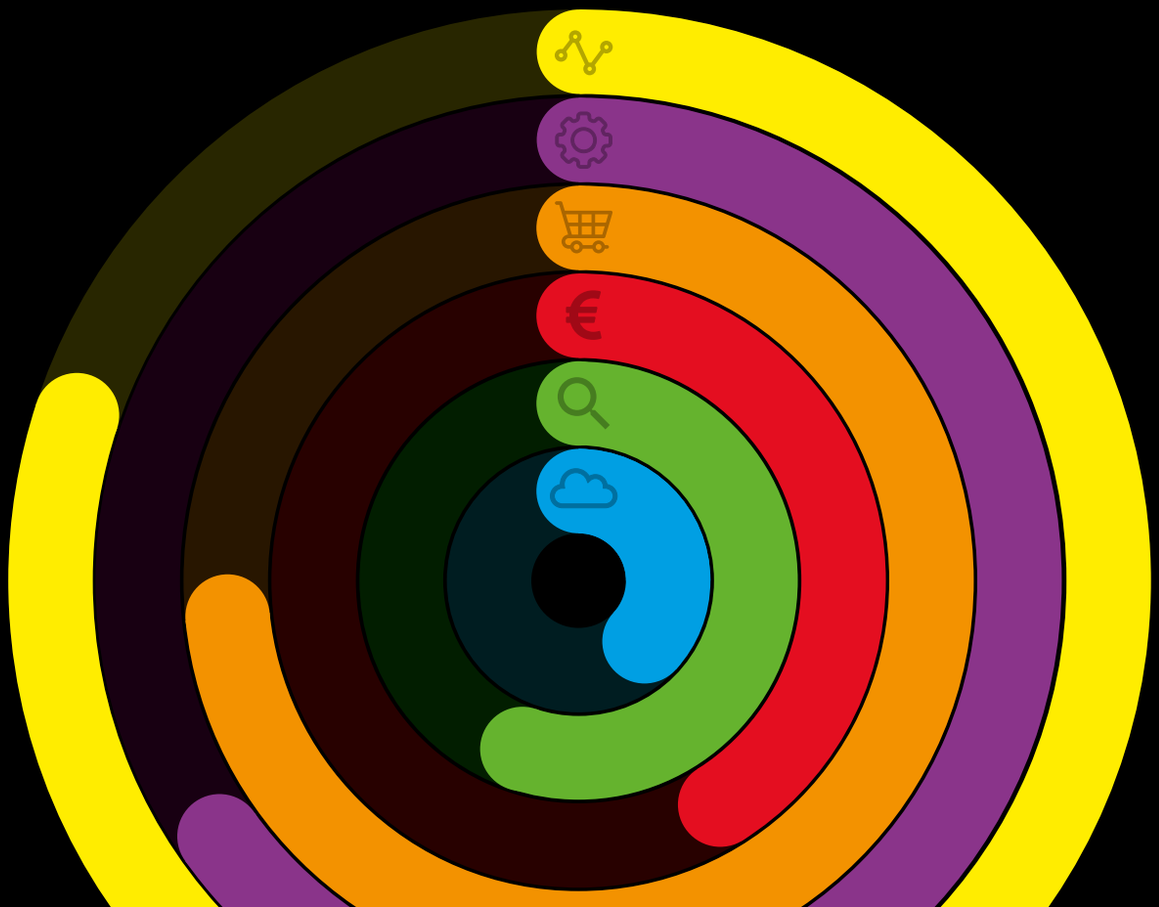


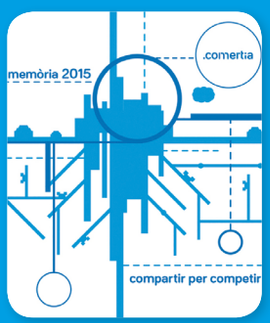
.comertia

MEMÒRIA 2020

Totes les memòries de Comertia
estan disponibles en format digital;
poden ser consultades en línia o descarregar
a la web: **www.comertia.net**

Si desitja obtenir una còpia en paper,
pot sol·licitar-la al departament de Comunicació de l'entitat:
comunicacio@comertia.net o al telèfon **937947307**.

MEMÒRIES ANTERIORS



.comertia

MEMÒRIA 2020

ÍNDEX

1. **COMERTIA** 12

1.1. Perfil dels socis 15

1.2. Missió 17

1.3. Estructura organitzativa Comertia 17

1.3.1. Assemblea General de Socis 17

1.3.2. Junta Directiva 17

2. **SOCIS COMERTIA** 22

3. **SERVEIS ALS SOCIS** 28

3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris 30

3.2. Tallers d'intercanvi 34

3.3. Projecte de digitalització Comertia 40

3.4. Formació 42

4. **ACTES I CELEBRACIONS** 44

4.1. Assemblea General de Socis 46

4.2. XVIII Jornada Retail Comertia: Retail Restart 48

4.3. Dinar de Nadal 52

5. **INFORMES, ESTUDIS I PUBLICACIONS** 54

5.1. Indicador de retail Comertia 56

5.2. Informe 'Impacte i situació empreses retail COVID-19' 58

5.3. Informe Sectorial de Remuneracions Comertia – Ceinsa 60
5.4. Col·lecció Management Comertia Retail 62
5.5. Biblioteca Comertia 64

6. **ACTIVITATS DE PROSPECCIÓ I APRENENTATGE** **66**
6.1. Estudi 'Noves perspectives, noves mirades' 68

7. **RELACIONS INSTITUCIONALS** **70**
7.1. Reunions Comertia 72

8. **COMUNICACIÓ COMERTIA** **84**
8.1. Comunicació interna 86
8.2. Comunicació externa 89
8.2.1 .eComertia 90
8.2.2. Xarxes socials 90
8.2.3. Gabinet de premsa 93

9. **PARTNERS I COL·LABORADORS** **98**
9.1. Modalitats 100
9.2. Partners 102
9.3. Altres associacions 103

DAVID SÁNCHEZ

PRESIDENT DE COMERTIA

En aquest any de corona crisis, els eixos estratègics de l'entitat d'ençà de la meva incorporació a la presidència de Comertia han estat d'una banda, la defensa dels interessos del sector comerç i restauració, i de l'altra, l'aposta per la formació i el talent de les persones, especialment en aquest moment d'eclosió del consum digital.

Pel que fa a la defensa dels interessos del sector comerç i restauració, des de Comertia ha estat un any intensiu, on no hem parat de traslladar informació real i missatges clars i contundents tant a l'administració pública (municipal, autonòmica i estatal) com als mitjans de comunicació, per reflectir la situació de les empreses en cada fase viscuda de la pandèmia.

Les reivindicacions han estat constants, i han fet referència a tota classe de necessitats per part de les empreses de retail, des d'aspectes laborals, de finançament, fiscals, compensacions directes a les empreses, normatives de lloguers comercials, petició de reobertura d'establiments, obertura perimetral, etc., amb un únic objectiu: salvar el comerç i la restauració de Comertia.

Davant la gravetat de la situació generada per la crisi sanitària i les seves dramàtiques conseqüències per al comerç i l'hostaleria, Comertia juntament amb les principals patronals d'aquests sectors vam decidir crear una plataforma per exigir a les diferents administracions públiques l'adopció de mesures compensatòries pels greus perjudicis causats pels tancaments i limitacions d'activitat establerts, en línia amb les ja aplicades a diversos països d'Europa.

Les principals mesures que hem reclamat i seguim reclamant des de la plataforma són de tipus financer, laboral, fiscal i de lloguers comercials, a més a més de reivindicar la necessitat d'un pla de reactivació del consum, la creació d'una taula sectorial per a la recuperació i el manteniment del llindar actual de 2.500 € en els pagaments en efectiu.

