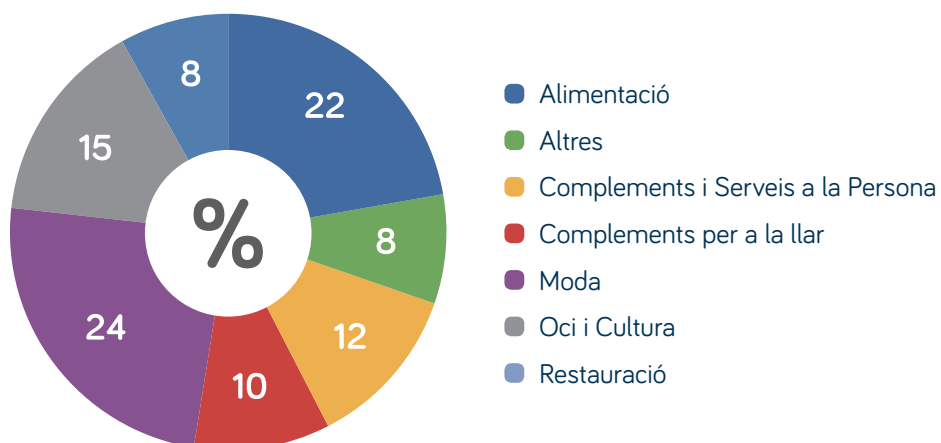
Els membres del Comitè de Direcció aquest 2016 han estat:

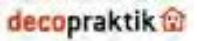
Joan Carles Calbet	President de Comertia i Director General Calbet Electrodomèstics
Silvio Elias	Vicepresident de Comertia, Co-fundador i Director General Veritas
Benito García	Vicepresident de Comertia i Administrador de Benitosports
German Cid	Vicepresident de Comertia i Conseller Delegat Grup Gerplex - Casa Viva
Santi Pagés	Economista i Assessor a Comertia
Elisabet Vilalta	Directora General de Comertia



2 SOCIS COMERTIA

L'entitat Comertia ha tancat l'any 2016 amb cinquanta nou empreses de retail, que sumen al voltant de 4.000 punts de venda per tot el territori espanyol i internacional, factura de manera agregada 4.000ME anuals i dóna feina de forma directa a més de 35.000 persones.



	www.angrup.com	Restauració
	www.andreu.cat	Alimentació
	www.artyplan.com	Oci i Cultura
	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.casaametller.net	Alimentació
	www.casaviva.es	Equipament de la llar
	www.casasclub.com	Moda
	www.chocolatfactory.com	Alimentació
	www.condores	Moda
	www.cottet.es	Complements persona
	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.enriquetomas.com	Alimentació
	www.perfumeriesfacial.com	Complements persona
	www.farggi.com www.fargabarcelona.com	Restauració
	www.felgar.es	Moda
	www.ferrerojeda.com	Altres
	www.ferrolan.com	Equipament de la llar
	www.furest.com	Moda
	www.gaes.es	Complements persona
	www.gotta.es	Complements persona
	www.vidal-grup.cat	Moda
	www.ilusiona.com	Oci
	www.lamallorquina.es	Equipament de la llar
	www.latraca.es	Oci i Cultura
	www.macson.es	Moda home
	www.meroil.es	Altres

	www.mrw.es	Altres
	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
	www.quadis.es	Altres
	www.raffelpages.com	Complements persona
	www.raima.cat	Oci i Cultura
	www.regia.es	Complements persona
	www.ribescasals.com	Moda
	www.santaetulalia.com	Moda
	www.santiveri.es	Alimentació
	www.superverd.es	Alimentació
	www.teashop.es	Alimentació
	www.tentazioni.es	Moda

	www.vicens.com	Alimentació
	www.udon.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



3.1. 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 2016, Comertia ha celebrat un total de 6 dinars d'empresaris:

19 de gener

Best practices a les empreses Comertia

Intercanvi d'experiències entre empresaris: Què hem fet aquest 2015?

Com ja és tradició, Comertia va destinar el primer dinar d'empresaris de l'any a "compartir per competir", en un exercici que serveix de reflexió i tancament de l'any, i a la vegada, de recull d'idees per a l'any en curs.

Durant la trobada, cada empresari de Comertia va exposar a la resta alguna best practice portada a terme durant l'any anterior, bé una decisió empresarial estratègica, de recursos humans, una campanya de màrqueting, una inversió empresarial, un pla d'expansió o algun fet diferencial.

Aquesta trobada es caracteritza per l'ambient de confiança i una alta participació dels membres.

16 de febrer

L'Oficina Antifrau de Catalunya defensora del lideratge ètic empresarial



Ponent:

Sr. Daniel de Alfonso, director de l'OAC

L'ètica en la gestió serà clau per a aquelles companyies que vulguin liderar la sortida de la crisi. L'Oficina Antifrau va compartir amb Comertia la seva activitat per a preservar i lluitar contra la corrupció en el sector públic, així com les accions que porta a terme per a preservar la transparència i el govern corporatiu.

L'Oficina Antifrau té un paper destacat en la generació de confiança. Sense confiança, els treballadors, la societat, els ciutadans no podem construir una societat en comú. La millor marca de país és "la confiança"; per a generar llocs de treball, per a estimular la inversió, per a afavorir el consum.

15 de març

La responsabilitat penal de les empreses i els administradors. Programa Corporate Compliance

Ponent:

Sr. Santi Pagés, soci del departament mercantil a Roca Junyent

La temàtica d'aquest dinar va versar sobre la conveniència de que totes les societats tinguin implantat el programa de les Nacions Unides de "compliment penal".

Des de 2010 les mateixes persones jurídiques, a més dels seus Administradors, són penalment responsables a Espanya. Des de la reforma del Codi penal en 2015 es coneixen amb major precisió en quins casos i què ha de fer l'empresa per intentar evitar la seva responsabilitat així com la dels seus administradors: implantar un model de prevenció de delictes (criminal compliance programs). La Circular 1/2016 de la Fiscalia General de l'Estat i la Sentència del Tribunal Suprem d'1 de març de 2016 va precisar encara més els deures de les empreses per prevenir i detectar els delictes que es poden cometre en el seu si, així com per afrontar una eventual defensa dels seus interessos en processos penals.

Durant el dinar, els empresaris van poder conèixer la tendència real de la normativa en relació a la responsabilitat de les empreses i dels propis Administradors, com també en què consisteixen els programes de compliment penal.

19 d'abril

Quin rol tindrà el retailer en el nou paradigma de l'Economia Circular?



Ponent:

Sr. Ignasi Cubiñá, biòleg i fundador de EiG (Eco Intelligent Growth)

L'Economia Circular va ser la temàtica sobre la qual va treballar Comertia al llarg de 2016. Aquest nou paradigma es troba en un moment estratègic a Espanya i Europa i és una filosofia d'organització de sistemes que persegueix canviar l'actual economia lineal (produir, usar i rebutjar) per una altra que funcioni de forma circular, tal com passa a la natura.

En aquest nou model d'economia, les marques de retail han de redefinir com volen que sigui el seu posicionament per a cada sector d'activitat i com volen ser percebuts pels seus consumidors. En el sector retail, amb una gran varietat d'actors implicats, cal treballar conjuntament en el disseny de l'evolució del comerç com a vertebrador social a les ciutats, per poder ser agents del canvi en el consum, i liderar aquest procés davant de la competència.

De la mà d'Ignasi Cubiñá, fundador de la consultoria EiG, els empresaris van conèixer el paradigma del *Cradle to Cradle* i reflexionar sobre aquesta "nova revolució industrial", amb exemples de desenvolupament i integració de disseny ecoeficaç i sostenible en el món del retail: Zara, H&M, Ecoalf, Intimissim, El Naturalista, i promocions comercials, entre d'altres.

20 de setembre

Cas Veritas: com crear oportunitats en mercats madurs



Ponent:

Sr. Silvio Elias, cofundador i director general de Veritas.

Els hàbits dels consumidors estan subjectes constantment a canvis que vénen condicionats per factors econòmics, socials, culturals, tecnològics, ètics, etc., marcant l'evolució del sector retail. En aquesta ocasió, de la mà de Silvio Elias, els empresaris van conèixer en detall el cas d'èxit de Veritas, una empresa que a partir de l'observació, l'escolta activa i la intuïció, ha sabut introduir-se en un sector madur detectant un nínxol de mercat. Tot plegat, un bon exemple que va fer extensiu a la resta de sectors d'activitat de Comertia, i que va derivar en la reflexió conjunta sobre com cercar noves oportunitats.

18 d'octubre

Debat econòmic, polític i social



Ponent:

Sr. Joan Tugores, catedràtic de ciències econòmiques.

L'últim dinar del trimestre, a les portes de la campanya de Nadal, va consistir en un debat entre els empresaris per abordar la situació econòmica, política i social, amb la intervenció del catedràtic d'economia Sr. Joan Tugores.

Aquest és un dinar debat molt fructífer perquè serveix per planificar l'enfocament del darrer trimestre de l'any, i decidir quines accions portar a terme en funció de la conjuntura.

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 9:30 h a 11:30 h 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 2016 Comertia ha organitzat 15 tallers d'intercanvi en les diferents àrees d'activitat:

04 de febrer. Màrqueting

Com explotar dades útils pel retail a través de Google



Ponent:

Sr. José Luis Cernuda, enginyer de Google.

El cercador Google és una font d'informació inesgotable. Per tal d'entendre i saber més detalls com a eina d'explotació de dades, Comertia va convidar a l'enginyer de Google José Luis Cernuda, qui va explicar als assistents com plantejar objectius idonis per a una correcta obtenció de dades, així com el tipus de dades que Google posa a disposició de les empreses, principalment sobre el comportament en la navegació dels consumidors a la xarxa.

El taller va ser molt útil per a ajudar a repensar eines de màrqueting digital i per a reformular els objectius dels seus plans.

8 de març. RRHH

**Protocol i normes d'actuació en cas d'assetjament.
Responsabilitat social i acompliment de la Llei de
Discapacitat**



Ponent:

Sr. Pablo Picaza, responsable de projectes a Incorpora Protocol.

Les empreses han de fer constar la seva responsabilitat social en l'acompliment de la Llei de discapacitat. L'empresa Incorpora Protocol va ser la responsable en aquesta ocasió de presentar als caps de recursos humans de les empreses de Comertia què dictamina la llei en aquest àmbit. Per altra banda, els responsables de RRHH van seguir la reunió per a debatre i compartir experiències sobre protocol i normes d'actuació en cas d'assetjament.

16 de març. MÀRQUETING

**Com convertir els clients en influencers de la vostra
marca**



Ponent:

Sr. Juan Ignacio Ruiz, CEO d'Sky Yield – Referion.

El Referral Marketing (o Màrqueting Viral, Màrqueting Boca-Boca), és un nou model de vendes i captació basat en la utilització organitzada i sistemàtica de les referències dels nostres clients als seus amics i coneguts que es basa en el concepte de recomanació i recompensa.

Des del naixement de les xarxes socials, el potencial d'aquest tipus d'eines ha canviat completament. Aquest taller va oferir coneixement sobre com les grans marques del món de la moda i l'electrònica estan implantant aquest tipus d'eines per incentivar als seus clients satisfets a que es converteixin en ambaixadors de les seves marques a xarxes socials, atraient nous clients de forma natural i molt més efectiva que amb la publicitat tradicional, demostrant que el Referral Màrqueting és un canal molt efectiu i molt rendible per a captar clients.

12 d'abril. RRHH

Les xarxes socials com a eines de recerca de talent

Ponent:

Sr. Xavier Oliver, economista.

Aquest taller de RRHH va tenir un enfocament purament pràctic amb l'objectiu de resoldre les necessitats i reptes que es plantegen en l'àmbit de la selecció i l'atracció del talent a les organitzacions a través de les xarxes socials.

Durant la reunió es van plantejar necessitats actuals de talent i es van compartir estratègies dutes a terme per les diferents empreses.

19 de maig. RRHH

Darreres tendències en compensació i talent



Una nova trobada de recursos humans per a compartir entre els assistents, tots ells responsables de recursos humans d'empreses associades a Comertia, quines polítiques retributives en espècie porten a terme, experiències en matèria de conciliació, tècniques de reconeixement a treballadors, disseny de plans de carrera dintre de l'empresa i salari emocional.

Va ser un taller molt amè i enriquidor per part dels assistents.

24 de maig. MÀRQUETING

Presentació de la implementació del projecte Comertia Client

Comertia va convocar a empresaris i responsables de màrqueting de Comertia a la presentació del programa d'accions per a la implementació del projecte Comertia Client.

La presentació va seguir els següents punts:

- Estratègia global del projecte.
- Elements identificatius: guia d'establiments, adhesius. Pautes d'ús.
- Presentació del Programa de fidelització d'establiments Comertia
- Pla d'acció a xarxes socials i presentació de nova web.



31 de maig. LOGÍSTICA

Visita centre logístic d'Amazon Madrid

Fruit de la participació d'Amazon a la XIV Jornada de Comertia, el líder de comerç online va convidar els empresaris de Comertia a visitar el seu centre logístic d'Amazon a Madrid.

La visita va consistir en un recorregut per tot el centre logístic per a conèixer de primera mà el funcionament de l'empresa: des de la preparació de les comandes, la selecció manual dels productes amb una explicació de la disposició dels productes al magatzem, els sistemes tecnològics que utilitzen, fins arribar a l'empaquetat per mides, i la fase de sortida de producte.

Durant la visita també, Amazon va informar amb detall als assistents del funcionament de la seva plataforma online i els avantatges que ofereixen.



16 de juny. RRHH

**Darreres tendències en compensació i talent.
Convenis laborals**



Retenir el talent és un dels reptes on destinen més esforços els caps de personal de les empreses familiars adherides a Comertia. El fet de poder compartir les darreres tendències en compensació i talent entre ells, va suposar un aprenentatge pràctic i inspirador per conèixer experiències reals de nous mètodes a aplicar.

Durant la sessió, també es va compartir i intercanviar informació sobre els diferents convenis laborals per a la contractació de persones.

7 de juliol. MÀRQUETING I SISTEMES

Solucions per a la gestió omnicanal en el punt de venda

Empreses:

Comerzzia i Saima Sistemes

L'equip de Comerzzia al costat del seu partner Saima Sistemes, van oferir metodologies alternatives que no només milloren el nivell de control i vendes, sinó que prioritzen en l'atenció i experiència de la seva consumidor final.

Entorn a la temàtica de la reunió, "Solucions per a la gestió omnicanal al punt de venda" es va parlar del client com el centre del negoci de l'experiència omnicanal, i Comerzzia com a solució omnicanal per a botigues, integrable amb altres solucions del mercat com els sistemes de PayDesk de Saima Sistemes, que persegueixen aquesta experiència. Els assistents, també van poder conèixer l'abast de Involve CRM com a eina de fidelització a través d'una senzilla demostració, i altres punts de valor com ho és la gestió de les passarel·les de pagaments i caixes intel·ligents.

Durant la trobada, es van compartir inquietuds de negoci al costat dels assistents: Duet Sports, Plusfresc, Punto Blanco, Unipreus, Andreu Xarcuteria, Gotta Perfumeries, Grup Vidal, Felgar, Nostrum, i Santa Eulalia; i van resoldre dubtes respecte a la fidelització, destacant la rellevància de conèixer als nostres clients i aportar el nostre valor, facilitant alternatives tecnològiques que fomenten la tasca d'interacció amb el seu selecte grup de consumidors.



21 de juliol. RRHH

Problemàtiques laborals i solucions que fan les empreses davant els diferents problemes. Inspeccions.



Un nou taller de recursos humans on cada empresa assistent va compartir amb la resta un cas real d'una problemàtica laboral viscuda, acompanyada de la solució donada, i d'una possible solució millorada.

Així mateix, els responsables de personal van compartir també casos d'inspeccions a les empreses.

6 d'octubre. RRHH

**Retenció de talent.
Digitalització RRHH (gestió digital interna)**

Fruit del taller celebrat al juny sobre les darreres tendències en compensació i talent, els caps de recursos humans de les empreses de Comertia van decidir continuar aprofundint en tècniques de retenció del talent, dedicant un espai en la sessió també a abordar com digitalitzar la gestió de recursos humans.

25 d'octubre. MÀRQUETING

Com treure rendiment dels patrocinis

Aquest taller d'intercanvi va anar destinat a aprofundir sobre la tècnica del patrocini, a partir de l'experiència de l'empresa comertiana Gaes. La sessió va tenir com a objectiu conèixer i analitzar tendències en modalitats de patrocini per tal de treure'n el màxim rendiment.

Durant la sessió, els assistents van poder compartir idees, propostes i suggeriments de patrocini amb la voluntat de generar debat i reflexionar sobre oportunitats que suposin un guany directe per l'empresa, a més a més de l'aspecte de branding i notorietat.



23 de novembre. EXPANSIÓ

Presentació de 'Informe BIG DATA sobre el comportament del consumidor

Ponent:

Sr. Álvaro Angulo, director general, i Sra. Marta Fernández, directora de màrqueting de l'empresa TC Group Solutions.

El taller d'expansió liderat per TC Group Solutions va presentar als assistents l'Informe global del comportament del consumidor 2015, realitzat a partir de milions de dades recopilades per més de 6.000 sensors comptapersones instal·lats en els carrers comercials espanyols, evidenciant el comportament del consumidor a les principals ciutats d'Espanya.

Aquesta informació és d'utilitat per als retailers perquè permet conèixer l'afluència de tràfic peatonal als diferents carrers comercials i vincular aquesta informació a les vendes de les seves cadenes de botigues, el que permet saber el cost per client potencial per a cada localització. L'informe analitza i compara el tràfic a diferents ciutats de la geografia espanyola.

1 de desembre. RRHH

Intercanvi de tècniques en la gestió de persones



- Com garantir la salut i el benestar dels treballadors. Experiència Gaes te cuida
- Selecció de personal amb dinàmiques grupals
- Horaris de personal els dies festius.

L'últim taller de l'any va anar destinat a l'intercanvi de pràctiques i tècniques de millora de la gestió de persones a les empreses Comertia. En aquest taller vam conèixer el programa de recursos humans "Gaes te cuida".

També es va abordar la selecció de personal amb dinàmiques grupals, així com tècniques d'horaris de personal en dies festius: com es retribueixen i com es gestionen els torns.

Compartir aquest tipus d'experiències entre les empreses, ajuda a la millora dels departaments d'una manera gradual i sostinguda.

3.3. APP Comertia

Comertia disposa d'una APP mòbil dissenyada per a l'ús dels seus membres associats com a eina de comunicació i de consulta d'informació ràpida, àgil i fiable entre les empreses associades.

L'APP Comertia té diferents funcionalitats segons el perfil d'usuari i conté informació de contacte dels membres que en formen part, directors generals i responsables d'àrea, els quals poden comunicar-se àgilment via xat intern de l'aplicació. També disposa d'informació sobre els diferents punts de venda d'arreu de tot el territori nacional i internacional, descomptes pels treballadors entre les diferents botigues, agenda o calendari per rebre convocatòries de reunions, o serveis de geolocalització, entre d'altres.

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

L'APP Comertia està disponible per Android i iOS.

Una altra funció destacada de l'APP Comertia és la publicació de descomptes i condicions especials per comprar als establiments.

3.4. Pla de descomptes per a treballadors

Amb l'esperit de promoure sinergies entre les empreses, els treballadors de les empreses associades a Comertia poden gaudir de descomptes i condicions especials de productes de la resta d'empreses membre.

Els beneficiaris han d'ensenyar la targeta personalitzada amb el seu nom als establiments de Comertia que ofereixin descompte, ja sigui en format digital a través de l'App Comertia o bé impresa des de la pàgina web www.comertia.net/appcomertia.php.

Des de l'associació, es realitzen diferents activitats per a recordar i fer difusió dels descomptes que poden obtenir els treballadors.

- **Butlletí mensual de descomptes**, ordenat i agrupat per sectors d'activitat. S'envia un cop al mes als responsables d'àrea i directors generals de les empreses Comertia, per a què el facin extensiu als seus treballadors.
- **Díptic de descomptes**, l'objectiu del qual és fer difusió de l'eina i que el màxim nombre de treballadors de les nostres empreses coneguin els avantatges de la targeta i es puguin beneficiar dels descomptes. Les empreses de Comertia poden triar entre 2 mides de díptic (format A4 o A5) que penjaran en llocs visibles per als treballadors: taulells informatius, zones de descans de les botigues, zones comunes a oficines, etc.

3.5. Comertia Expansió - COMEX

Des de Comertia es facilita als socis informació per a l'expansió i la internacionalització cercant sinergies 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 d'expansió internacional, 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 o fórmules d'exportació, etc. Plantejar dubtes, com exportar? Què fer?, etc.
- Plantejar fòrums de debat
- Treballar projectes conjunts
- Informació sobre ajuts a la internacionalització

Al 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 ofereix 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.

3.6. Comertia Persones

Des de Comertia Persones s'ofereixen serveis que satisfan 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 socioeconòmic, 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 les empreses bcm Retail i Axxon. Més informació: www.bcmretail.net i www.axxon.jobs

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: www.ceinsa.es

6. GESTIÓ DE LA TEMPORALITAT: recerca de treballadors de manera temporal responent a les necessitats de cada perfil professional. Col·laboració amb l'empresa Axxon. Més informació: www.axxon.jobs

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

3.7. 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, amb notícies de Comertia i les seves marques associades, com del sector distribució.

L'objectiu és que els empresaris de Comertia puguin estar informats diàriament dels temes d'actualitat que afecten al sector retail (normatives, canvis de llei, nous projectes comercials, tractament de rebaixes o promocions, etc.) així com notícies sobre l'activitat empresarial i expansió de les grans marques.

Aquest recull inclou també temàtiques més orientades a màrqueting, com ara estudis i anàlisi del comportament de consumidors, empresa familiar, noves tendències i eines de màrqueting i articles d'opinió de prescriptors i influencers en matèria de finances, economia i retail.

El resum de premsa és un servei exclusiu per als socis de Comertia que reben diàriament per correu electrònic abans de les 9 h del matí.





4 PROIECTE COMERTIA CLIENT

Les marques de Comertia, totes elles familiars i catalanes, amb una trajectòria de més de 40 anys de mitjana, compartim la mateixa filosofia de gestió dels nostres negocis, situant sempre al CLIENT com a eix principal a la hora de prendre decisions, unes decisions que prenem des de la sostenibilitat, amb esperit urbà, compromís local i treballant per reforçar i cuidar dia a dia aquest vincle amb les persones.

El mapa de marques Comertia té molta imatge i notorietat. Les empreses de Comertia són empreses familiars i catalanes, amb uns valors diferencials, singulars i propis.

- Generen conjuntament 35.000 llocs de feina directes
- Ofereixen formació i promoció interna als treballadors
- Superen inspeccions de qualitat i control estrictes
- Tenen capacitat d'inversió amb recursos propis
- Facturen conjuntament 4.000M€ anuals
- Són la definició del model comercial de Catalunya
- Contribueixen urbanísticament
- Comparteixen presència en els principals eixos comercials amb les grans marques multinacionals

És per aquest motiu que, des de 2015, vam començar a treballar en aquest projecte per posar en comú tots aquests valors que compartim, i fer un pas més, per fer arribar al consumidor final qui som, qui és Comertia, i quins són aquests valors que hi ha darrera de les seves marques.

Eixos d'activitat de Comertia:

L'activitat de l'associació per tant, s'amplia en un tercer eix, que denominem Comertia Client.

1. **Networking entre els associats:** El valor de compartir informació, sota el lema COMPARTIR PER COMPETIR.
2. **Relacions Institucionals: representació i defensa dels interessos** de les empreses membre davant l'administració.
3. **Comertia Client.** Posar en valor els atributs de les empreses de Comertia i donar-los a conèixer al consumidor final.

Ara ens marquem un nou repte: Volem que el client conegui que les nostres marques formen part de Comertia, on compartim valors i informació per adaptar-nos a les noves tendències, amb el compromís de millorar el servei que oferim cada dia als nostres clients.

Durant l'any 2015 es va desenvolupar la nova imatge de la marca, més singular, més propera, més amable i adaptada a aquesta nova etapa.

L'any 2016 s'ha dut a terme la fase d'implementació de tota la gestació i creació de branding de la nova marca.

4.1. Difusió i implementació de la nova marca.

Per transmetre al consumidor qui som, qui és Comertia, i quins són aquests valors que hi ha darrera de les nostres marques amb l'objectiu de portar més tràfic de consumidors a les nostres botigues, al llarg de 2016 s'ha dut a terme la implementació de les següents accions:

- Identificació de les botigues amb un adhesiu
- Guia dels establiments Comertia
- Acció xarxes socials
- Web Comertia
- APP Comertia





.comertia

Vols descomptes a les millors marques d'aquí?

Descarrega't l'APP Comertia



Android



iOS

vols descomptes a les millors marques d'aquí?

1. DESCARREGA L'APP
2. COMPARA PREUS I IMATGES
3. APROFITA EL DESCOMpte A LA CARRE
4. COMPARA A LA CARRE

comertia
PLAÇA DE LA FONTANA, 10







5.1. Assemblea General de Comertia

Comertia va celebrar el dimecres 29 de juny la seva 14^a Assemblea General de Socis, en un acte presidit per Joan Carles Calbet, president de l'entitat, que va comptar amb la presència de la nova regidora de comerç de l'Ajuntament de Barcelona, la Il·lma. Sra. Montserrat Ballarín, en el que va ser el seu primer acte públic com a regidora.



La Sra. Ballarín va fer esment dels reptes que té la ciutat en matèria de comerç, com són apostar per la competitivitat, mantenir i generar més ocupació, i seguir impulsant el model comercial que tantes coses positives ha aportat al nostre país. Segons la regidora, *"és un bon moment per apostar per l'associacionisme i la professionalització del comerç com a vies per aportar valor afegit a l'activitat econòmica i construir un sentiment de pertinença."*

Per la seva banda, el president de Comertia, el Sr. Joan Carles Calbet, va aprofitar l'ocasió per mostrar el descontentament amb *"les mesures del tot insuficients que està duent a terme l'Ajuntament amb la problemàtica del top manta"* i va demanar a la Sra. Ballarín *"una actuació més contundent per eradicar el problema."*



La cloenda de l'Assemblea va anar a càrrec del reconegut periodista Sr. Josep Cuní, qui va compartir amb l'auditori una interessant reflexió al voltant de l'actualitat i el consum.

Per finalitzar la trobada ineludible anual de l'entitat, els ponents convidats, la Sra. Ballarín i el Sr. Josep Cuní, van compartir amb els empresaris de Comertia un dinar al mateix lloc de celebració de l'Assemblea, al restaurant Marítim.



5.2. XIV Jornada Retail Comertia

La trobada anual de referència en retail a Catalunya organitzada per l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, Comertia, es va celebrar el 9 de novembre de 2016 a l'Auditori de Cosmocaixa sota el títol "Retail i Economia Circular", i va recollir en 15 ponències, tot el que envolta l'univers smart en retail, des de la definició del concepte, la importància del Big Data per conèixer bé al consumidor, quines noves tecnologies estan entrant al retail, fins a casos concrets d'implementació smart en marques líders.

Comertia va aprofitar la jornada per a donar a conèixer públicament la seva nova imatge i l'aposta conjunta de traslladar als consumidors, els valors que comparteixen les empreses associades, familiars i d'aquí.



XIV Jornada de Retail Comertia "Retail i Economia Circular"

Logística inversa, millor traçabilitat del producte i sostenibilitat són algunes de les pràctiques d'economia circular en retail.

La XIV Jornada de Retail de Comertia va posar de manifest que l'economia circular és un canvi de paradigma que arriba per quedar-se, on les marques de retail estan entrant per a diferenciar-se de la competència, per aportar productes de més valor afegit i per fidelitzar als seus clients amb un posicionament de marca més sostenible.

Pràctiques com la logística inversa, una millor traçabilitat del producte, i la selecció de matèries primeres orgàniques són algunes de les pràctiques que estan duent a terme les empreses de retail en aquest nou camí.

El Conseller d'Empresa i Coneixement, Hble. Sr. Jordi Baiget, va fer la inauguració oficial de la jornada i van aprofitar per signar el conveni

entre el Consorci del Comerç, Artesania i Moda de Catalunya i Comertia, per al desenvolupament del Pla d'Actuacions de l'entitat per al 2016.

El conseller ha volgut destacar que *"la voluntat de la Generalitat és estar al costat de les organitzacions que treballen per millorar la competitivitat de l'economia. I millorar la competitivitat del comerç és millorar la competitivitat de l'economia"*.

En virtut d'aquest acord, la Generalitat -mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM)- i Comertia sumen esforços per impulsar i fomentar la competitivitat del sector i coincideixen en la voluntat de promocionar i difondre el model català de comerç de proximitat. Entre d'altres iniciatives, el pla contempla activitats de promoció de l'economia circular en el sector *retail*, accions de suport a la internacionalització, i estudis per analitzar l'evolució dels diferents formats comercials.



La jornada de Comertia va comptar amb la participació de catorze ponents per analitzar les oportunitats de transició de l'economia lineal a la circular en els negocis de retail, així com per a debatre sobre l'afectació en els negocis, sobre com s'han de traslladar aquestes accions als consumidors, i instant a replantejar les relacions amb clients, proveïdors, i distribuïdors.