Pel que fa a formació, des de Comertia hem organitzat conjuntament amb dos partners experts en els àmbits de talent i digitalització, dos programes adreçats als CEO de Comertia, per aprendre sobre noves habilitats de lideratge en les organitzacions actuals i per comprendre les estratègies i dinàmiques que ens permetran implementar accions eficients i exitoses en un negoci digital a més d'aprendre a gestionar eficientment les vendes per internet, incorporant nous canals, mitjans i llenguatge.

I per últim i més important de tot, aquest any, més que mai, hem fet honor al nostre lema "compartir per competir", augmentant el nombre de reunions entre els socis per tal de donar-nos suport i compartir tots junts aquests moments de gestió dels nostres negocis des de la més absoluta incertesa.

Amb totes les esperances dipositades en la recuperació del 2021, el nou camí que farem plegats ens ha de portar a saber identificar les oportunitats i reptes, i a seguir posant en valor les empreses comercials catalanes dins de l'escenari de reconstrucció econòmica i empresarial del nostre país.

David Sánchez
President de Comertia

ELISABET VILALTA

DIRECTORA GENERAL DE COMERTIA

A partir de la crisi sanitària provocada per la COVID-19 els objectius de l'associació per l'any 2020 es van haver de canviar dràsticament. Tot i mantenir l'activitat essencial de Comertia pel que fa a les línies d'actuació com a entitat, tots els recursos i esforços s'han dirigit íntegrament a donar suport en tot moment a les empreses, per superar les diferents circumstàncies a les quals han hagut d'anar fent front des del mes de març de 2020.

La situació que han viscut les empreses de Comertia ha estat molt variada. Les empreses que venen productes essencials i, per tant, han tingut els seus establiments oberts durant tot el període d'auge pandèmic, van haver d'assumir de forma accelerada totes les mesures de control i seguretat als seus establiments (els coneguts EPI), la gestió d'horaris de treballadors per evitar contagis, el proveïment de productes, el control d'aforament i, en definitiva, la gestió d'un negoci en un moment tan crític.

La majoria d'empreses van veure aturada la seva activitat, primer en un 100% i posteriorment amb tancaments parcials durant tot el període de l'estat d'alarma, i un altre segment d'empreses de sectors d'activitats vinculats molt directament amb el turisme i l'activitat a centre ciutat, principalment a Barcelona, van patir una caiguda total de l'activitat durant bona part de l'any. En qualsevol dels casos, des de Comertia hem donat tota mena de suport i assessorament tant des del punt de vista d'informació jurídica, legal, laboral, financera i d'ajuts, com des del punt de vista comunicatiu, reivindicant mesures per part del govern.

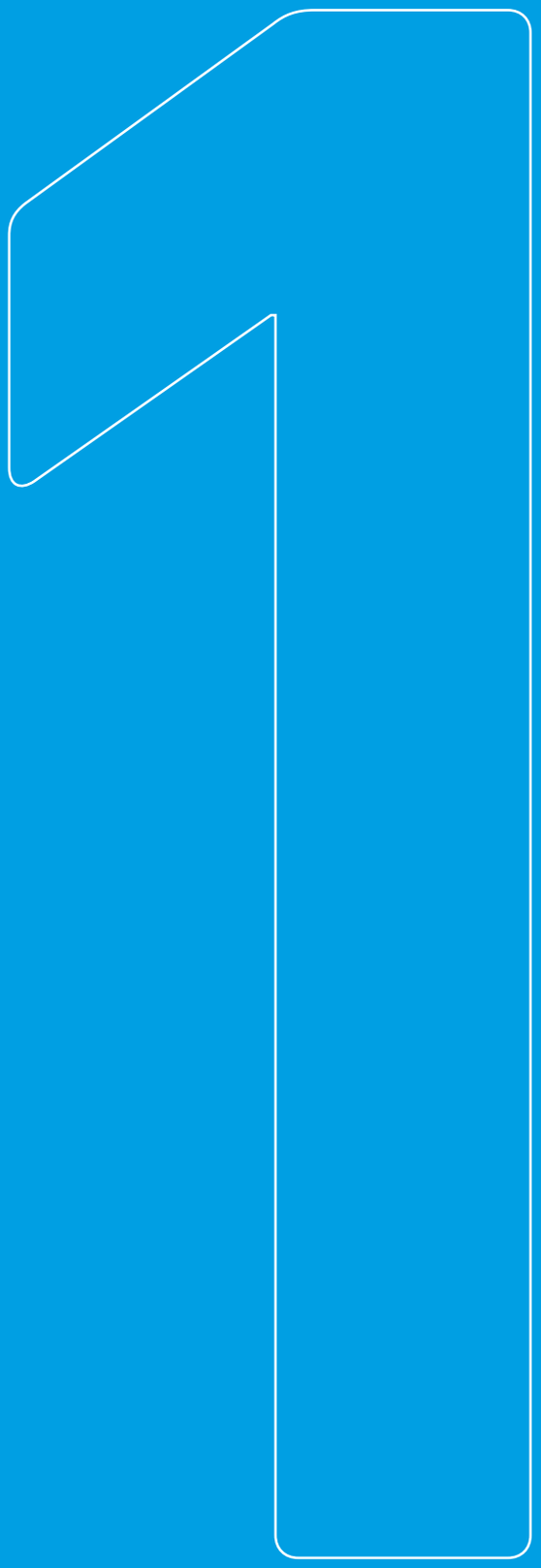
En aquesta línia, en els tallers de les diferents àrees (màrqueting, recursos humans, ecommerce, etc.) així com en la resta de reunions organitzades des de Comertia, totes les temàtiques tractades han tingut el rerefons de la COVID-19, per acompanyar als seus membres i intentar donar una mica de llum en el seu dia a dia.

En els moments àlgids de la pandèmia, vam organitzar reunions setmanals entre els màxims dirigents de les empreses de Comertia per compartir preocupacions específiques dels negocis i inquietuds sectorials, i anar recollint en tot moment la realitat de la situació empresarial, a fi i efecte de traslladar-la a l'Administració i als mitjans de comunicació. Amb aquesta finalitat també, a l'abril vam realitzar un estudi intern per avaluar quantitativament l'impacte econòmic de la crisi del coronavirus a les empreses membre de Comertia. Seguint la línia estratègica del nou mandat, hem organitzat dos seminaris de formació sobre lideratge de persones i digitalització amb col·laboració amb experts en aquestes àrees.