El president de Comertia, Joan Carles Calbet, va donar la benvinguda als assistents amb un discurs on va fer esment que *"les empreses de Comertia tenim un gran repte en aquest procés de transició cap a l'economia circular, si volem donar continuïtat als nostres negocis i afrontar amb lideratge aquest nou paradigma que arriba per quedar-se."*

Així mateix, el president de Comertia va aprofitat l'avinentesa

per expressar al Conseller algunes peticions de l'entitat, com ara el suport en la persecució i eliminació de l'economia il·legal, l'exempció de beneficis no distribuïts com a principal forma de tenir un múscul financer propi, i una major regulació del comerç online. Per últim, va traslladar també la preocupació de Comertia pel creixement del comerç perifèric, en un moment en què no hi ha demanda suficient, afavorint les grans multinacionals en detriment de les marques autòctones.



La primera part de la jornada va anar adreçada a conèixer tendències d'economia circular en tota la cadena de valor, amb experts en disseny, packaging, construcció sostenible, il·luminació eficient i logística. En la introducció a aquest primer bloc, moderat per Ignasi Cubiñà, director general d'Eco Intelligent Growth, es van presentar les conclusions

d'un estudi que ha avaluat les oportunitats de les empreses de retail en la transformació de l'economia lineal a circular, diferenciant entre empreses fabricants o distribuïdores, i per sectors d'activitat comercial.



"L'economia circular ha arribat per promoure la gestió des de la col·laboració i amb transparència", amb aquesta afirmació, Roy Verculen de Circular IQ, va centrar la seva exposició puntualitzant també en la posició estratègica del retailer, per la seva capacitat de recollir i gestionar informació tant de la cadena de subministrament com del client final; "la clau està en discernir què és rellevant i per què."

Oriol Guimerà, professor i dissenyador a IED Barcelona va aportar a l'auditori una reflexió sobre la importància d'anar afrontant canvis per evolucionar, afirmant que *"és més fàcil crear una empresa de zero que canviar quan està en marxa"*, i va insistir en la necessària implicació i gestió per part de la direcció per a que el canvi es produeixi.

Per a Antonio Raimondo, marketing manager de Chep Iberia, *"la sostenibilitat està en el centre del negoci i les decisions es prenen sempre sota aquestes directrius."* El model de negoci de l'empresa logística Chep està basat en tres pilars fonamentals: visió, innovació i col·laboració, i això els ha portat a treballar en la vida útil del palet



convertint-la en infinita perquè tots els components del palet són reciclables 100%. A més, una de les innovacions de la companyia és un sistema de reutilització de palets basat en el servei de lloguer, que ofereix un bon estalvi als distribuïdors.

Segons Xavier Pinosa, "l'economia circular l'hem de fer imparable". El CEO de l'empresa de packaging Pick the Pack, va dir que el packaging juga un doble rol, logístic i comunicatiu. Pinosa és un emprenedor catalitzador del canvi cap a l'economia circular amb una proposta de packaging compostable a preus molt competitius. Xavier Pinosa va defensar també el material plàstic per la seva durabilitat, i va criticar que el problema és el mal ús que en fem al llançar-lo on no toca: *"el bon packaging genera abundància."*

José Luis Ferrero, director de marketing i ecommerce de Philips Lighting, va fer esment de la possibilitat de crear il·luminació a mida en establiments comercials, combinant intensitat segons les necessitats de l'espai; això permet estalviar fins a un 30%. Philips han treballat en solucions interessants i eficients que milloren i fan més rendible l'experiència de compra en el punt de venda.

Al segon bloc de la jornada es van presentar casos d'implementació de pràctiques d'economia circular en retail, concretament a Bricodepot, a El Naturalista i a Mercadona.



Xavier Aranda, cap de RRHH a Bricodepot, va explicar a l'auditori el programa "Net Positive" que té per objectiu crear un model de negoci més sostenible i valuós, contribuint positivament al medi



ambient en 4 àrees concretes: fusta, energia, comunitat i innovació. *"Una bona llar no serà una bona llar si no és sostenible."* Amb aquesta premissa, l'empresa té clara la integració de la sostenibilitat en el seu model de negoci, invertint 100% en projectes forestals que els permeten tancar el cercle, des de la reforestació a la venda de productes compostables; o amb iniciatives que els han suposat reduir costos, com ha estat la venda de residus.

El director comercial de El Naturalista, Juan de la Peña, va compartir amb els assistents la filosofia d'economia circular que l'empresa treballa de forma holística impregnada en la marca, creada a partir de les 3 P: producte, planeta i persones. De la Peña sosté que economia circular és eficiència i durabilitat de producte. Per això, com a principals fites de la companyia, va destacar una producció molt curta, flexible, cadena de subministrament dinàmica i innovadora i una planificació correcta. Per ells, l'economia circular es basa en oferir productes sostenibles duradors per la seva alta qualitat.



Mercadona va ser més crítica en la seva intervenció afrontant l'aplicació de l'economia circular com un repte de rendibilitat. La gerent de Medi Ambient a Mercadona, Adela Torres va explicar una experiència en economia circular basada en la col·laboració amb el proveïdor SP Berner. Aquesta companyia va treballar durant 3 anys en el disseny d'uns cubells de fregar amb les directrius de Mercadona *"màxima qualitat al mínim preu"*. Aquest projecte va suposar una inversió d'11M€ i es va aconseguir a partir d'una matèria agrícola tèrmica sanejada, i reconvertida en plàstic. Les vendes del producte van augmentar un 34%, però no perquè ningú sabés que era economia circular, sinó perquè havien aconseguit un producte de màxima qualitat al mínim preu. Per a Adela Torres, *"l'economia circular no és una alternativa ni una moda: és el camí a seguir."* L'economia circular a Mercadona ha arribat gràcies al seu model de negoci basat en el diàleg constant amb els fabricants

interproveïdors. *"Podem convertir l'economia circular en rendible però no de qualsevol manera: costa molts diners, temps i no es pot fer sol, és necessari un canvi de mentalitat."*

Les empreses catalanes adherides a Comertia, també estan duent estratègies d'economia circular. Calbet per exemple, està complementant l'oferta de venda de productes amb serveis d'estalvi i eficiència energètica, desinstal·lació o recuperació de productes, per exemple, unes pràctiques que permeten estar a prop dels clients, i aportar un servei de valor afegit que, de retruc, contribueix a la seva fidelització.

Casa Ametller ha endegat un projecte de "cocreació" per fer participants als seus clients de tot el procés de producció, des del camp fins al packaging a botiga. Aquesta acció s'ha materialitzat amb un projecte d'elaboració de vi a unes vinyes que l'empresa té a Gèlida, i la facturació va destinada a l'Associació Life, dedicada al càncer de mama.

Per la seva banda, la cadena de gimnasos Duet Sports, de la mà del seu director de màrqueting, Pedro Hidalgo, va donar a conèixer el concepte "Duet Reused" que es basa en el compromís de reciclar i reutilitzar materials d'obra i esportius per a donar-los una nova vida en les seves instal·lacions.

I per últim, el director general de Punto Blanco, Ignasi Reixach, va donar a conèixer també l'ús de matèries primeres orgàniques per a la fabricació de mitjons, com el fil de bambú el qual, a més a més de la seva comoditat i elasticitat, està demostrat que té propietats curatives. Ignasi Reixach va defensar l'arribada de l'slow fashion amb l'economia circular.



Per acabar la jornada, Alfons Cornella va afirmar que no tenim suficient planeta per seguir produint al ritme d'ara, i per tant, economia circular significa entrar a l'era de la *"revolució dels recursos"*. Cornella va compartir diferents casos d'èxit en economia circular com Inditex, amb la recollida de roba a domicili aprofitant

les entregues, o IKEA amb el mercat de segona mà, tot i que va posar l'alerta en el contrasentit que suposa la coexistència actual de l'alça logística amb el creixement de l'economia circular. Per a Alfons Cornella, les noves iniciatives d'economia circular de les marques de retail *"no van de reciclar, sinó de capturar el valor que ha costat fabricar alguna cosa; i la tendència és saber donar solucions a les persones."*

La XIV Jornada de Retail Comertia va ser possible gràcies a la col·laboració d'empreses referents com l'elèctrica per a empreses i particulars Factor Energia; TC Group Solutions, líder en solucions de millora de la rendibilitat, l'eficiència i el servei al client a establiments comercials; Implanta, empresa especialitzada en el desenvolupament d'infraestructures per a empreses; Construcia, companyia especialitzada en el desenvolupament d'infraestructures per a empreses; i Codysis, una de les empreses líders en solucions globals de hardware, software i serveis professionals per al sector. Per últim, també Comertia agraeix especialment a CaixaBank la cessió, un any més, de les seves impecables instal·lacions per a la celebració de la jornada.

Més informació sobre la XIV Jornada Retail Comertia a www.jornadaretailcomertia.net

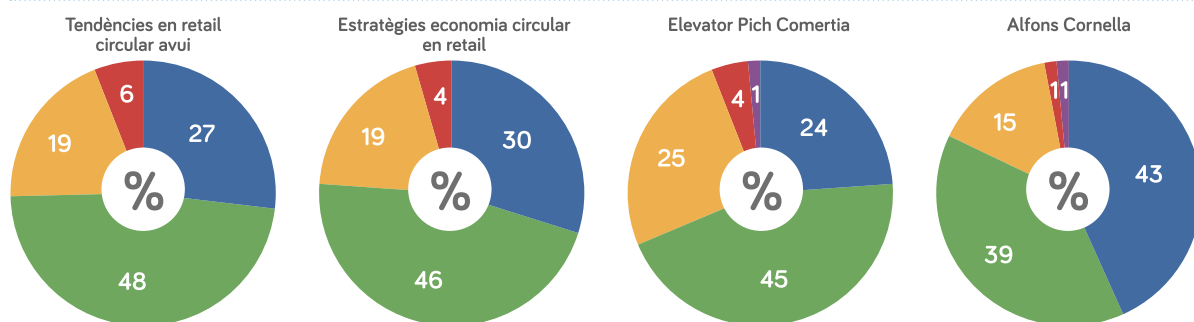


Valoració de la 14^a edició de la Jornada

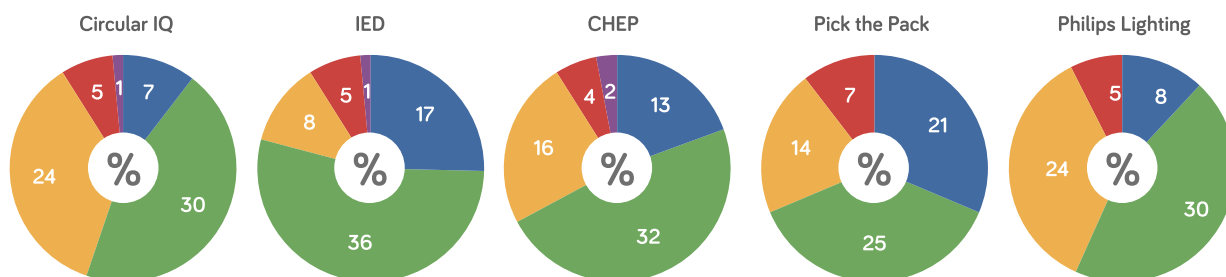
Un cop celebrada la Jornada, Comertia envia una enquesta als assistents per recollir la valoració de l'acte i conèixer l'opinió sobre aspectes generals d'organització, l'interès en els diferents blocs

temàtics, i la satisfacció amb les ponències presentades. En aquesta ocasió, la valoració de satisfacció general va ser molt bona i l'opinió global molt favorable, tal i com es mostra en els següents gràfics:

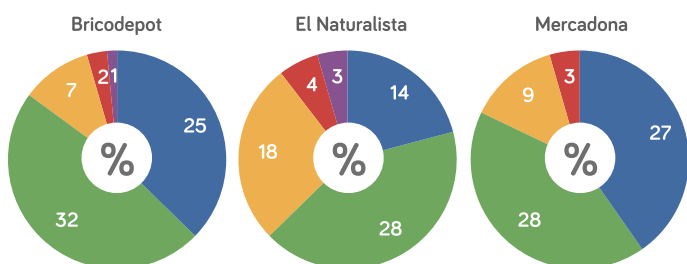
Blocs



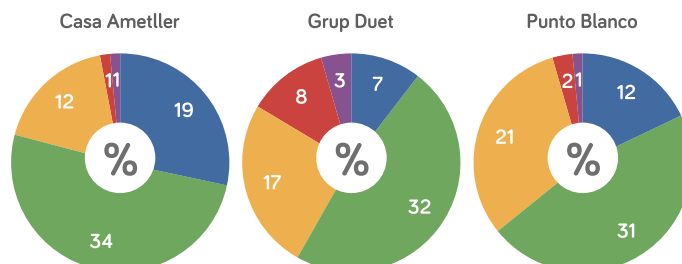
Tendències sobre economia circular avui



Estratègies d'Economia Circular en Retail



Elevator Pitch Comertia



● Molt interessant ● Interessant ● Normal ● Poc interessant ● Gens interessant

5.3. 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.

En aquesta edició, el Sopar de Nadal de Comertia 2016 es va celebrar el dijous dia 15 de desembre a l'Hotel Olívia Balmes de Barcelona. El president de Comertia, Joan Carles Calbet, va assenyalar en el seu discurs la importància d'assistir a les reunions per tal de compartir i intercanviar informació entre els socis. Així mateix, va destacar els valors diferencials de les empreses de Comertia com un bon canal per aprofitar i augmentar la quota de clients.

Acabat el sopar, va tenir lloc el tradicional sorteig d'intercanvi de regals entre les empreses de Comertia. I la celebració va finalitzar amb un brindis multitudinari, desitjant a tots els presents Bones Festes de Nadal.





6 ESTUDIS I PUBLICACIONS

6.1. Indicador de Retail Comertia

L'indicador de retail Comertia és un informe mensual que va posar en marxa l'Associació l'any 2010 per a poder disposar de dades reals, a partir de la mostra d'empreses Comertia, per a poder conèixer la salut econòmica de les empreses amb celeritat.

L'objectiu de l'indicador és que els resultats serveixin de diagnòstic a curt, mig i llarg termini, sobre la realitat del sector retail en tres aspectes clau: vendes, nombre d'establiments i personal, principalment.

A finals de mes, els socis de Comertia reben una enquesta per correu electrònic i, ja sigui a través d'ordinador o dispositiu mòbil, omplen còmoda i ràpidament amb les seves dades, enviant les respostes al moment.

Els resultats d'aquest informe mensual s'envien als socis en forma d'informe, amb dades de vendes totals i de superfície comparable, obertures i tancaments d'establiments, evolució en la contractació o reducció de plantilles, i des de 2014 també s'inclou dades de vendes sectorials, fet que permet observar l'estacionalitat de les vendes per sectors d'activitat representats a Comertia. Periòdicament, l'indicador recull també dades de marges comercials, i vendes quadrimestrals.