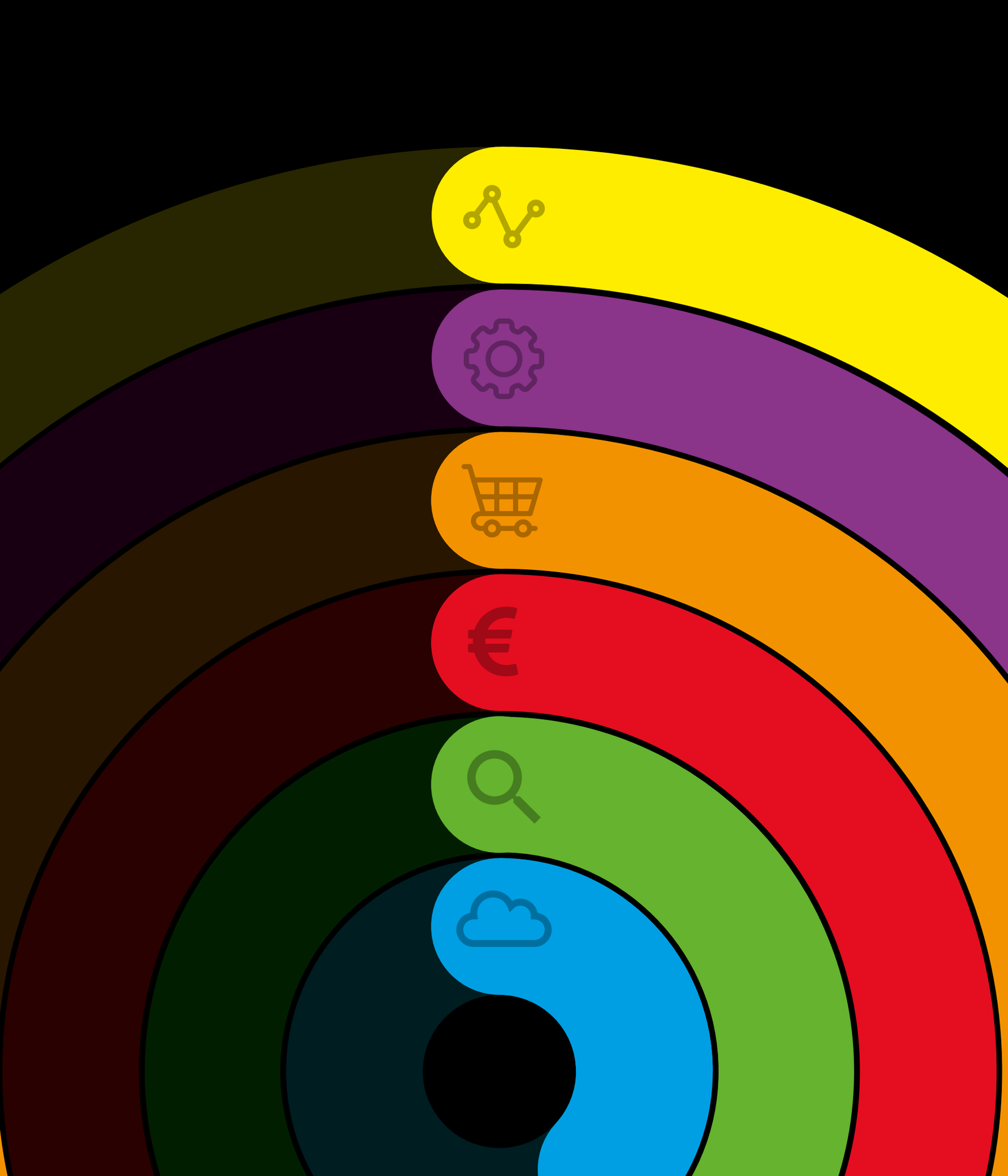
També aquest any hem substituït el viatge de BRE Comertia anual que organitzem a alguna ciutat de referència mundial en retail, per un estudi que ha fotografiat el moment en què es troba el sector més enllà de Catalunya, amb l'objectiu de radiografiar el moment actual de transformació i poder detectar oportunitats i recomanacions de negoci per a les empreses catalanes de retail.

I per últim, la pandèmia ens va condicionar la celebració d'una jornada de retail amb un format híbrid (virtual i presencial alhora) en la qual, sota el títol Retail Restart, vam poder compartir impressions i buscar solucions per a iniciar el camí cap a un nou paradigma, de ben segur amb moltes oportunitats.

Elisabet Vilalta
Directora General de Comertia



1
COMERTIA



1. COMERTIA

Comertia és l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, una entitat que agrupa empreses de retail amb marca reconeguda en el seu sector, constituïda amb l'objectiu de crear 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 un model comercial sostenible urbanística, econòmica i socialment.

1.1. PERFIL DELS SOCIS

Comertia ha representat aquest 2020 els interessos de 62 empreses de retail que se situen en un segment comprès entre les grans marques multinacionals i les microempreses de comerç. Són empreses amb una determinada dimensió, que vindrà donada per complir dues de les següents condicions:

XIFRA DE VENDES SUPERIOR A **3.000.000 EUROS**

COM A MÍNIM **TRES PUNTS** DE VENDA

PLANTILLA MITJANA ANUAL SUPERIOR A **25 TREBALLADORS**

NOMÉS ES REQUERIRÀ **UN PUNT DE VENDA FÍSIC***

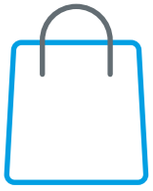
*En el supòsit de disposar d'una botiga online o eCommerce.

El model empresarial representat a Comertia respon al d'empreses amb una gestió sòlida i estructurada, amb processos verticalitzats, vocació d'expansió i esperit d'innovació constant.

2020
DADES AGREGADES

62
SOCIS

4.000
PUNTS DE VENDA



4.000 M€
FACTURACIÓ ANUAL

35.000
LLOCS DE FEINA

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, comerç en línia, 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 també fa de pont per filtrar i donar a conèixer les darreres innovacions, tecnologies i tendències del sector a les empreses membre, amb la finalitat de contribuir a la millora dels seus comptes d'explotació.

EL LEMA DE COMERTIA ÉS:

"COMPARTIR
PER COMPETIR"

1.3. ESTRUCTURA ORGANITZATIVA COMERTIA

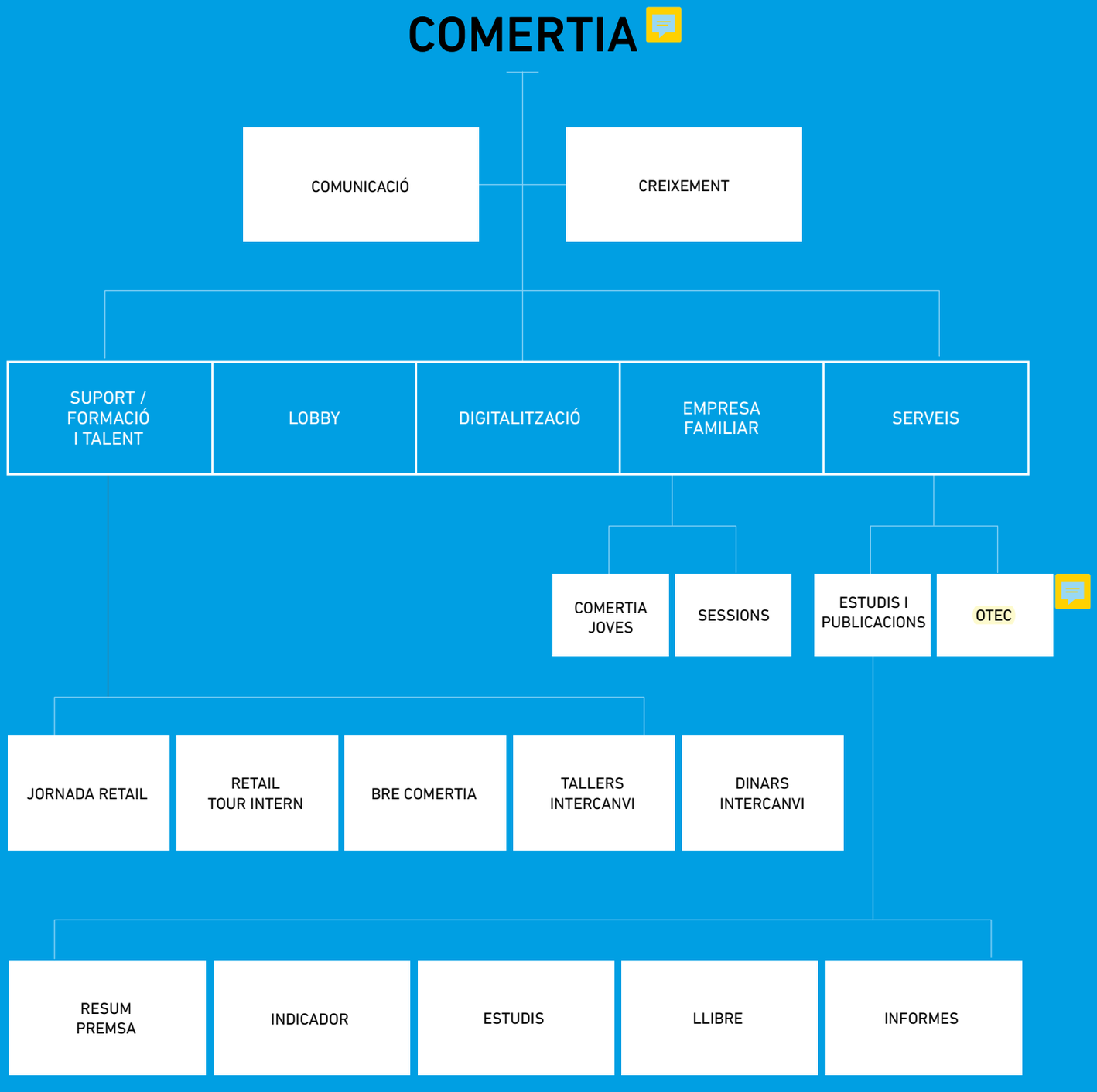
1.3.1. Assemblea General de Socis

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

1.3.2. Junta Directiva

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

ESTRUCTURA ORGANITZATIVA



Nota: Al gener de 2020 German Cid renúncia al càrrec de president de l'entitat. El 14 de gener, David Sánchez assumeix el càrrec de President. El càrrec de secretari, fins aleshores ostentant per aquest, passa a ser ocupat per Domingo Obradors. La composició de la Junta fins la celebració de l'Assemblea General serà:

PRESIDENT INTERÍ	**David Sánchez**	CEO Fundador de Dormity.com
VICEPRESIDENTS	**Joan Carles Calbet**	Director General d'Electrodomèstics Calbet
	Ignasi Pietx	Director General d'Artyplan
SECRETARI	**Domingo Obradors**	Director General de Macson
TRESORER	**Lluís Vendrell**	Director General d'Unión Suiza
VOCALS	**German Cid**	President de Casa Viva
	Mònica Algás	Directora General de Boboli
	Lluís de Buen	Director General de Fishhh
	Josep Ametller	Director General de Casa Ametller
	Jordi Querol	Director General d'Unipreus
	Silvio Elias	Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas
	Sergi Martin	Director General de Perfumeries Facial

Després de la celebració de l'Assemblea General de Comertia, al mes de setembre de 2020, queda ratificada la presidència de David Sánchez, i la Junta Directiva passa a ser integrada pels següents membres:

PRESIDENT	**David Sánchez**	CEO Fundador de Dormity.com
VICEPRESIDENT	**Ignasi Pietx**	Director General d'Artyplan
SECRETARI	**Domingo Obradors**	Director General de Macson
TRESORER	**Lluís Vendrell**	Director General d'Unión Suiza
VOCALS	**Silvio Elias**	Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas
	Jordi Querol	Director General d'Unipreus
	Sergi Martín	Director General de Perfumeries Facial
	Mónica Algás	Directora General de Boboli
	Laura García Delgar	Gerent de Benitosports
	Lluís de Buen	Director General de Fishhh
	Joan Carles Calbet	Director General d'Electrodomèstics Calbet
	Àlex Casals	Conseller Delegat de Ribes&Casals
	Jordi Brau	CEO La Traca
DIRECTORA GENERAL	**Elisabet Vilalta**	
ECONOMISTA I ASSESSOR A COMERTIA	**Santi Pagés**	

Calendari de reunions de la Junta Directiva celebrades l'any 2020:

14 DE GENER	13 DE FEBRER	24 DE MARÇ
19 DE MAIG	18 DE JUNY	2 DE JULIOL
	27 D'OCTUBRE	

Comertia disposa d'un Comitè de Membres Honorífics: un òrgan consultiu i d'experts format pels presidents sortints i com a mínim, dos membres fundadors de Comertia.

2

SOCIS COMERTIA

ABC GRUP	abcgrup.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR
AN grup restaurants	angrup.com	RESTAURACIÓ
andreu Gastronomia des de 1930	andreu.cat	ALIMENTACIÓ
artyplan	artyplan.com	OCI I CULTURA
Atlantida Travel	atlantidaviatges.com	OCI I CULTURA
base: Benitosports	benitosports.com	MODA
BIBA	bibashops.com	COMPLEMENTS PERSONA
boboli	boboli.es	MODA
bp bon preu	bonpreu.cat	ALIMENTACIÓ
CALBET Your Life's Devices Store	calbet.cat	EQUIPAMENT DE LA LLAR
EST. 1830 AMETLLER ORIGEN	casaametller.net	ALIMENTACIÓ
casa viva	casaviva.es	EQUIPAMENT DE LA LLAR
CASAS	casasclub.com	MODA
Cottet	cottet.es	COMPLEMENTS PERSONA
Cuylás look your best for sport	cuylas.com	MODA
daba NESPRESSO. EXCLUSIVE DISTRIBUTOR	www.daba.es	ALIMENTACIÓ

decopraktik	decopraktik.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR
dormity.com	dormity.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR
DRIM	drim.es	OCI I CULTURA
ENRIQUE TOMAS	enriquetomas.com	ALIMENTACIÓ
FACIAL	perfumeriesfacial.com	COMPLEMENTS PERSONA
FAMILIA TORRES	torres.es	ALIMENTACIÓ
FARGA GROUP	farggi.com · fargabarcelona.com	RESTAURACIÓ
Ferrer&Ojeda	ferrerojeda.com	ALTRES
FERROLAN El Súper de la Construcció	ferrolan.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR
FESMÉS el bricolatge de casa	fesmes.cat	EQUIPAMENT DE LA LLAR
Oyster Bar FISHHH!	fishhh.net	RESTAURACIÓ
FUREST	furest.com	MODA
Gotta és tu!	gotta.es	COMPLEMENTS PERSONA
VIDAL GRUP	vidal-grup.cat	MODA
ISPGRUP	ispgrup.cat/es	ALTRES
LA BURGUESA UNA SENYORA HAMBURGUESA	laburguesa.es	RESTAURACIÓ

LA MALLORQUINA BARCELONA 1947	lamallorquina.es	EQUIPAMENT DE LA LLAR
	latraca.es	OCI I CULTURA
MACSON	macson.es	MODA
Meroil	meroil.es	ALTRES
muebles la fábrica	muebleslafabrica.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR
OCINE	ocine.es	OCI I CULTURA
Panet	panet.cat/es	ALIMENTACIÓ
PARTY FIESTA	partyfiesta.com	OCI I CULTURA
plusfresc de Lleida	plusfresc.es	ALIMENTACIÓ
Punto Blanco	puntoblanco.com	MODA
QUADIS	quadis.es	ALTRES
RAFFEL PAGES BARCELONA	raffelpages.com	COMPLEMENTS PERSONA
RAIMA 1986	raima.cat	OCI I CULTURA
REGIA	regia.es	COMPLEMENTS PERSONA
RESERVA NATURAL	reservabarcelona.com	EQUIPAMENT DE LA LLAR

RIBES & CASALS	ribescasals.com	MODA
ROS BOMBON TORRONS, XOCOLATES I ESPECIALITATS	rosdolc.es	ALIMENTACIÓ
SANTA EULALIA BARCELONA 1843	santaeulalia.com	MODA
santiveri nutrició i vida	santiveri.es	ALIMENTACIÓ
Sauleda catering 2.0	sauleda.cat	RESTAURACIÓ
sorli	sorli.com	ALIMENTACIÓ
SUPERVERD	superverd.es	ALIMENTACIÓ
TEA SHOP	teashop.es	ALIMENTACIÓ
Tentazioni	tentazioni.es	MODA
UDON noodle bar & restaurant	udon.es	RESTAURACIÓ
unionsuiza 1840	unionsuiza.com	COMPLEMENTS PERSONA
unipreus	unipreus.com	MODA
veritas	veritas.es	ALIMENTACIÓ
VIENA	viena.es	RESTAURACIÓ
VILA VINITECA DES DEL 1932	vilaviniteca.es	ALIMENTACIÓ

3

SERVEIS ALS SOCIS

3. SERVEIS ALS SOCIS

3.1. DINARS-COL·LOQUI ENTRE EMPRESARIS

14 DE GENER

DINAR CEOS SOBRE BEST PRACTICES 2019

El primer dinar de l'any d'empresaris de Comertia va anar destinat a compartir les "best practices" (millors pràctiques) de l'any 2019: decisions empresarials estratègiques, d'organització i persones, de digitalització, de processos, inversions empresarials, plans d'expansió o altres fets diferencials interessants per a compartir i fer extensius amb la resta d'empresaris assistents.