A més de les dades quantitatives, l'enquesta també inclou dues o tres preguntes qualitatives sobre temàtiques d'actualitat, el coneixement del qual pot ser d'utilitat i interès pels socis o pels mitjans de comunicació.

De fet, un segon objectiu d'aquest indicador de vendes, és enviar una nota de premsa mensual amb les conclusions als mitjans de comunicació per anar informant de l'evolució del consum i les vendes a les empreses catalanes de retail.

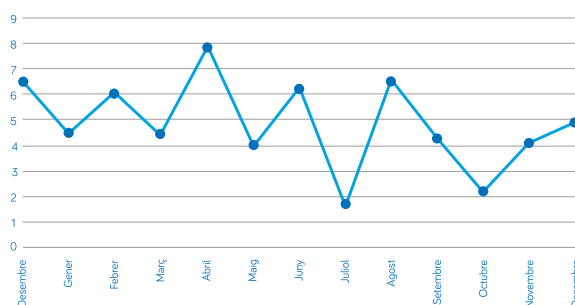
En resum, l'indicador de retail Comertia és una eina que permet:

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

Vendes totals 2016

Al llarg de l'any 2016, les vendes als establiments Comertia s'han mantingut positives i força estables, exceptuant únicament una baixada de vendes al mes de juliol, malgrat ser període de rebaixes, i una altra al mes d'octubre, mes de recuperació de l'economia domèstica després de vacances i de la tornada a l'escola.

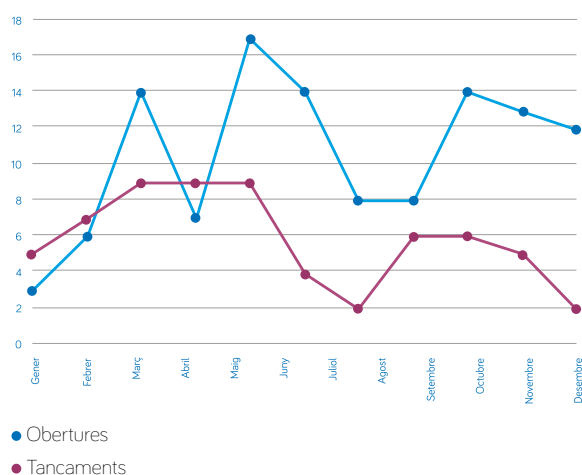
L'abril va registrar unes vendes de 7'9% respecte l'any anterior, sent el mes que ha registrat un màxim de vendes. Les dades d'aquest 2016 reflexen la recuperació i consolidació del consum després d'un any 2015 amb uns pics de vendes més destacats i propers als dos dígits.



Obertures i tancaments 2016

Quant a les obertures i tancaments de tot l'any, el balanç es salda en positiu, amb 131 nous establiments comercials inaugurats enfront de 66 baixes.

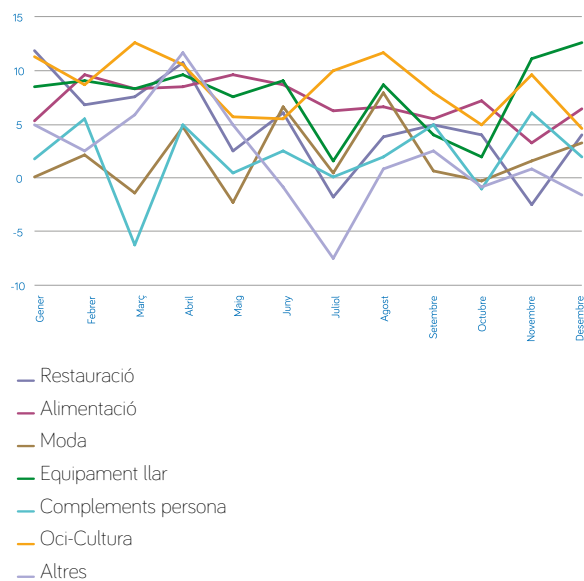
Els mesos més propicis per a l'expansió i noves obertures comercials es concentren en el segon i l'últim trimestre de l'any. Per contra, els mesos que es produeixen més tancaments són al primer i segon trimestre de l'any.



Vendes totals de Comerçia per sectors

El sector d'activitat de Comerçia que ha destacat més aquest 2016 ha estat Oci i Cultura, superant de mitjana els dos dígits bona part de l'any. Aquests bons resultats són equiparables als sectors de Restauració i Alimentació, tradicionalment líders de vendes a Comerçia.

Un altre sector que ha despuntat força ha estat el d'Equipament de la Llar, registrant bones xifres, també de dos dígits o propera en molts mesos. En l'altre extrem, els sectors que menys han brillat aquest any han estat Moda i Complementes de la persona.



6.2. Estudi sobre Retail i Economia Circular

Comertia ha encarregat a l'empresa Eco Intelligent Growth, consultora especialitzada en la transició d'empreses i organitzacions cap a l'economia circular, un estudi per analitzar i avaluar les possibilitats de transformació de les empreses de retail cap a aquest nou paradigma sobre els principis del Cradle to Cradle®.

Aquest estudi que porta per títol *"Retail i Economia Circular, Reptes i Oportunitats cap a una transformació sectorial"*, parteix de la definició i educació sobre aquest nou model, fins a l'exposició i aterratge en accions concretes que poden dur a terme les empreses per entrar a participar, d'una forma natural, dins d'aquesta nova realitat.

La introducció d'aquest estudi emmarca l'explicació de "l'economia circular" i la seva aplicació al món empresarial industrial, per acabar aterrant en l'anàlisi al sector distribució i serveis.

INTRODUCCIÓ A L'ESTUDI

L'Economia Circular no és tan sols una redefinició del nostre sistema econòmic, ni un canvi de paradigma social i mediambiental; és també això, però sobretot és un canvi cultural i relacional que afecta a tota mena de relacions – econòmiques, ecològiques i socials. És tanmateix una proposta concreta i possibilista de l'anomenat pensament sistèmic, que malgrat haver estat postulat en els anys 60 (Fritjof Capra, entre d'altres), sembla que hagi trobat finalment la seva *raison d'être* als inicis del s. XXI.

El plantejament inicial que feia l'EMF (Ellen Mac Arthur Foundation), recolzada pels serveis estadístics de la consultora McKinsey, posava l'accent en la reestructuració dels fluxos de materials per tal de millorar l'eficiència en l'ús dels materials i augmentar la seguretat pel que fa a la seva disponibilitat.

Els principis conceptuals del plantejament eren i són els del "cradle to cradle"

Els principis conceptuals del seu plantejament eren i són els del Cradle to Cradle, adobat per altres plantejaments com la Biomimètica, l'Ecologia Industrial i la *Performance Economy*. De fet, la conciliació de totes aquestes visions requereix precisament una visió holística i sistèmica del socioeconòmic.

L'enfocament en els materials incorpora també la gestió dels recursos energètics i hídrics per poder-los fabricar, utilitzar i recuperar, que òbviament han de ser coherents i compatibles amb el plantejament global de l'Economia Circular. La definició del flux i concentració de materials i els recursos que el fan possible requereix no obstant un major nivell de detall, i és per això que el Cradle to Cradle defineix el materials com a Nutrients que han de ser recirculats en un Cicle Abiòtic (nutrients biològics que han de ser retornats a la biosfera de manera segura i productiva), o en un Cicle Abiòtic (nutrients tècnics que seran retornats a les fàbriques per ser reutilitzats directament o transformats en nous productes). La finalitat d'aquest disseny és la de transformar l'economia lineal, extractiva, malbaratadora, contaminant i improductiva a llarg termini, en una economia regenerativa per intenció i disseny: l'Economia Circular.

De fet, la regeneració del Capital (natural, econòmic i social) és la finalitat última del Capitalisme fundacional (reinvertir els beneficis en nous actius que generin més beneficis), i la clau del seu èxit històric, que de fet el model d'economia lineal posa en perill. El creixement continu en el que es sustenta el model capitalista només pot ser viable amb una reconsideració qualitativa d'aquest creixement, que permeti la re-materialització i re-configuració dels béns i serveis.

EL PAPER DEL SECTOR RETAIL EN EL PARADIGMA DE L'ECONOMIA CIRCULAR

Fins ara l'enfocament de l'Economia Circular ha estat molt orientat als sectors industrials i productius, així com als aspectes logístics i de disseny, però s'ha fixat menys en els canals de distribució i venda. No obstant això, si un dels sentits últims de l'Economia Circular és el d'adequar l'oferta a la demanda tot generant major productivitat i abundància, sembla lògic pensar que aquells que estan més propers al client final han de tenir un paper important a jugar. De tots els stakeholders participants en el nostre sistema socio-econòmic, és el comerç minorista el que menys atenció ha rebut fins ara per part dels postulats de l'Economia Circular. És per això que aquest estudi preliminar i qualitatiu contextualitzat en els associats de COMERTIA defineix les bases per una estratègia adaptada al sector, fent-ho amb les casuístiques reals presents en el mateix.

Aquest estudi preliminar i qualitatiu contextualitzat en els associats de Comertia defineix les bases per una estratègia adaptada al sector

Per assolir l'èxit en el disseny i optimització de l'Economia Circular, es consideren els següents objectius primordials:

1. Conservar i potenciar el capital natural
2. Optimitzar el rendiment dels recursos
3. Fomentar l'eficàcia dels sistemes

A tal efecte, i d'una manera potser pionera, l'estudi fa ús de la metodologia desenvolupada per la EMF per analitzar el potencial de Circularitat de diferents sectors, indústries, empreses i productes: ReSOLVE

REgenerate	Regenerate and restore natural capital
Share	Maximise product utilisation
Optimise	Optimise system performance
Loop	Keep components and materials in closed loops
Virtualise	Deliver utility virtually
Exchange	Select resource input wisely

La innovació és aplicar aquest marc conceptual al sector del retail, admetent que no es tracta d'un sector uniforme i que incorpora tant el sector industrial com el de serveis. Per incorporar tant els paràmetres horitzontals com els verticals d'aquest sector (verticals: manufacturadors, horitzontals: venda i distribució), hem analitzat l'aplicabilitat de ReSOLVE segons les categories dels associats de COMERTIA:

- Restauració
- Complementos per a la llar
- Alimentació
- Moda
- Complementos i serveis per a la persona
- Oci i cultura
- Altres

Com a primera aproximació a la metodologia ReSOLVE aplicada al sector retail, es posa de relleu una de les iniciatives encetades a Europa pel que fa a la implementació de l'Economia Circular al sector "minorista" – REAP (*Retailers' Environmental Action Programme 2016-2018*), signada per alguns dels membres més destacats de l'EERT (*European Retail Round Table*).

La fórmula per vincular els dos àmbits és mitjançant la resposta a les tres preguntes bàsiques articulades per REAP:

- *What we sell? Què venem?*
- *How we sell? Com venem?*
- *How we communicate? Com ho comuniquem?*

Els resultats obtinguts en aquest exercici constitueixen la diagnosi i el punt de partida per a la definició d'estratègies de caire general per al sector, i més específiques per a cada una de les categories dels associats membres. S'han inclòs també una sèrie de Casos d'Èxit de marques nacionals i internacionals, per a que serveixin de referència d'implementacions concretes.

La principal conclusió de l'estudi és que el sector Retail en el seu conjunt té un bon potencial de circularitat, en major o menor mesura vinculat a nous models de negoci, i no tant a la "correcció" de models existents. El sector necessita també una estratègia de monetització (*low hanging fruits*) per tal de finançar algunes d'aquestes estratègies.

El sector retail en el seu conjunt té un bon potencial de circularitat

En un context on les PIMES mouen l'economia, COMERTIA es pot trobar al centre del canvi de paradigma a Catalunya, a més d'inspirar el sector a nivell internacional. El sector Retail és per definició reactiu donada la seva posició en la cadena de valor, i aquest és un dels motius pels quals fins ara no ha tingut un paper central en la configuració de l'Economia Circular. La tendència cap a una societat de Prosumidors (consumidors + productors) requereix una reconfiguració dels intermediaris, especialment d'aquells que tenen una relació client-proveïdor més convencional.

Aquí tenim un exemple de les possibilitats de transformació de les empreses de Comerçia segons el model ReSOLVE.

Taula 3. Rol dels diferents agents de la cadena en una economia lineal i en una Economia Circular

SECTOR	MODEL DE NEGOCI	REgenerate	Share	Optimize	Loop	Virtualize	Exchange
ALIMENTACIÓ I RESTAURACIÓ	Producció pròpia	●	●	●	●	●	●
	Distribució	●	●	●	●	●	●
	Serveis	●	●	●	●	●	●
COMPL. I SERVEIS PER A LA PERSONA	Producció pròpia	●	●	●	●	●	●
	Distribució	●	●	●	●	●	●
	Serveis	●	●	●	●	●	●
MODA	Producció pròpia	●	●	●	●	●	●
	Distribució	●	●	●	●	●	●
	Serveis	●	●	●	●	●	●
COMPL. PER A LA LLAR	Producció pròpia	●	●	●	●	●	●
	Distribució	●	●	●	●	●	●
	Serveis	●	●	●	●	●	●
OCI, CULTURA I ALTRES	Producció pròpia	●	●	●	●	●	●
	Distribució	●	●	●	●	●	●
	Serveis	●	●	●	●	●	●

En el món del IoT (*Internet of Things*) aquests canvis ja s'estan produint, sobretot en el món del B2B (*business to business*): els productes SAS (Software As Services) assoleixen una quota de mercat creixent i exponencial, de fet alguns dels seus clients són les pròpies empreses de Retail. El problema de moltes PIMES és el de falta d'escala, i per tant, en major o menor mesura el de falta de capacitat de negociació, per exemple pel que fa a la compra de productes i/o matèries primeres. Poder realitzar una *Proof of Concept* que incorpori empreses de diferents sectors pot actuar com a sistema de verificació i sobretot com a catalitzador d'aquest nou ordre socio-econòmic.

6.3. 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.

Aquest any 2016 el llibre de la col·lecció ha tractat sobre "Retail i Economia Circular. Reptes i Oportunitats cap a una transformació sector". Aquest nou llibre de la col·lecció Management Comertia Retail té per objectiu formar al lector en el nou model d'economia circular i la seva aplicació a les empreses de retail. La transformació no s'ha d'entendre com un canvi radical i immediat, és necessari dissenyar el camí més adient, cas per cas. Aquest llibre conté algunes estratègies que poden ajustar-se a diversos sectors, exemplificades amb casos d'èxit.

Els títols 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 2004.



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 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 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. Editat al 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 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 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 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 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 2011.



10. "Històries d'èxit en retail: 10 anys Compartint per Competir"

Recopilatori de les històries empresarials d'èxit en retail de les empreses de Comertia.

Editat al 2012.



11. "Històries d'èxit en retail. Internacionalització: Opció o Necessitat?"

Recopilatori de casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes sobre l'experiència i anàlisi de possibles factors claus de creixement i internacionalització, escrits pels propietaris de les cadenes.

Editat al 2013.



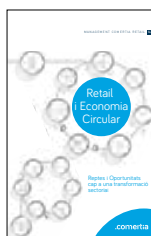
12. "La nova era del retail"

Aquest llibre de la col·lecció conté un recull de punts de vista des de diferents àrees d'especialització al voltant de 'la nova era del retail' que ens ajuden a reflexionar sobre com innovar en comerç, davant l'evolució constant i imparable de les noves tecnologies que condiciona els hàbits de compra dels consumidors. Editat al 2014.



13. "Smart retail"

Aquest volum recull la visió de diferents experts sobre les principals àrees d'especialització que interfereixen en Smart retail, per tal d'acompanyar-vos en la reflexió de nous camins i noves oportunitats de millora dels negocis i de connexió amb els clients. Editat al 2015.



14. "Retail i Economia Circular. Reptes i Oportunitats cap a una transformació sectorial."

Aquest nou llibre de la col·lecció Management Comertia Retail té per objectiu formar al lector en el nou model d'economia circular i la seva aplicació a les empreses de retail. La transformació no s'ha d'entendre com un canvi radical i immediat, és necessari dissenyar

el camí més adient, cas per cas. Aquest llibre conté algunes estratègies que poden ajustar-se a diversos sectors, exemplificades amb casos d'èxit.

Editat al 2016.

Tots els volums estan a la venda del públic general i es poden adquirir a través de la web de Comertia, dins de l'apartat Estudis i publicacions, Col·lecció Management Comertia Retail.

6.4. Biblioteca Comertia

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.



7 ACTIVITATS DE PROSPECCIÓ I APRENENTATGE

7.1. MOBILE READY

Per quart any consecutiu, Mobile World Capital Barcelona, a través de la iniciativa Mobile Ready va organitzar una proposta per apropar experiències innovadores a les persones i, va oferir la oportunitat de participar d'aquest tour guiat i conèixer de primera mà diferents solucions creatives, tecnològicament avançades, que mostren productes i serveis que ja són una realitat i es llancen per a millorar l'experiència de l'usuari.

Aquest any 2016, algunes de les empreses participants pertanyien a Comertia. La durada del tour va ser de 2,5 hores. Va començar a la cuina de la botiga Veritas, i va continuar als lineals de la botiga i la caixa. A Veritas vam poder conèixer la shopping list intel·ligent, estanteries amb contingut digital i informació addicional sobre el producte. Mitjançant un sistema de reconeixement virtual del client vam atendre nous sistemes de pagament.

Seguidament, el tour va tenir la segona parada a la botiga Kare (del grup Gerplex-Casa Viva) on, a través de tecnologia immersiva, vam poder conèixer el sistema de visualització i personalització d'espais mitjançant la realitat virtual i la seva configuració personalitzada en un espai virtual.

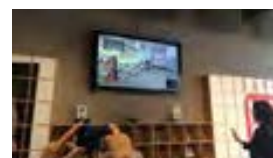
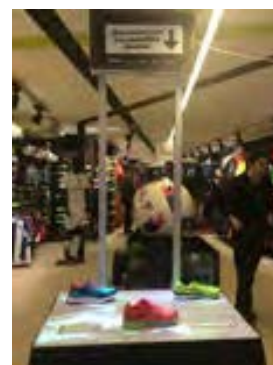


Després vam visitar la botiga Benitosports, on els participants van poder experimentar amb productes esportius a través d'aventura de realitat virtual. L'aplicació de tecnologies digitals en entorns no digitals millora la informació sobre el producte.

Tota aquest recorregut es va fer a peu, deixant temps perquè els participants poguessin experimentar les diferents tecnologies.

A continuació, un autocar va recollir als participants a la Rambla Catalunya i van ser traslladats al pàrquing SABA de l'Estació de Sants, per a viure en directe l'experiència del cotxe connectat SEAT, que permet pagar amb un sensor biomètric des del cotxe. Un cop vista aquesta experiència, els participants van ser portats novament amb autocar al punt d'inici.

El tour es va celebrar el divendres 26 febrer de 10:30 a 13:00 h.



7.2. BRE COMERTIA NOVA YORK

L'any 2014 Comertia va posar en marxa aquest nou format de viatges de prospecció, amb la voluntat de conèixer noves tendències en ciutats referents per al retail. Es tracta d'una expedició d'empresaris de Comertia que volen descobrir nous conceptes comercials i inspirar-se per crear les seves estratègies a partir de l'experiència d'altres països més avançats.

El Business Retail Experience (BRE Comertia) de 2016 va recórrer els carrers comercials de la ciutat de Nova York per a:

- Conèixer i identificar punts d'interès i innovació en la implantació comercial a partir de recorreguts de circuits comercials urbans i l'observació directa d'establiments.
- Obtenir eines, estratègies, idees i oxigen per a millorar la competitivitat de les empreses.
- Conèixer experiències d'empreses de Comertia ja implantades a aquella ciutat o país: procés d'implantació, dificultats, expectatives, evolució, futur, visió del mercat i del consumidor local, etc.
- Mantenir reunions amb empresaris i professionals locals per tal d'intercanviar experiències i conèixer de primera mà les seves experiències pel que fa a oportunitats de negoci, contactes, hàbits, mercat, etc.
- Compartir experiències i coneixements entre els socis de Comertia sobre les tendències en Retail, producte i hàbits d'altres consumidors i ciutats referents del món: Esperit Comertia, Compartir per Competir: Compartint, aprenem i executem.
- L'objectiu del BRE Comertia a Nova York és inspirar i compartir estímuls, referències i pistes en retail, espais, host, entorns i altres imaginaris que ens permetin dibuixar les tendències que ens brinda la gran poma.

La "Wealthy Green area" mai va ser el que és ara, eren els "dirty days" de Nova York a finals de segle passat i on van començar els clubs undergrounds, la moguda gai i l'escena més "trash" de la ciutat. Els sostres de ferro donen la pell al barri. Els sostres davant The Standard i Whitney Museum són els únics autèntics de la zona (Washington St entre W 13 i 14 st). Es van construir al 1875 per protegir els mercaders ambulants. La resta, com la botiga de DVF, són recreats. El High line, el famós parc elevat en unes antigues vies de tren, ha contribuït a la gentrificació del barri. El tren antic elevat es va construir per saltar a una via superior la mala circulació i travessar els edificis als que servien productes carnis i així, reduir costos.

La part Est de Nova York limita al Nord amb 14th i al Sud amb el riu Houston. L'est el marca el riu East Houston & Bowery i 3st la tanca per l'oest. Limita amb Unió Square / Stuyvesant Town (nord) i Lower East side (sud). Greenwich Village i NoHo (oest) i el riu (est). Dins trobem el famós barri ABC city i Ukha. El barri està vivint un procés de gentrificació interessant on els preus de lloguers i locals estan desplaçant a aquells artistes que li han donat el costat bohemí. Va ser als 60 quan es va començar a forjar una atmosfera artística gràcies als músics, poetes i altres elencs creatius que habitaven el barri. Es diu que mai tindrà l'essència que va ser però així i tot és l'oasi per als que viuen a Manhattan i volen desconectar dels grans gratacles tenint carrers ordenats i tot tipus de propostes.

Ruta Soho & Tribeca: L'àrea va ser originàriament una granja, però després que s'habilités Canal st com un desaigüe (mitjans del XIX) la zona es va anar revitalitzant donant pas als primers edificis amb zones residencials. D'aquesta manera van aparèixer botigues, hotels, els primers teatres i el seu famós red-district. Els següents 50 anys van arribar les fàbriques industrials i la zona es va encunyar com "Hell 's Hundred Acres". Les façanes i estructures amb ferro colat (barat i durables en el temps) van fer el senyal més característic del barri. Aquests edificis van ser ocupats per artistes que van donar la primera pell al barri convertint-lo en el que avui coneixem, un barri destí mundialment conegut.

Williamsburg va formar part de Nova York al 1898, sent un barri de drassanes i magatzems portuaris amb gran tradició cervesera. Al 1962 fabricava el 10% de la cervesa consumida a EUA. Al 1976 la crisi va tancar Schaefer and Rheingold, l'última fàbrica del districte abans que s'obris Brooklyn Brewery. De tradició immigrant (llatins, italians, alemanys, jueus ...) és el lloc on van anar a viure els joves que no es podien permetre viure a Manhattan. Amb una població de 2,5 d'habitants, configura la quarta ciutat més gran del país. És el barri on van començar les primeres bicicletes fixes, les primeres barbes, samarretes de granger, botigues de segona mà... És el barri on va néixer la cultura hipster.









8 RELACIONES INSTITUCIONALES

L'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, Comertia, ha mantingut al llarg de 2016 relacions amb diferents entitats, tant de l'àmbit públic com privat, amb la finalitat de crear i construir vies de diàleg en àrees i temes que poden ser d'interès pel segment empresarial que representa.

Per a les reunions pròpiament més institucionals i/o amb l'administració pública, Comertia fa extensiu el seu decàleg a l'hora que acompanya als seus socis en el debat de temàtiques puntuals del context.

8.1. Reunions Comertia

14 gener

CLUSTER EFICIÈNCIA ENERGÈTICA DE CATALUNYA

Comertia es reuneix amb l'associació del sector de l'Eficiència Energètica que agrupa més de 120 empreses i institucions catalanes. Reunió amb Francesc Ribera, gerent de l'entitat.

18 gener

AJUNTAMENT DE BARCELONA

Reunió amb l'Ill·lm. Sr. Agustí Colom, Regidor d'Empresa i Turisme.

28 gener

GENERALITAT DE CATALUNYA –

Conselleria d'Empresa i Coneixement

Reunió amb l'Hble. Sr. Jordi Baiget, Conseller d'Empresa i Coneixement per a presentar-li l'entitat Comertia.



2 febrer

GENERALITAT DE CATALUNYA

Direcció General de Telecomunicacions i societat de la informació.

Reunió amb el Sr. Àlex Rostoll, Consultor TlC.

9 febrer

CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA

15 de febrer

ENTITATS DE COMERÇ

Reunió amb diferents entitats comercials per tractar el tema dels horaris comercials en dies festius a la ciutat de Barcelona.

4 de març

AJUNTAMENT DE BARCELONA

Reunió amb l'Ill·lm. Sr. Jaume Collboni, Segon Tinent d'Alcalde Ajuntament de Barcelona.



7 de març

DIPUTACIÓ DE BARCELONA

Reunió amb el Sr. Carles Fainer, assessor de comerç.

8 març

TRIBUNAL DE JUSTÍCIA DE CATALUNYA

Reunió de diferents entitats amb el Sr. José Maria Romero de Tejada, fiscal del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya per tractar la problemàtica del Top Manta a la ciutat de Barcelona.

10 març

ASCEF

Comertia es reuneix amb l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar, per establir col·laboració i compartir inquietuds en matèria d'empresa familiar. L'ASCEF està integrada per unes 100 empreses familiars representatives dels sectors productius, comercialitzadors i de serveis del territori de Catalunya.

11 març

GRUP MUNICIPAL D'ERC

Comertia es reuneix amb el Regidor del Grup Municipal d'ERC, l'Il·lm. Sr. Jordi Coronas, per presentar les conclusions de treball sobre el Top Manta.



14 març

DELEGACIÓ DEL GOVERN

Reunió amb la delegada del Govern de Catalunya, Sra. Maria Llanos de Luna per tractar la problemàtica del Top Manta.

7 d'abril

REUNIÓ AMB ARTUR MAS

Membres de la Junta Directiva de Comertia es reuneixen amb el Molt Hble. exPresident de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas.

23 de maig

GENERALITAT DE CATALUNYA - PRESIDÈNCIA

Membres de la Junta Directiva de Comertia es reuneixen amb el Molt Hble. President de la Generalitat de Catalunya, Carles Puigdemont.



17 maig

TAULA DE TREBALL BID's

Comertia participa a la taula de treball sobre els Bids (Business improvement districts), organitzada per PIMEC Comerç.



26 de maig

GENERALITAT DE CATALUNYA, DIRECCIÓ GENERAL DE PROMOCIÓ ECONÒMICA, COMPETÈNCIA I REGULACIÓ

Comertia es reuneix amb el Director general de Promoció Econòmica, Competència i Regulació de la Generalitat de Catalunya, el Sr. Albert Castellanos per presentar la nostra associació, els nostres projectes i alhora poder intercanviar opinions sobre la situació actual i futura del nostre país.

31 maig

MINISTERI D'ECONOMIA, INDÚSTRIA I COMPETITIVITAT

El president de Comertia i la seva directora es reuneixen a Madrid amb la Directora General de Comerç Interior, Sra. Carmen Cárdeno.

19 juliol

GENERALITAT DE CATALUNYA - DIRECTORA GENERAL DE COMERÇ,

Membres de la Junta directiva de Comertia es reuneixen amb la Directora General de Comerç, la Sra. Muntxa Vilalta.

19 juliol

AJUNTAMENT DE BARCELONA

Compareixença de Comertia a la reunió Consell Ciutat de Comerç.

14 setembre

CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

Comertia es reuneix amb la Sra. Inmaculada Riera, Directora General de la Cámara de Comercio de España i el Sr. Coll, Director de Estructuras Camerale de Apoyo Empresarial.

16 setembre

AJUNTAMENT DE MATARÓ



S'inicia una primera reunió amb l'alcalde de Mataró, representants de l'ajuntament i diferents comerciants per a debatre sobre propostes de millora de la dinamització comercial del centre de Mataró. Després d'aquesta primera trobada, s'estableixen altres reunions (octubre i novembre) per a donar suport a la dinamització comercial del centre de la ciutat.

5 octubre

FOMENT DEL TREBALL.

Reunió d'alguns membres de la Junta Directiva de Comertia amb el Sr. Joan Pujol, secretari general de Foment del Treball.

13 octubre

GREMI RESTAURACIÓ

Presentació de la Comissió d'Experts per crear el llibre blanc per redissenar les terrasses de la ciutat de Barcelona.

8.1. COMISSIÓ D'AFECTATS PEL TOP MANTA

El 15 de juny del 2016 es crea la Plataforma d'Afectats pel Top Manta de la qual Comertia és membre.

L'objectiu de la plataforma és lluitar plegats contra aquest fenomen. En aquell moment hi havien més de 1000 manters al Passeig Joan de Borbó i la resta de la ciutat.