L'objectiu d'aquesta sessió és compartir, aprendre i generar noves idees a partir de les experiències d'èxit d'altres membres. Algunes intervencions:

- La marca pròpia és la clau per evitar còpies del teu concepte.
- Ens centrem en el que sabem fer.
- Volem oferir qualitat i eficiència.
- Hem de potenciar el que ens diferencia.
- Hem de tenir un relat i un concepte i saber-lo vendre. Ser capaços de dir qui som i on anem i plantejar reptes i mesures objectives.
- Actuem amb serenitat i eficiència sense perdre l'essència i la pertinença.
- Hem integrat la omnicanalitat en ambdós sentits.
- Proximitat al client. Hem de ser a prop seu, bona atenció, educació i imatge.
- Els models disruptius que van guanyant quota de mercat perjudiquen molt al retail tradicional (competència deslleial).
- Equitat fiscal entre els diferents operadors.
- Hem de donar importància al nostre model comercial i al nostre projecte, explicar-lo i saber vendre'l, tant a nivell intern com extern.
- Els empresaris haurien d'estar en els cercles de decisió.

13 DE FEBRER

UNA MIRADA ENDAVANT: EL FUTUR DEL MEU NEGOCI

En aquest segon dinar-col·loqui de Comertia sota la nova presidència de David Sánchez, els empresaris de Comertia van intercanviar i debatre sobre les principals inquietuds i reptes a superar.

L'**objectiu va ser el compartir una «mirada endavant» per a debatre entre tots els assistents al voltant del futur dels seus negocis**, per recollir els interessos en temàtiques de retail, i vehicular-los des de Comertia.

Els retailers van coincidir en afirmar que els grans reptes que tenen per davant són l'augment de tràfic a les botigues, accions de màrqueting i promoció de vendes efectives (on i off line); captació i gestió del talent a les organitzacions; optimització dels indicadors de gestió clau dels negocis; captació de la despesa turística de compres a la ciutat; com transmetre els valors de les empreses i marques als consumidors; millora de la logística, serveis d'entrega i postvenda, entre d'altres.

Tots van coincidir en la confiança que els dóna Comertia per a poder compartir informació veraç sobre els seus negocis.

A PARTIR DEL MES DE MARÇ DE 2020

En el mes de març, i sobretot amb la proclamació de l'Estat d'Alarma, tenen lloc un seguit de reunions virtuals espontànies d'urgència entre empresaris de Comertia per compartir i debatre sobre la situació de la COVID-19 i l'afectació del tancament total de l'activitat comercial de tots aquells sectors que no són essencials.

A partir del mes d'abril, s'estableixen noves reunions virtuals setmanals per compartir informació i donar-se suport. El format de les reunions és molt similar a la presencial: s'estableix un col·loqui-debat, encapçalat pel president de Comertia, David Sánchez, qui dona a conèixer les darreres informacions per part de l'Administració; l'apunt econòmic a càrrec de Santi Pagés, per posar llum a la informació macro i micro econòmica, i la intervenció de tots els assistents aportant la seva situació. Finalment, té lloc un debat moderat per Elisabet Vilalta.

22 D'ABRIL

Com estem afrontant les empreses la crisis actual
COMPARTINT DECISIONS ESTRATÈGIQUES

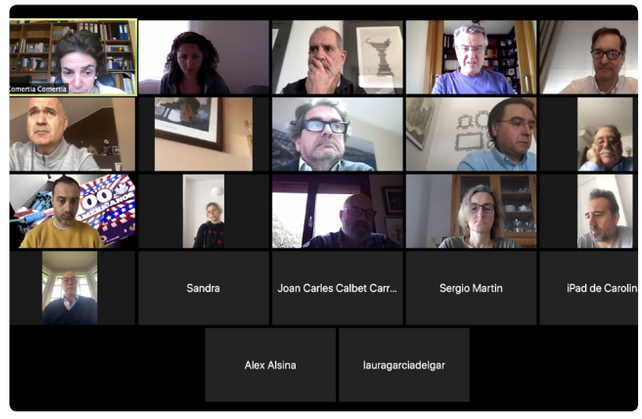
En aquesta nova trobada virtual entre els màxims dirigents de les empreses Comertia l'objectiu és compartir les decisions estratègiques preses en aquest context de crisi econòmica derivada per la pandèmia.

Per a la majoria de sectors, exceptuant la restauració, ja es visualitza el #SunnyDay, el dia de reobertura de les botigues. En aquesta sessió es planteja compartir decisions estratègiques i pla de xoc per afrontar la situació, amb el següent ordre del dia:

1. Compartir experiències en la situació actual amb botigues tancades.
2. Estratègies de model de negoci i plans de xoc.

29 D'ABRIL

Com estem afrontant les empreses la crisis actual
EXPERIÈNCIA DEL SECTOR ALIMENTACIÓ



Seguint amb la filosofia de Comertia, de compartir experiències per competir, aquesta nova trobada virtual en-

tre els màxims dirigents es va destinar a conèixer com estan vivint el moment actual les empreses d'alimentació per tal de preparar-se pel moment de la reobertura.

La sessió va comptar amb la intervenció de Joan Font (BON PREU), Josep Figueras (SORLI DISCAU), Silvio Elias (VERITAS) i Rafel Oncins (PLUSFRESC).

Després de la intervenció dels empresaris, la resta d'assistents virtuals van fer arribar els seus dubtes i consultes.

7 DE MAIG

Com estem afrontant les empreses la crisis actual

ESTATUS FASE 0 I PETICIONS AL GOVERN

En aquesta trobada es van recollir els problemes concrets així com les peticions per traslladar al govern com ara: rapidesa i agilitat en les comunicacions, obertura gradual dels establiments a tot l'estat (fase 1), no limitar a 400m2, horaris consensuats pel període de desescalada, etc.

14 DE MAIG

Com estem afrontant les empreses la crisis actual

COMPARTIR PER COMPETIR

Nova reunió virtual entre els màxims dirigents de les empreses de Comertia per exposar inquietuds, problemàtiques i bones pràctiques en la situació actual.

21 DE MAIG

Compartir per competir + Cas Telefónica

L'ESPAI FÍSIC SEGUEIX VIU: ASSEGURANT LA RENDIBILITAT EN LA «NOVA NORMALITAT»

En aquest context, i en la situació de pandèmia que exigeix fer front a nous i grans reptes que afecten a les persones, els espais i els canals, Telefónica Empresas va oferir una sessió a Comertia per compartir l'experiència en els seus punts de venda i donar a conèixer, especialment, les principals tendències i eines tecnològiques útils per a la nova normalitat.

Enrique Santiago Muñoz, director de Telefónica Empresas de la Mediterrània, va fer una breu introducció de la sessió, explicant en primera persona com havia abordat la companyia la situació des del primer moment fins a l'actualitat, amb les principals decisions preses i la seva visió del negoci d'ara endavant.

Fernando Cañiz Mur, responsable Venda Especialista Telefònica Empresas, va fer una intervenció per explicar l'experiència i posada en pràctica de mesures de seguretat i prevenció en botigues Movistar i també, com Telefónica s'està adaptant a les conseqüències i requisits post-COVID.

Per part de Javier Lorente Martínez, director de Proposta de Valor Telefónica On The Spot Services vam conèixer com la tecnologia pot jugar un paper fonamental en l'im-

pacte en l'experiència de client i en els espais de la crisi actual genera tendències a curt i a llarg termini.