La Comissió està formada per: ABC, ACIB, Amics de la Rambla, ANDEMA, ANGED, Artesans de Palau de Mar, Associació de Veïns de la Barceloneta, Associació Gastronòmica Palau de Mar, Barcelona Oberta, BarnaCentre, Born Comerç, Cambra de Comerç de Barcelona, Carros 2000, CEDAC, Centre Comercial Maremàgnum, Club Natació Atlètic Barceloneta, Col·legi Oficial de Joiers, d'Orfebres, de Rellogers i de Gemmòlegs de Catalunya, Comertia, Comissió Festa Major de la Barceloneta, Confederació Catalana de Associacions de Marxants, Confederació de Comerç de Catalunya, Consell de Gremis, Entitat cultural Geganters de la Barceloneta, Fundació Barcelona Comerç, Geganters de la Barceloneta, Gremi de restauració de Barcelona, Gremi Hotels de Barcelona, Gremi de Comerç Textil i Sastreteria, L'Aquàrium de Barcelona, Museu Història de Catalunya, P.C Mediterrània, PIMEC Comerç, Quiosc Aquari i Sabors Catalans.

Cadascuna d'aquestes organitzacions a la vegada representa a molts d'altres establiments i/o organitzacions.

Aquesta ha estat una activitat clau durant l'any 2016, amb un calendari força actiu.



A partir de la de premsa es van establir diferents reunions amb l'objectiu de traslladar la nostra preocupació i pressionar per tal que es prenguin mesures necessàries:

A partir d'aquí la Comissió va iniciar una sèrie de reunions:

- Presentació en roda de premsa per a la lectura del manifest.
- Reunió de la Comissió amb el Tinent d'Alcalde, el Sr. Gerardo Pisarello.



- Reunió amb representants sindicals de la GU.
- Reunió amb Direcció de Comerç i Comunicació de l'Ajuntament per definir campanya i materials de comunicació.
- Reunió amb el Regidor del PSC, Sr. Jaume Collboni.
- Reunió amb Sr. Joaquim Forn i Sra. Mercè Homs (CiU)
- Reunió Comissió de Seguretat, Ajuntament de Barcelona.
- Reunió amb representants de les Marques (Andema).
- Reunió amb la Regidora Sra. Monserrat Ballarín i el Comissionat de Seguretat Recasens.
- Reunió amb el Sr. Alberto Vilagrasa del PP.
- Reunió amb Síndic de Greuges.
- Reunió amb el Sr. Alfred Bosch i la Sra. Trini Capdevila d'ERC.



Gràcies a la creació d'aquesta Comissió Top Manta es van aconseguir importants resultats:

- AJUNTAMENT DE BARCELONA: Desplegament d'accions:
 - Més pressió policial als maners.
 - Activitats permanents al Passeig Joan de Borbó amb l'objectiu d'ocupar l'espai i no deixar posar als maners.
 - Pressió en altres zones com la Rambla "Mercadillo Rebelde", Pla de Palau, Colom, Plaça Catalunya etc.
 - Creació de dispositius especials per lluitar contra el Top Manta.
 - Plans d'Ocupació pels col·lectius de maners.
 - Campanyes de sensibilització a compradors.

- SÍNDIC DE GREUGES: Creació de la Taula Interdepartamental a instàncies del Síndic de Greuges per posar en marxa les accions i recomanacions que contemplava al seu informe de febrer del 2016, *"Informe sobre el comerç irregular a la via pública"*.

- Reunió el 12 de juliol a la seu del Síndic de Greuges d'Alcaldes i Regidors dels principals municipis de Catalunya afectats pel fenomen amb representats de la Generalitat i de la Delegació del Govern de l'Estat per cercar solucions coordinades de totes les administracions i emprendre accions acurades i decidides contra les organitzacions que importen i controlen la logística de productes falsificats. S'ha de destacar que en aquestes reunions també participaven l'Administració Tributària i les forces de seguretat de la Generalitat, Ajuntaments i les estatals, a més de la Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya, el Secretari de Migracions, Igualtat i Ciutadania, i representants de l'Oficina de Estrangeria.
- Reunió de aquesta mateixa taula el dia 22 de novembre per fer seguiment dels resultats de les accions i definir noves intervencions.
- Nova reunió plantejada pel març del 2017.

- RESULTATS ACCIONS CONTRA LES MÀFIES I ORGANIZACIONS DELICTIVES QUE IMPORTEN I CONTROLEN LA LOGÍSTICA DELS PRODUCTES FALSIFICATS.

- Desarticulació de diversos grups/ bandes/ xarxes mafioses a diferents barris i ciutats de l'Àrea Metropolitana: Besos, Badalona, Barcelona, Maresme, La Jonquera etc. que es dedicaven a la distribució dels productes falsificats entre els maners.
- Incautació de milers de productes destinats a la venda del Top Manta.
- Escorcolls als magatzems dels xinesos a Badalona.
- Accions més importants:
 - Novembre 2016: Escorcolls simultanis a Mataró, Hospitalet, Badalona i Barcelona que va propiciar la desarticulació d'una xarxa de falsificadors de productes tèxtils.
 - Desembre 2016: Desarticulada la principal xarxa de falsificació i distribució de productes falsificats per a la venda il·legal al Top Manta a Barcelona en una operació conjunta de Guàrdia Urbana, Vigilància Aduanera i Agència Tributària.
 - Desembre 2016: Desarticulació juntament amb la Interpol d'una xarxa internacional (71 persones) de traficants de falsificacions, la més gran d'Europa a La Jonquera.

8.2. Col·laboració i presència Comertia

5 febrer

080 BARCELONA FASHION

Desfilada de les Marques de Comertia: Cóndor, Punto Blanco, Boboli.

18 febrer

COMERTIA A L'INSTITUT JOAN BROSSA

Comertia participa a les Jornades Tècniques de Màrqueting i Comerç de l'Institut Joan Brossa amb una ponència sobre l'associacionisme: "La unió fa la força".

22 febrer

MOBILE WORLD CONGRESS

La Junta de Comertia assisteix a una visita guiada al Mobile World Congress Barcelona, l'esdeveniment més important del món en el seu àmbit, que reuneix a Barcelona les principals empreses i professionals del sector de les telecomunicacions mòbils. En l'edició de 2016, més de 100.000 professionals - incloent 4.500 executius d'empreses del sector de tot el món - van aprendre sobre les últimes innovacions en solucions mòbils, presentades per més de 2.200 expositors internacionals.



4 març

RETAIL REVOLUTION ESADE

Alguns socis de Comertia assisteixen a la primera edició del Retail Revolution ESADE, un acte per analitzar com revolucionaran les noves tecnologies la relació entre el consumidor i el retailer.



14 de març

PRESENTACIÓ LLIBRE CAPITANS DEL COMERÇ

Comertia assisteix a la presentació del llibre Capítans del Comerç, un llibre que recull la història d'empreses del comerç catalanes que es van anar consolidant durant tot el segle XIX i que ara han esdevingut peça clau de la nostra economia. Entre elles hi figuren empreses de Comertia com: Calbet Electrodomèstics, Cottet, Dormity, Gaes, Gratacós, Meroil, Santiveri, Nostrum, Enrique Tomás, Regia, Party Fiesta, La Mallorquina, Quadis, Unión Suiza o Casa Viva. Aquest segon volum de la sèrie «Capítans» ha estat escrit per Joan Safont Plumed.



16 de març

RADICAL IS NORMAL – Alfons Cornella

Amb la voluntat d'agafar idees i referències d'innovació internacional per a bolcar a les empreses, Comertia va assistir a l'acte anual Radical is Normal que organitza l'empresa Infonomia de la mà del seu fundador, Alfons Cornella.



14 d'abril

INAUGURACIÓ NOVA BOTIGA Boboli – RAMBLA CATALUNYA



25 abril

COMUNITAT RIS3CAT

Les Comunitats RIS3CAT són un nou instrument emmarcat dins l'estratègia RIS3CAT que està impulsant el Govern de Catalunya per:

- Potenciar i millorar la competitivitat dels sectors empresarials més estratègics de Catalunya.
- Impulsar i facilitar la col·laboració del sector privat amb els principals agents de recerca i innovació del país.
- Maximitzar la consecució de fons de finançament europeus, Programa Operatiu FEDER de Catalunya (2014-2020)

Comertia es va presentar per participar en la Comunitat RIS3CAT de Turisme

27 abril

FIRA ALIMENTÀRIA

Comertia visita la Fira Alimentària per establir reunions i ampliar la xarxa de col·laboració en els sectors de restauració i alimentació. Tanmateix visita els stands d'alguns socis de Comertia com Santiveri i Casa Ametller.

23 maig

IESE – SUSTAINABLE BRANDS

Comertia assisteix a la segona Jornada Sustainable Brands a Barcelona celebrat al Campus Nord de l'IESE. La Jornada va girar al voltant de la importància de l'economia circular veient exemples diversos d'empreses d'Holanda com a país convidat.



24 maig

PREMIS INICIATIVA COMERCIAL

Els Premis a la Iniciativa Comercial, que l'any 2016 van celebrar la seva setzena edició, són el reconeixement del Govern a les iniciatives més innovadores del comerç urbà de proximitat. També reconeix els establiments comercials amb més de cent anys d'antiguitat i activitat ininterrompuda al servei del comerç.



En aquesta ocasió, la categoria d'Innovació en el Comerç, que reconeix els projectes que incorporen un nou concepte de fórmula comercial que impliqui una millora substancial del procés de comercialització i venda, va ser guardonada l'empresa associada a Comertia Selecta Vidal SA, per la botiga John Berri, un nou concepte de botiga dedicada a l'home modern i urbà amb dos espais diferenciats però complementaris (casual i *tailoring*).

6 juliol

CONVERSES PLAYRETAIL – LA BOJA RETAIL EXPERIENCE

Comertia assisteix a "La Boja Retail Experience" una jornada de reflexió i debat per a la millora del disseny d'espais comercials organitzada pel Retail Design Institute i el COAC en el marc del Congrés d'Arquitectura 2016. L'acte es va fer a l'Antiga Fàbrica Estrella Damm de Barcelona.



27 setembre

BCN SHOPPING DAYS

Comertia assisteix a la Inauguració del Bcn Shopping Days. Gaudeix de la tardor i d'una jornada de compres passejant pels carrers de Barcelona.

22 setembre

LLIURAMENT PREMIS CONCURS RAIMA

Dijous 22 de setembre es va celebrar l'acte de lliurament de Premis del 12è Concurs RAIMA d'Il·lustració i Disseny a l'Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya (INEFC) en un acte conduït per Antoni Bassas amb notes d'humor dels còmics "Xuriguera i Faixedas".



La dotació econòmica del Concurs ha estat de 10.000 EUROS, repartits en 5 Premis. En finalitzar l'acte es va oferir un còctel als més de 400 assistents.



27 setembre

CAMBRA DE COMERÇ

Presència a la sessió informativa per conèixer el projecte DIVA, devolució de l'IVA a viatgers.

27 setembre

PRESENTACIÓ LLIBRE 'EMPRENDIENDO LA EXCELENCIA EN RETAIL'

Comertia assisteix a la presentació del llibre "Emprendiendo la excelencia en retail", l'autor del qual és el Sr. Joaquim Deulofeu.

20 octubre

FACIAL PARTY NIGHT

Comertia assisteix a la Facial Party Night'16, la nit de la bellesa que organitza anualment Perfumeries Facial. La celebració va tenir lloc a la sala Comillas del Museu Marítim de Barcelona.



2 novembre

19a EDICIÓ DEL PREMI "COMERÇ DE BARCELONA"

Comertia assisteix al lliurament de la 19a edició del premi "Comerç de Barcelona", organitzat per l'Ajuntament de Barcelona amb l'objectiu de reconèixer i promocionar les iniciatives que contribueixen a fer créixer el model de comerç de proximitat innovador de la nostra ciutat.

Amb aquesta finalitat, la 19a edició del premi va distingir les iniciatives, les contribucions i els establiments comercials que durant el 2015 van incidir en la millora del sector comercial.



3 novembre

TAULA DE PROMOCIÓ DE LA CIUTAT DE LLEIDA

Comertia participa a la Taula de Promoció de la Ciutat de Lleida, ens que neix com a mecanisme de debat i consulta davant dels reptes més importants de Lleida en l'horitzó de l'any 2020.

15 - 17 novembre

SMART CITY CONGRESS

L'Smart City Expo World Congress és la trobada internacional de referència sobre la relació entre la realitat urbana i la revolució tecnològica.

Dins del congrés hi havia un espai de conferències al voltant de l'Economia Circular amb ponents prime com l'Ellen Mac Arthur fundadora de la EllenMac Arthur Foundation. La missió de la fundació és la d'accelerar la transició a una economia circular treballant amb empreses, governs i acadèmics.



16 novembre

FÒRUM FEMCAT: "L'ATUR JUVENIL, QUÈ PODEM FER?"

Comertia assisteix al IX Fòrum Femcat sobre "L'atur juvenil, què podem fer?" on es van tractar aspectes molt interessants sobre la realitat de l'ocupació entre els joves.



17 novembre

CONGRÉS ANCECO:

“LA TRANSFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS”

Comertia assisteix al XI Congrés d'ANCECO (Asociación Nacional de Centrales de Compra) que va portar per títol “La transformación de las empresas”.



29 novembre

II SUMMIT BARCELONA OBERTA

Diferents membres de Comertia assisteixen al II Summit de Barcelona Oberta a “El Molino”, en un acte que va portar per títol “La Barcelona del futur: una altra mirada”.





9 COMUNICACIÓ COMERTIA

El pla de comunicació de Comertia contempla la difusió de l'entitat amb els seus públics, ja siguin socis, com també altres empreses de retail, proveïdors, escoles, universitats i centres de formació en l'àmbit de retail, administració pública i/o premsa.

Amb cada tipologia de públic, l'associació estableix un tipus de comunicació concreta i a aquest efecte, utilitza una sèrie d'eines de comunicació que li permeten el diàleg i la interacció constant.

9.1. eCOMERTIA

eComertia és la revista que fa difusió de l'activitat global de l'associació Comertia i dels seus socis. És una publicació que facilita la difusió i el coneixement entre les empreses membre, i a l'hora posa en valor l'activitat del segment d'empreses representat. La temàtica de les notícies és fonamentalment econòmica, sobre vendes, obertures, inversions, expansió internacional, però també acull algunes notícies més lúdiques, com ara el llançament de productes i nous catàlegs, incorporació de nova tecnologia, celebracions corporatives, inauguracions o d'altres aspectes destacables de la seva activitat.

L'eComertia s'envia a tota la xarxa de contactes de Comertia, començant pels seus socis i socis col·laboradors, però també proveïdors, empreses de retail de referència, escoles de negoci, universitats, institucions i administració pública en general, partits polítics i mitjans de comunicació.

Objectiu de l'eComertia:

- Donar visibilitat de l'associació Comertia entre els seus públics
- Generar notorietat de l'activitat pròpia de Comertia: indicador retail, estudis.
- Jornada de retail, noves incorporacions a l'associació, tallers d'intercanvi, dinars, signatura d'acords i convenis, entre d'altres.
- Fer difusió i marca de les empreses associades a Comertia i dels seus valors a partir de la seva activitat.
- Reforçar i millorar el coneixement entre les empreses associades.
- Ser una eina d'intercanvi d'informació entre els socis on poden sorgir possibles sinergies.



9.2. CORREU ELECTRÒNIC - COMERTIA A LES XARXES SOCIALS

Amb la posada en marxa de la nova marca de Comertia a client final, l'entitat ha ampliat la seva comunicació a xarxes socials amb l'objectiu de:

- Comunicar valors de la nova marca, atorgar notorietat i visibilitat a les seves marques.
- Contribuir a afavorir tràfic a les botigues de Comertia.
- Difusió dels valors de marca a través de l'activitat dels socis.
- Conèixer la comunitat de clients de Comertia i recollir insights del món del retail.



LinkedIn



Les xarxes socials de que disposa l'entitat són: Facebook, LinkedIn i Twitter.

En elles, d'una banda, l'entitat aprofita per fer difusió de l'activitat corporativa pròpia de l'associació a temps real (dinars, tallers, jornada de retail de Comertia, notícies dels socis, indicador de vendes mensual) i per interactuar amb els socis.

Tanmateix, aquest 2016 el missatge de comunicació de Comertia s'ha orientat principalment en la promoció i divulgació dels valors de les empreses, amb un tint discretament comercial.



9.3. COMERTIA I ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Comertia ha establert una comunicació continuada a l'opinió pública a través dels mitjans de comunicació, transmetent una informació veraç, d'actualitat i en defensa dels interessos de les empreses que representa.

Al llarg d'aquest 2016, Comertia ha aparegut als mitjans de comunicació vinculada a les següents temàtiques:

- Aportar dades de l'Indicador de Retail Comertia: vendes totals i sectorials, obertures i tancaments, contractació i temes concrets d'actualitat.
- Opinió sobre rebaixes o dies assenyalats d'obertura comercial.
- Donant resposta a actuacions del Govern central i autonòmic en temes de política financera o comercial que afecten directament els negocis de les empreses associades a Comertia.
- Proposant al Govern municipal, autonòmic o central determinades mesures que afecten al comerç, turisme o consum.
- Noves incorporacions de cadenes de retail a Comertia.
- Difusió d'estudis sobre àmbits del retail d'interès dels socis.
- Columnes d'opinió sobre temes d'actualitat.

L'Indicador de Retail de Comertia, amb periodicitat mensual, s'ha fet un lloc als mitjans de comunicació, principalment als diaris de premsa generalista i econòmica de Catalunya, com també a publicacions sectorials i especialitzades en el sector del comerç detallista i la distribució.

El posicionament de Comertia a l'opinió pública és un retrat fidel del segment d'empreses de retail que representa, cadenes familiars amb marques reconegudes, amb gran presència a les millors zones comercials del territori català, espanyol, europeu i món, amb capacitat per invertir en innovació i amb la voluntat ferma de competir amb les grans firmes del retail internacional.

Comertia ha esdevingut la font d'informació sobre el sector retail a Catalunya per als principals mitjans de comunicació catalans.

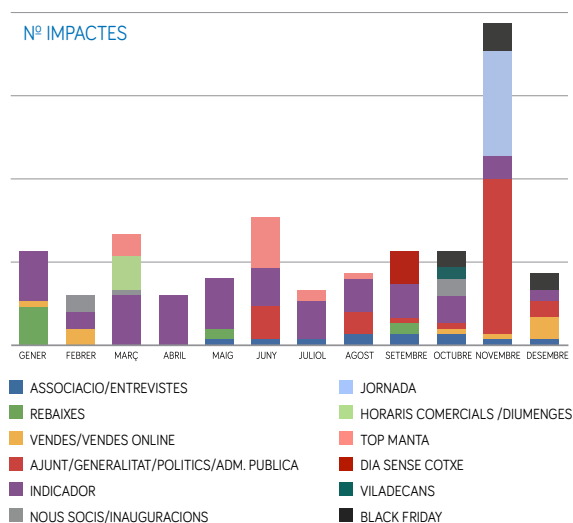
Repercussió a mitjans de comunicació

Fent una valoració de la repercussió global de l'any de Comertia a mitjans de comunicació, podem dir que l'associació ha estat en diàleg constant amb l'opinió pública, participant des del seu sector, en els grans temes econòmics i comercials que han imperat l'agenda informativa de mitjans.

La marca Comertia ha obtingut una mitjana de deu impactes mensuals, exceptuant els mesos de novembre, on la celebració de la jornada va portar uns 60 impactes, i la presentació d'estudis al març i al juny, també va fer augmentar la presència a mitjans.

Aquest any s'ha caracteritzat per ser bastant intens en temes de comerç, sobretot en referència a temes de política municipal com el top manta, o les obertures comercials en diumenges i festius.

Les notícies de Comertia han aparegut 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), també a la premsa econòmica (Expansión Catalunya i L'Econòmic).



Comertia: les vendes milloren al desembre, però no els diumenges

BARCELONA d'última

El 79% de les empreses associades a Comertia han millorat el volum de vendes el mes de desembre respecte al mateix any, però el 78% de les que han obert els diumenges porten per la monarquia comercial han augmentat vendes anuals (18%) i fins i tot piques (40%) que la resta de la setmana.

L'entitat que agrupa més de 60 empreses familiars catalanes orientades al sector del comerç i amb més de 4.000 punts de venda, ha estat aquest diumenge un èxit comercial que la federació total del desembre ha estat menor que el novembre per l'efecte de comprar aleshores mitja del Black Friday i per les ofertes temporals per a l'època de l'any.

El sector més dinàmic ha estat el del lleure i la cultura, mentre que el d'equipament de la llar i la moda han estat els més estancats pel que fa a l'evolució de les vendes. Ha destacat Ferrnán, del sector de la qual s'ocupen uns 100 punts de venda, que el 2015 el sector ha ocupat 10.000 persones.

Al desembre, el 62% de les empreses de Comertia han mantingut la plantilla estable, el 14% l'han incrementat i el 24% l'han disminuït.

La seta prevista de vendes per al gener, amb la campanya de Reis i les rebudes d'hivern, es d'augment respecte al 2015 en un 3% dels casos de manteniment per a un 75% de disminució per al 4%.

LA CLAVE

La competència, para el Baix Llobregat

Comercios del outlet.

Desde Comertia, la asociación que engloba a comercios de ámbito familiar y local como La Mallorquina, Collet o UDON, todas ellas presentes en la oferta del nuevo outlet de Viladecans, creen que actualmente «hay mucha más oferta que demanda comercial» por lo que no están a favor de «más superficies comerciales» en Catalunya. Y consideran que esta apertura afectará «más a los comerciantes del Baix Llobregat que a la ciudad de Barcelona». Explican que al centro comercial de Viladecans, al tener la condición de outlet, «solo han podido acceder aquellas empresas de retail (venta al detalle) «con marca propia, no multimarca, hecho que causará una fuerte competencia con los comercios de la zona» sobre todo de líneas deportivas o de moda.

Les vendes de Comertia creixen l'1,6 % durant el juliol

EFE | BARCELONA

■ Els establiments comercials integrats a Comertia, l'associació catalana que agrupa cadenes de comerç al detall d'origen familiar, van augmentar les seves vendes el 1,6% el juliol respecte al mateix mes del 2015, en què es va registrar un augment interanual del 9,9%, xifra rècord de l'indicador.

El president de Comertia, Joan Carles Calbet, va qualificar el creixement del mes de juliol de «moderat» i va apuntar que es deu al fet que aquest mes ha tingut dos dies menys de venda i que les vendes del mateix mes de l'any passat van ser «extraordinàries», per això es va mostrar satisfet amb la tendència a l'alça que segueix el consum. En concret, durant el mes de juliol passat, el 33 % de les empreses van registrar un increment de les vendes respecte al mateix mes de l'any anterior, mentre que el 13 % les va mantenir i el 55% restant va veure com retrocedien, segons de Comertia.

ECONOMIA

Comertia adverteix d'un estancament de les vendes a causa del temps

L'associació catalana Comertia, que agrupa botigues de propietat familiar, va advertir ahir a través d'un comunicat d'un cert «estancament» de les vendes a causa del temps, malgrat que van augmentar un 4,1% el mes de gener respecte al mateix mes de l'any anterior. Segons Comertia, aquest creixement ha estat el segon més baix dels últims dotze mesos, fet que permet entreveure «amb prudència» el consum durant aquest any. Al gener, un 61% de les empreses han tingut augments de vendes, un 27% han tingut decreixements i un 11% s'han mantingut igual que fa un any. ■ EFE

MÓN EMPRESARIAL

COMERTIA

La cadena La Traca entra a l'associació

■ La cadena de productes piratèus La Traca s'ha incorporat a Comertia, l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, que suma així 58 empreses. La Traca, creada als anys 80 a Palau-solità i Plegamans i liderada per Jordi i Jaume Bräu, de la segona generació, del grup Cliffr, té 51 empleats i disposa de 133 punts de venda propis a Espanya (35 permanents, i 98 temporals a Catalunya) / Redacció

Les vendes creixen el 6,4% a l'abril

Les vendes del comerç minorista van augmentar un 6,4% a l'abril respecte al mateix mes de 2015, segons dades publicades ahir per l'Institut Nacional d'Estadística (INE). En comparació amb el mes de març, la pujada va ser del 0,6%.

Aquest avanç anual de les vendes minoristes, amb què s'encadenen 20 mesos consecutius de creixement, és 2,2 punts superior al del març i el segon repunt més gran des del setembre del 2002, no més superat pel del febrer passat (7,3%). Un cop eliminats els efectes estacionals i de calendari, la facturació del comerç minorista va aug-

mentar el 4,1% en taxa interanual. L'ocupació en el sector del comerç minorista va augmentar l'1,5% a l'abril respecte al mateix mes del 2015, de manera que ja encadena 24 mesos consecutius d'ascensos.

En l'últim any han pujat les ven-

La recuperació del comerç es consolida després de 20 mesos de millores en la facturació

des sobretot en les grans cadenes (7,9%) i en equipament de la llar (8,8%). L'avanç més gran es va anotar a les Balears (8,9%), mentre que a Catalunya va ser del 6,8%.

Per la Federació Nacional d'Associacions de Treballadors Autònoms (ATA), les dades de l'INE «són el reflex que a poc a poc s'està consolidant la recuperació del comerç», un sector que concentra 814.892 autònoms i dona feina a 2.242.831 treballadors per compte aliè. Segons ATA, el comerç ha recuperat 32.045 autònoms i 156.929 assalariats en els tres últims anys. ■

JORNADAS DE COMERTIA/ LAS MARCAS Y CADENAS CATALANAS DE CAPITAL FAMILIAR QUIEREN DEMOSTRAR QUE LA ECONOMÍA CIRCULAR NO ES UN CONCEPTO SÓLO APTO PARA GRANDES FIRMAS.

El comercio se tiñe de verde

ANÁLISIS por David Casals

Las empresas de capital familiar del sector del comercio y la restauración defienden avanzar hacia un modelo de negocio basado en la economía circular no es algo exclusivo de las grandes compañías. En las decimocuarta jornadas que hoy realiza en Barcelona Comertia, la asociación que agrupa estas firmas, se expondrán ejemplos sobre cómo sus asociados se han implicado al respecto. Además, presentará un manual donde recopila sus experiencias innovadoras.

Un ejemplo es Punto Blanco, que desde 1948 diseña y confecciona ropa interior en Igualada (Anoia), y que utiliza fibras textiles sostenibles para sus prendas. Por ejemplo, produce bambú o modal –que se extrae de la madera de haya– tiene menos impacto ambiental que el algodón, ya que consume mucha menos cantidad de agua, explica la responsable de marketing de la firma, Anna Zedón.

Otra empresa que quiere ser *eco-friendly* es Duet, compañía fundada en 2002 y que gestiona gimnasios y equipamientos deportivos. La decoración de sus instalaciones prueba este espíritu, ya que se basa en materiales industriales y deportivos reciclados. “Una pelota de baloncesto vieja sirve como soporte para las lámparas”, expone su director, Anselmo Méndez.

La economía circular es un concepto que surgió en la década de los años 80, y que va ganando adeptos. Ahora, llega al comercio catalán. “Somos pioneros en el Sur de Europa”, destaca el presidente de Comertia, Joan Carles Calbet. La cadena de electrodomésticos que lleva su apellido, recoge, guarda y gestiona los



Calceines de bambú de Punto Blanco.

electrodomésticos antiguos. La empresa etiqueta sus productos y hace un seguimiento de todo el proceso de reciclaje.

Comertia encargó un estudio a una consultora especializada para localizar los “retos y oportunidades” que supone pasar de un modelo de economía lineal a otro circular. ¿Qué diferencia ambos

El sector se reivindica como agente transformador, por su rol de intermediario y su conocimiento del cliente

modelos? En el nuevo paradigma, los materiales siempre son valiosos, desde que son materias primas hasta el final de su vida útil. “No hablamos de residuos, sino de productos que, cuando se han usado, siguen teniendo un interés económico”, explica el consultor Ignasi Cubiñá, que ha coordinado el estudio que hoy presenta Comertia.

En un contexto donde las materias primas serán cada vez más escasas y más caras de extraer y fabricar, cobra importancia saber aprovechar los recursos. Este concepto se en el sector industrial, pero Comertia cree que sus asociados pueden contribuir a ello, por “el papel de enlace que hace el sector entre los fabricantes y los clientes”, dice Cubiñá.

Otros elementos que ponen de relieve la importancia de implicar al comercio en este nuevo paradigma es que su labor es vital a la hora de seleccionar los productos que se ofrecen a los consumidores. Además, a diferencia del comercio online, los puntos de venta ejercen un papel muy importante a la hora de aconsejar a los consumidores, también a nivel medioambiental.

Otra novedad es que la economía circular sitúa a un mayor plano de igualdad el cliente, el productor y el distribuidor. Así lo hace la cadena de productos frescos Casa Ametller, cuyo director de marketing, Xavier Parra, dice que “integrar el cliente” a la hora de diseñar y fabricar nuevos productos es clave. Así lo han hecho durante siete meses con un vino que van a empezar a comercializar.

Convenio entre el Govern y Comertia

En el marco de la jornada de Comertia, el presidente de esta entidad, Joan Carles Calbet, y el consejero de Empresa i Coneixement, Jordi Baiget, firmarán un convenio de colaboración, con el afán de “fomentar y consolidar” el comercio catalán. En el acto también estará presente la directora general de Comerç, Muntia Vialla.