Les principals tendències situen la "seguretat" com un dels aspectes clau per als consumidors, i aquí la tecnologia pot contribuir en bona mesura amb cartes digitals, pantalles d'assistents virtuals, comptadors d'aforament en el punt de venda, control d'estocs per RFID, indicador digital d'accés a client, tòtems digitals amb dispensadors de gel IoT que a més compten l'afluència a l'establiment i serveixen com a panells d'informació a clients, entre altres.

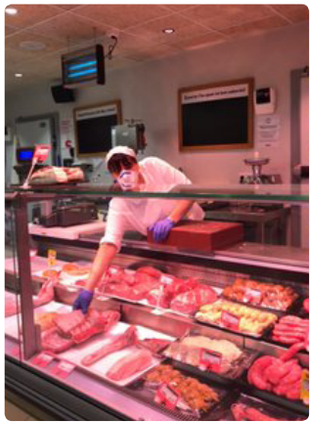
I ja per acabar, des del departament de Negoci i Màrqueting d'Empresas, l'Eduardo González Caso, va ser el responsable d'abordar els reptes de transformació del sector, que fan necessària la presa de decisions estratègiques d'impuls del negoci, i com la dada és la pedra filosofal en aquest procés de transformació.

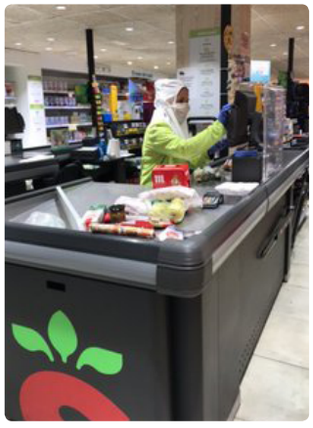
28 DE MAIG

Compartir per competir

EXPERIÈNCIES DEL SECTOR RESTAURACIÓ DURANT LA CRISI

Els màxims dirigents del sector de la Restauració, Artemi Nolla (AN Grup), Josep Figueras (Grup Sorli), Andrés Jover (La Burguesa), Luís de Buen (Fishhh), Sandra Sauleda (Sauleda), Siscu Martí (Vila Viniteca), Jordi Pascual i Jordi Vidal (Udon) van compartir amb els assistents les seves experiències, com preparen la reobertura dels seus locals i les principals demandes i/o peticions del sector a l'Administració.





11 DE JUNY

Compartir per competir

EXPERIÈNCIES DEL SECTOR RETAIL EN FASES 2 I 3

En aquesta nova reunió virtual, els empresaris van intercanviar informació sobre els negocis en fases 2 i 3: afluència, vendes, inquietuds, dubtes, recomanacions, desafecció dels ERTOs i gestió general del negoci per entrar en l'etapa de nova normalitat.

29 DE JULIOL

Compartir per competir

ESTATUS ACTUAL I PETICIONS AL GOVERN

En aquesta reunió es van recollir dubtes i preocupacions dels empresaris per transmetre a la reunió posterior de sector que es va celebrar amb el M. Hble. Sr. Joaquim Torra, president de la Generalitat de Catalunya.

30 DE SETEMBRE

Situació actual

COM ESTEM VIVINT EL MOMENT PRESENT? RESOLUCIÓ ERTOS: DUBTES I DEBAT SOBRE ACCIONS A FER

Seguim amb les reunions virtuals entre els màxims dirigents per intercanviar quina és la realitat que estan vivint les empreses de retail, principalment en quant a: afluència de visitants als establiments, vendes, recomanacions, desafecció dels ERTO i altres dubtes i inquietuds.

Aquesta va ser una reunió prioritària per concretar aspectes de lobby a Comertia, per intercanviar dubtes i reflexionar sobre quines accions dur a terme en matèria de regulació d'ocupació arrel de la publicació del nou RD 30/2020.

L'auditora BDO va acompanyar als assistents durant la sessió explicant els aspectes més rellevants de la nova resolució, així com també es va seguir el document de FAQs editat per part del Ministeri de Treball i Economia Social.

3.2. TALLERS D'INTERCANVI

23 DE GENER RRHH

FORMACIÓ, BONIFICACIONS I SUBVENCIONS

Els caps de RRHH de Comertia es van reunir a les instal·lacions de la Cambra de Comerç de Barcelona per intercanviar i debatre sobre temes de formació, bonificacions i subvencions.

La formació ajuda a les empreses a ser més competitives. Un treballador amb els coneixements i competències adequades és un treballador productiu. En aquest

taller es van diferenciar la formació subvencionada de la bonificada, els criteris per accedir a una i altra, i la formació més emprada a les empreses, principalment formació interna, per anar actualitzant a treballadors, i també formació en digitalització, per fer front a la transformació del sector.

27 DE FEBRER RRHH

PLA D'IGUALTAT A LES EMPRESES

La implantació del Pla d'Igualtat a les empreses és un element estratègic, ja que a part de realitzar un diagnòstic de l'empresa, pot aportar una imatge més positiva d'aquesta i convertir-se en una nova eina per a la gestió del capital humà.

El desenvolupament d'un Pla d'Igualtat inclou les fases següents: iniciativa, diagnosi, disseny, implantació i seguiment. I hi participen diferents persones dins de l'empresa: la direcció, els representants del personal i la plantilla. Una altre opció és contractar els serveis d'un expert en igualtat que normalment tenen un cost elevat.

L'ideal seria que totes les empreses vetllessin per la igualtat d'oportunitats en l'àmbit laboral i adoptessin mesures per evitar qualsevol tipus de discriminació entre dones i homes a la seva organització.

Però de moment, no totes estan obligades per llei. Tenen l'obligació d'elaborar i aplicar un Pla d'Igualtat les empreses que tenen cinquanta o més treballadors. Altrament, els termes previstos per l'aplicació, varien en funció del número de treballadors.

És recomanable que tingui una temporalitat aproximada de quatre anys, però això pot variar en funció de si s'han pogut analitzar totes les dades imprescindibles per realitzar una diagnosi completa. Si no ha estat possible, la vigència hauria de ser menor per incorporar els aspectes que no s'han pogut treballar inicialment.

7 D'ABRIL

WEBINAR "EFECTES DEL CORONAVIRUS AL SECTOR DEL RETAIL: MESURES JURÍDIQUES PER FER-LI FRONT

Durant la sessió, Àlvaro Gasull, Xavier Serramalera, Álex Santacana i Santi Pagés, socis de ROCA JUNYENT i experts en reorganització empresarial i dret immobiliari, respectivament, van tractar les diverses mesures jurídiques a aplicar front als efectes del COVID-19 al sector del retail.

Segons els experts, les mesures extraordinàries imposades arrel de la COVID-19 afecten a tots els àmbits i sectors, sorprenentment no hi ha cap mesura específica destinada a protegir el sector del retail. Moltes d'aquestes mesures han vingut per quedar-se, sobretot les que afecten al foment del teletreball i a aspectes mercantils. El Govern Espanyol seguirà publicant noves mesures a través dels Reials Decrets Llei fins que acabi l'Estat d'Alarma. Davant la situació extraordinària en la que ens trobem, s'ha de procurar negociar amb proveïdors i tercers per allargar terminis de pagament.

En el moment de celebració d'aquesta sessió, no hi havia cap mesura legal en relació amb els arrendaments de local de negoci. No obstant, existeixien arguments jurídics per poder negociar amb els propietaris dels locals als efectes d'aconseguir un reequilibri entre les parts, especialment per aquells negocis que han hagut de tancar.

7 DE MAIG RRHH

PROTOCOLS DE PREVENCIÓ I SEGURETAT EN EL PUNT DE VENDA EN TEMPS DE COVID-19

Durant l'estat d'alarma per la COVID-19 són moltes les empreses que s'han vist obligades a tancar els seus establiments i presentar ERTO. A mesura que ens acostem a una desescalada, les empreses han d'endegar mecanismes de protecció per a les futures reobertures dels seus negocis i per la tornada progressiva dels seus treballadors.

A conseqüència de l'allau d'ERTO el SEPE va patir un collapse a les oficines públiques d'ocupació i això va fer que la majoria de treballadors afectats a mitjans de març no haguessin cobrat encara la prestació al maig.

Pel que fa a les mesures de protecció tant de treballadors, proveïdors i clients destaquen el distançament interpersonal d'aproximadament 2 m, l'ús de mascareta, rentada de mans amb aigua i sabó o solució hidroalcohòlica i la neteja i desinfecció periòdica dels objectes d'ús personal i els establiments que comporta una reducció/modificació d'horaris que en alguns casos ha dificultat quadrar els horaris dels treballadors.

21 DE MAIG RRHH

PROTOCOLS DE PREVENCIÓ I SEGURETAT EN EL PUNT DE VENDA EN TEMPS DE COVID-19

Aquesta nova trobada virtual entre els caps dels departaments de RRHH de les empreses Comertia va tenir l'objectiu de compartir les mesures i/o protocols a adoptar en el moment de reobertura dels punts de venda, després de l'Estat d'alarma derivat de la COVID-19.

Per a la majoria de sectors d'activitat, exceptuant la restauració, al maig va arribar el dia de reobertura de les botigues. En aquest Taller es van compartir quines mesures i protocols aplicar respecte a la COVID-19 quan es puguin tornar a obrir els establiments, gestió d'horaris dels treballadors, intercanvi d'informació de proveïdors de material, etc.

3 DE JUNY RRHH

PROTOCOLS DE PREVENCIÓ I SEGURETAT EN EL PUNT DE VENDA EN TEMPS DE COVID-19

Aquesta va ser la tercera trobada virtual entre els caps dels departaments de RRHH de les empreses Comertia per compartir les mesures i/o protocols dels punts de venda en qualsevol de les fases 2 i 3.

Durant la sessió es va compartir l'experiència pràctica de les iniciatives posades en marxa a cada establiment per al compliment de les mesures sanitàries, així com també temes de gestió d'equips i protocols de seguretat per a la prevenció de treballadors i clients.

10 DE JUNY TALLER DE MÀRQUETING

ACCIONA LA TEVA MARCA EN ELS NOUS JOURNEYS

Durant aquest període els compradors han canviat la forma com prenen les decisions de compra. No només han canviat els seus processos de recerca, sinó també la forma en que s'aproximen a les botigues, especialment a les botigues físiques.

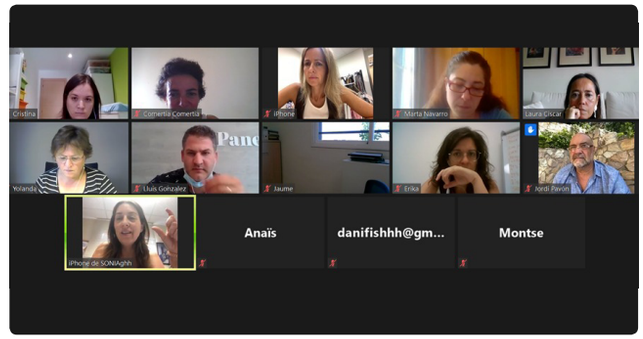
Atraure aquest comprador post-COVID suposarà tornar a reaprendre els seus Shopper Journey, i conèixer quins moments són els rellevants per emprendre noves estratègies d'activació i conversió a vendes que garanteixin experiències memorables, algunes d'elles fins i tot abans d'entrar a la botiga.

Per a això, l'empoderament dels clients i dels empleats seran decisius per encantar als clients i assegurar la preferència de les marques i la seva recomanació.

De la mà de Cristina Pérez (responsable de l'àrea Shopper de Kantar Insights), i Elisabet Contijoch (Account Director Kantar Insights) vam aprofundir en com atreure, convèncer, convertir i encantar al comprador post-COVID perquè no només vagi a les nostres botigues a comprar, sinó que repeteixi.

23 DE JULIOL RRHH I MÀRQUETING

PROTECCIÓ DE DADES I COVID-19 EN ELS DEPARTAMENTS DE RRHH



El Reglament (UE) 2016/679 de 27 d'abril de 2016 (RGPD) i la Llei Orgànica (ES) 3/2018 de 5 de desembre (LOPDGDD) regulen la protecció de dades de caràcter personal. Analitzant la normativa de protecció de dades, la legislació laboral i la situació creada pel COVID-19, com han d'actuar els departaments de recursos humans? Aquesta sessió, liderada per l'advocada Laura Ciscar, va abordar els temes que més consultes plantegen als departaments de personal.

Hi ha moltes dades considerades de caràcter personal i per tant, queden subjectes a la normativa que les regula: nòmines / contractes, prevenció de riscos, videovigilància (en alguns casos), currículum vitae, control horari, control d'itineraris, dades COVID-19.

Alhora de recollir, tractar, custodiar i eliminar dades és important tenir en compte aspectes com ara: quines dades tractem, com les aconseguim, protegim i destruïm, la redacció d'un protocol d'actuació o la formació dels treballadors.

Es van abordar també les novetats legislatives: drets digitals dels treballadors, registre negatiu d'agressors a menors i control horari.

Durant el taller també es van tractar temes com el secret professional, la conservació de dades personals i documents d'empresa i la protecció de dades biomètriques.

2 D'OCTUBRE RRHH

SITUACIÓ ACTUAL: COM GESTIONAR ELS ERTO?

Seguint amb la filosofia de Comertia, de compartir per competir, en aquesta reunió virtual entre responsables de RRHH es van intercanviar les diferents opcions de fer front a la situació d'exempció en les cotitzacions a les Seguretat Social decretades pel Govern central per a les empreses de comerç i restauració.

Explicació per part dels Srs. Marc Antras, Miquel Queralt i Fernando Urzáiz del despatx d'advocats ANTRÀS, especialitzat en Dret Laboral i de la Seguretat Social.

Els responsables de RRHH van intercanviar opinions sobre les diferents opcions per fer front a la situació d'exempció en les cotitzacions a la Seguretat Social decretades pel Govern central per a les empreses de comerç i restauració.

El despatx d'advocats Antràs els va acompanyar durant la sessió i els va facilitar un document amb les mesures socials per a la defensa de l'ocupació.

15 D'OCTUBRE DIGITALITZACIÓ

SOLUCIONS DE RETAILTECH PER A LES EMPRESES COMERTIA DE LA MÀ DE LA UNITAT D'EMPRENEDORIA I START-UP D'ACCIÓ

El 15 d'octubre va tenir lloc la presentació a les empreses Comertia de sis start-up especialitzades en retail. En un moment en què el retail es troba en plena transformació de formats per adaptar-se als nous hàbits del consumidor, és crucial intercanviar valor entre retailers i emprenedors tecnològics per optimitzar al màxim les necessitats reals del sector comercial amb les solucions tecnològiques adients.

Comertia en col·laboració amb la **Unitat d'Emprenedoria i start-up d'ACCIÓ** van organitzar aquesta sessió amb la voluntat de presentar una selecció de projectes interessants de retailtech d'algunes start up catalanes, i conèixer de primera mà el feedback dels empresaris i responsables de Comertia.

En aquesta trobada els assistents de Comertia, d'una banda, van tenir l'oportunitat de saber quins projectes de retailtech s'estan desenvolupant al mercat per saber si van alineats o no amb l'estratègia de l'empresa. I d'altra banda, van poder exposar les seves inquietuds i necessitats en matèria tecnològica a l'hora de fer front als nous temps per al retail.

La dinàmica de la sessió va anar a càrrec de Jordi Aguasca, Director de la Unitat d'Emprenedoria i start-up d'ACCIÓ, qui gestiona, des de 2013, el programa d'acceleració de start-up de la Generalitat de Catalunya, centrat en la fase de pre-llavor i llavor, ajudant a accelerar els primers ingressos i proporcionant un programa d'aterratge internacional a LATAM i els EUA a través d'ACCIO Foreign Offices. Es van presentar 6 diferents propostes d'interès per al retail: Proppos, Gopopup, Searchmas, Vonzu, Frizbit i Pervasive.