DIVENDRES, 25 DE NOVIEMBRE DEL 2016 **ARA**

CONSUM

Del Black Friday a la Black Week: el fenomen s'allarga

Catalunya prolonga a set dies la jornada de descomptes dels EUA

PAULA SOLANAS
BARCELONA

Va aterrar a Catalunya des dels Estats Units com un dia de promocions i descomptes –al mercat americà és el primer divendres després del Dia d'Acció de Gràcies i marca l'inici de la campanya de Nadal–, però algunes cadenes de distribució ja empenyen perquè el Black Friday canviï de cognom per convertir-se en la Black Week. El comerç català encara avui una nova edició d'aquesta campanya, que en molts casos ja no es limita a una sola jornada de rebaixos. El Black Friday ha arribat per quedar-se i aquest any ha guanyat adeptes en sectors que tradicionalment no fan descomptes en dates concretes, com els concessionaris de cotxes, les immobiliàries i les gasolineries. Després d'un mal novembre –amb pitjors vendes en la roba d'hivern pel fred suau–, el sector confia de nou en aquesta promoció per esperar la facturació.

Tot i així, l'avançament de la campanya de Nadal genera dubtes entre els petits botiguers, que temen que el Black Friday acabi menjant-se les vendes del període de festes. “S'ha desvirtuat el concepte original, i ara és simplement vendre per vendre”, explica el president de la Fundació Barcelona Comerç, Salvador Vendrell. Segons l'associació

de comerciants, que agrupa 17 dels 22 eixos comercials que hi ha a la capital catalana, gran part de les compres que es fan avui substitueixen les del desembre, és a dir, que en realitat no es ven més. “Si això es converteix finalment en un mes de descomptes, acabarà fent mal al comerç de proximitat”, diu Vendrell.

La mateixa preocupació arriba en paraules de Comertia, l'associació catalana de cadenes de comerç familiar. Segons el seu president, Joan Carles Calbet, el Black Friday no ajuda a vendre més, sinó a avançar les compres. “Ens hem vist atrapat

Escepticisme

Els botiguers asseguren que només s'anticipen compres, però que no se'n fan més

en aquesta moda, però si s'acaba allargant més dies pot acabar tenint un efecte perjudicial en la facturació”, raona. Per a totes dues associacions la conclusió és la mateixa: un dia –o un cap de setmana– de descomptes és assumible, però estirar en excés la febre del Black Friday els pot acabar sortirint massa car.

“Al final són compres de Nadal a preu normal [sense descomptes] que es deixen de fer”, apunta la vicepresidenta de la patronal Fepime, Maria Rosa Ertija. Segons les fonts consultades, de moment el

Black Friday ja ha aconseguit substituir la tradicional avantatge de les compres nadalenques: el pont de desembre –que aquest any s'estirarà gairebé tota la setmana– té cada vegada menys tirada comercial.

Ramon Genís és un dels botiguers catalans que ha acabat cedint al Black Friday. La seva merceria al carrer Gran de Sant Andreu de Barcelona ja es va sumar a la promoció l'any passat, encara que reconeix que l'èxit va ser limitat. Per a aquest any espera que les vendes millorin, però recorda que el petit comerç no pot competir en un calendari de descomptes permanents. “Hem decidit participar-hi només divendres, però ja n'hi ha que estiren les rebaixos tota una setmana”, explica Genís, i afegix que al barri s'hi han sumat fins i tot les botigues d'alimentació i alguns restaurants.

Augment de les vendes

No obstant, el sector és prudent i vol esperar que acabi la campanya nadalenca per fer balanç del fenomen. Segons el professor d'Esade Gerard Costa, les botigues vendran en aquest Black Friday un 10% més que l'any passat. Les campanyes agressives de les grans cadenes han augmentat inevitablement la visibilitat de la promoció, tant, que Costa estima que la setmana de 5.500 milions d'euros a les botigues físiques espanyoles i de 1.300 milions al comerç electrònic.

HORARIOS COMERCIALES/ LA NUEVA NORMATIVA MUNICIPAL NO HA ENCONTRADO CONSENSO Y LOS MÁS LIBERALES RECLAMAN PODER BENEFICIARSE DE LOS TURISTAS TAMBIÉN EN DOMINGO.

Las tiendas en zonas turísticas piden más libertad a Colau

ANÁLISIS por Marisa Anglés



Turistas extranjeros de compras por Barcelona.

Los cinco domingos que las tiendas de Barcelona podrán abrir este año entre mayo y octubre no resultan suficientes para muchos comerciantes. Pero tampoco están de acuerdo otros sectores económicos de la ciudad, como el hotelero u otros servicios, que opinan que una ciudad como Barcelona cerrada a cal y canto en festivos proyecta una imagen de atraso. Un hotelero contaba ayer que los domingos envía a los clientes que quieren hacer *shopping* al Aeropuerto de Barcelona, el único lugar cercano donde las tiendas están abiertas, además de La Roca Village. La directora comercial de la Marina One Ocean Port Vell, Anella Alcott, explicó que hace unos días “la mujer más rica de Alemania quería hacer una ruta de compras por la ciudad pero, como era domingo, se fue sin gastar un euro”; “he visto propietarios de yates que cuando salen de compras se gastan más de un millón de euros”, dijo Alcott.

Gabriel Jené, director general de Barcelona Obrera, que agrupa a los ejes comerciales turísticos, apostó por “comenzar a los comerciantes que no quieren liberalizar al sector”; “no sólo debemos pensar en lo que es bueno para cada uno de nosotros –argumento–, sino en lo que es mejor para el conjunto de la ciudad”.

Barcelona Obrera, junto con Kresh, organizó ayer un encuentro de directivos y empresarios implicados con la ciudad. El profesor de la Universitat de Barcelona (UB), Jordi Suriñach, autor de estudios sobre la liberalización de

horarios comerciales, que también participó en el debate, apuntó que “hay que ser conscientes de que es un tema muy subjetivo y de que la opinión está dividida”, pero su conclusión fue que “si no se liberalizan los horarios, nos quedaremos atrás”.

El vicepresidente de Barnacentre y director general de Cottet, Javier Cottet, se mostró “muy preocupado” por las restricciones a los negocios privados que se están aplicando desde el Ayuntamiento. “Son precisamente los gobiernos que defienden el estado del bienestar los que conseguirán que se reduzcan los ingresos para las arcas públicas que generan todos estos ne-

gocios”, advirtió Cottet, quien explicó que, de las seis tiendas que la enseña tiene en Madrid, los domingos sólo abren las tres situadas en zonas turísticas. “El mercado se regularía sólo”, aseguró.

El único que se mostró contrario a la liberalización de horarios fue el director general de Comertia, Joan Carles Calbet. “Abrir los festivos beneficia más a unos que a otros”, dijo. “Obviamente, unos se verán más beneficiados que otros”, sostuvo la directora de Aguirre Newman en Barcelona, Anna Gener, quien abogó por “pensar en el interés común de la ciudad y no en intereses concretos”.

Els socis de Comertia van vendre un 6,5% més durant l'agost

BARCELONA Efe

Els comerços adherits a Comertia, associació catalana de l'empresa familiar que agrupa 60 empreses del *retail*, han incrementat les seves vendes un 6,5 % durant l'agost passat en relació amb el mateix mes del 2015.

La bona temporada turística i l'increment del crèdit al consum expliquen aquests bons resultats, segons ha destacat el president de Comertia, Joan Carles Calbet, que s'ha mostrat satisfet del nivell de vendes malgrat la incertesa política. L'associació destaca que el 74% de les empreses adherides han registrat un augment de les vendes, mentre que un 13% han mantingut els números i el 13% restant han registrat un descens.

Si es tenen en compte les dades acumulades al llarg de l'any, les vendes en els vuit primers mesos són superiors en un 5% a les registrades l'any passat.

Respecte a l'ocupació, Comertia assegura que el 71% de les seves empreses han mantingut la plantilla aquest estiu, el 20% l'ha incrementada i només el 9% l'ha disminuïda. A més, el 27% de les companyies familiars dedicades al comerç al detall preveuen una millora de la contractació aquest setembre.

Comertia agrupa prop de 60 empreses de *retail*, que sumen més de 4.000 punts de venda, facturen conjuntament 4.000 milions d'euros a l'any i donen feina de forma directa a prop de 35.000 persones.●

EL MURMURI

Jordi Guals

Continuem comprant

Parlant amb comerciants i empresaris fa algunes setmanes no tenia la sensació que l'any d'any havia pujat, en el sentit que hi havia menys activitat. Fins i tot els indicadors de clima semblaven apuntar en aquesta direcció. Tot i això, ahir vam conèixer els índexs de comerç al detall per a Catalunya de l'Observatori d'Empresa i Ocupació i, en principi, contradiuen la percepció que podíem tenir. Resulta que al febrer hi ha un augment del 5,2% sobre el mateix mes de l'any passat en el total, exceptuant les estacions de servei. Una xifra que és molt alta i indica que mentre que el gener sí que va separar un cert not, la recuperació del febrer ha estat espectacular. Si possem alguna cosa, ha pujat aquest mes ha estat l'anomenat equipament personal, entès fonamentalment cosa a roba i calçat, amb un creixement negatiu. Tot i això, en vista de la benignitat de l'hivern que hem tingut, és una cosa que no hauria d'estranyar en absolut. En aquest sentit, fa uns dies havíem conegut l'indicador de vendes totals que confecciona Comertia -que engloba 60 empreses catalanes familiars de *retail*, amb 4.000 punts de venda-, en el qual es calculava que les seves vendes havien pujat un 6,1% al febrer i en el qual més del 30% dels comerciants es queixaven de la climatologia com a factor negatiu. Lògic.

Al febrer les vendes del comerç català han crescut un 5,2%

Los socios de Comertia aumentan sus ventas un 6,3%

Expansión. Barcelona

Las cadenas familiares de comercio agrupadas en la asociación Comertia aumentaron sus ventas en un 6,3% durante el mes de junio. Ante esta coyuntura, un 43% de las empresas han afirmado que ampliarán su plantilla durante los meses de verano y contratarán, en conjunto, a unas 500 personas.

Comertia celebró la semana pasada su 14ª Asamblea General de Socios, en la que el presidente de la entidad, Joan Carles Calbet, aprovechó para manifestar su descontento con las "medidas del todo insuficientes que está llevando a cabo el Ayuntamiento de Barcelona ante la problemática del *top manta*". Calbet se dirigió a la concejal de comercio del Ayuntamiento, Montserrat Ballarín, que estuvo presente en el acto, para pedirle "una actuación más contundente para erradicar el problema".

9.4. COMUNICACIÓ DECÀLEG

Les empreses de Comertia expressen en el seu decàleg qui són, el segment d'empreses que representen, la seva visió del comerç integrat en el territori, la seva actitud empresarial i l'activitat d'intercanvi.

Així mateix, juntament amb el decàleg, Comertia resumeix també en deu punts les peticions en matèria de defensa dels seus interessos que el clúster fa a l'administració pública.

1. Som empreses de retail amb seu a Catalunya, amb vocació de lideratge en el sector.
2. El nostre objectiu és canalitzar la renda familiar disponible, tant interna com externa, cap a les estructures pròpies del país.
3. Tenim una vocació urbana, de ciutat, en els seus diferents espais, barri, centre històric, centre de ciutat, etc.
4. Participem en els centres comercials ubicats a Catalunya per no perdre quota de mercat.
5. Compartim experiències i situacions per competir enfront de les multinacionals que operen en el territori, les quals disposen d'avantatges competitius i en diferents àmbits: fiscal, capital, crèdit, ubicació i capacitat de negociació, entre d'altres.
6. Compartim per consolidar la nostra situació en el mercat davant la competència d'aquells que s'aprofiten de la manca de control de les normatives existents, en els diferents camps de l'activitat econòmica i social.
7. Defensem les competències exclusives de la Generalitat en matèria de comerç interior i rebutgem la invasió de les mateixes per part del Govern central.
8. Acceptem i ens adaptem a les noves situacions que operen en els mercats, en relació al finançament, a la fiscalitat, als proveïdors, a les actituds del consumidor i a les noves tecnologies que fan canviar els seus hàbits.
9. Som empreses transversals, que projectem, verticalitzem els nostres processos i duem a terme projectes d'internacionalització.
10. Compartim per Competir, per consolidar-nos i per créixer.

COMERTIA - peticions

1. Col·laboració de l'Administració a fer visible el lideratge i la singularitat de les nostres empreses enfront la globalització i homogeneització del Retail (plans de dinamització comercial autòctons, incentius directes per a consumidors, ...)
2. Reforma fiscal que tingui en compte les necessitats de les PIMES per poder subsistir en un mercat global. Exempció de beneficis no distribuïts com a principal forma de tenir un múscul financer de les empreses i no dependre de les entitats financeres.
3. Facilitat de crèdit a les empreses amb la intervenció de la garantia de l'estat.
4. Exempció total de les càrregues socials per la creació de nous llocs de treball (amb saldo positiu). I reducció de les càrregues socials sobre els llocs de treball.
5. Llibertat de pacte entre les parts en els terminis de pagament quan no hi ha posició dominant.
6. Persecució sistemàtica, eficient i eficaç de l'economia il·legal, per reduir la competència deslleial, i preservar l'estat del benestar.
7. Prestigiar les professions vinculades al sector del retail (comerç i restauració) mitjançant la formació universitària i dual i dignificar-la davant l'opinió pública.
8. Potenciar formes alternatives de finançament per fer arribar capital a les empreses.
9. Racionalitat de les inspeccions per evitar la duplictat per part de diferents organismes. Inspecció única per les diferents activitats. Simplificació dels tràmits administratius.
10. Evitar els abusos de posicions dominants.



10 SOCIS COL·LABORADORS DE COMERTIA

	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.laforja.com	Solucions per al comerç
	www.personalmusic.es	Canals de música personalitzats per empreses
	www.saimanet.net	Fem fàcil les comunicacions.
	www.codisys.es	Solucions globals de hardware, software i serveis professionals per al Retail

Així mateix, Comertia té convenis de col·laboració amb:

	www.lacaixa.es	Entitat Financera
	www.ccam.cat	Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
	www.bcn.cat	Ajuntament de Barcelona
	www.anceco.com	Asociación Nacional Centrales de Compra
	www.cambrabcn.cat	Cambra de Comerç de Barcelona
	www.diba.es	Diputació de Barcelona
	www.acc10.cat	Competitivitat per l'empresa
	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.ascef.com	Associació Catalana de l'Empresa Familiar

.comertia

© Comertia, 2016.
Balmes 440, entl. F
08022 Barcelona
www.comertia.net

Direcció: Elisabet Vilalta
Coordinació: Elvira García
Disseny i maquetació: Albert Milà
Impressió: COEVE



.comertia