22 D'OCTUBRE MÀRQUETING

WORKSHOP INSTAGRAM I FACEBOOK: COM UTILITZAR LES XARXES SOCIALS PER CONNECTAR AMB LA TEVA AUDIÈNCIA I FER CRÉIXER EL TEU NEGOCI

Presentació a càrrec de Marta Mateu, Responsable Global d'Estratègia Creativa i Innovació de Facebook i Instagram.

El passat 22 d'octubre, Comertia va organitzar un Workshop sobre Instagram i Facebook amb l'objectiu de conèixer com aprofitar les xarxes socials, com connectar amb la nostra audiència i com vendre els nostres productes d'una forma personalitzada a cada client.

L'arribada de l'ecommerce des dels anys 80 ha transformat el retail tradicional. I en aquest últims mesos la transformació digital s'ha accelerat exponencialment.

Què demana el nostre client?
Descobrir, Immediatesa, Personalització, Seguretat.
Com comença aquest procés?
Quan els nostres clients comparteixen les seves històries, inputs i interessos a les plataformes que fan servir... les plataformes socials recopilen aquestes dades per facilitar-nos la informació necessària per oferir de forma totalment personalitzada el que vol el client.
Com podem arribar a aquestes persones?
Customer audience: Quan ja tenim les dades de preferències dels usuaris de les xarxes, podem dirigir-nos a ells mitjançant diverses vies: website, mobile, botiga o CRM.

5 DE NOVEMBRE RRHH

COM PREPAREM EL NADAL?

El 5 de novembre es van reunir els responsables de recursos humans per compartir i intercanviar idees sobre, per exemple, com substituir els dinars o sopars de Nadal per mantenir el valor emocional que suposa per als equips, més en un moment caracteritzat per una manca d'il·lusió i optimisme. Els directius van compartir alternatives per agrair als treballadors la seva implicació.

També es van abordar altres aspectes, com l'anàlisi de diferents formats i canals per impulsar relacions comercials entre empreses Comertia, o motivar la venda interna entre treballadors a través de descomptes a l'app de l'entitat. La voluntat és que la gran massa de treballadors que aglutina Comertia tingui en compte les marques associades per les seves compres. Les marques ofereixen avantatges i descomptes interessants tant per a botigues físiques com online.

10 DE DESEMBRE MÀRQUETING, CEOS I RESPONSABLES ECOMMERCE

TOT SOBRE ELS MARKETPLACES

Presentació a càrrec de Toni Raurich, President de RVentures. Leadership of Booking, Caixabank, Wallapop i Intercom.

Debat - col·loqui per plantejar dubtes, compartir opinions i punts de vista, i intercanviar experiències entre els retailers assistents a diferents marketplaces, moderat per Elisabet Vilalta, directora general de Comertia.

En aquesta sessió es va analitzar fins a quin punt és rendible vendre a través d'un marketplace, quins avantatges i inconvenients té, i quin criteri s'ha de seguir per decidir entrar en un marketplace o en un altre.

Aquest workshop va ser un 'spin off' de la formació organitzada per Comertia amb la col·laboració d'ISDI, on es va recollir la necessitat d'aprofundir més en aquest canal de venda.

Al llarg de la sessió es va definir i explicar què és un marketplace, quines són les seves funcions i les eines que ofereix tant a compradors com a venedors, a més a més de compartir quin és el model de negoci i avantatges del marketplace enfront de models de negoci de venda directa. També es va analitzar l'operativa pre-compra i post-compra.

3.3. PROJECTE DE DIGITALITZACIÓ COMERTIA

Comertia va inaugurar les trobades de l'any amb la presentació als associats, el 14 de gener, del **Projecte de Transformació Digital** que va estar **treballant** durant l'any 2019. Aquesta plataforma permet gestionar la informació i poder tenir un directori amb accés des de qualsevol punt i disponible per a totes les empreses. Alhora és un espai virtual on poder interactuar entre les empreses: enquestes, debats, etc.

Els objectius de la nova *App Comertia* són:

- L'agilització en la **difusió de la informació i socialització**: la nova eina permetrà la comunicació entre Comertia i els socis.
- La **gestió del coneixement**: accés a la base documental de Comertia a tots els usuaris segons diferents rols.
- **L'optimització de processos interns**: captació de dades, formularis, convocatòries, notificacions, etc.
- Millora de l'experiència de l'usuari final.
- Implementació de sistema de mètriques i KPI's per a l'avaluació de l'efectivitat.

Aquesta plataforma neix amb la vocació de ser una eina de competitivitat per a la gestió dels negocis. L'App permet accedir a la base de dades de les empreses i els seus establiments, a l'agenda d'actes de l'entitat i sincronitzar-les al calendari, rebre comunicacions i resums de reunions de Comertia, plantejar a tots es socis dubtes o consultes sobre alguna temàtica concreta.

LA PLATAFORMA CONSTA DE 3 PARTS FONAMENTALS:

FRONTEND

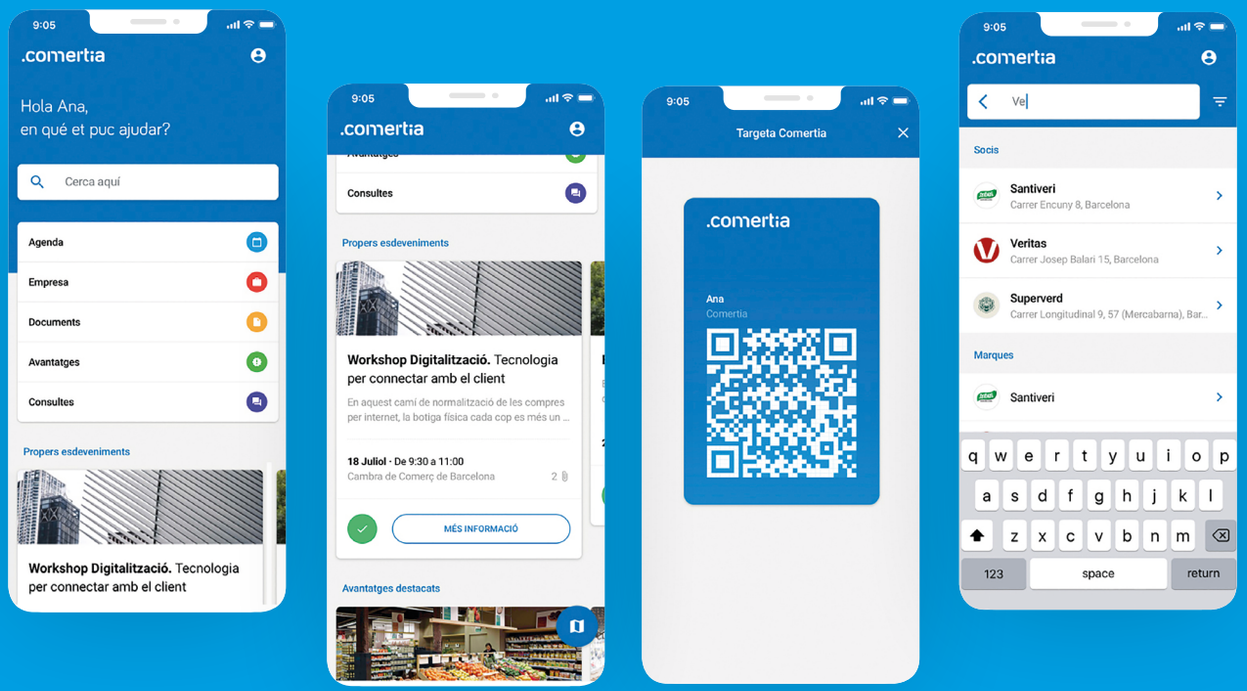
part visible i tangible de la TD a través d'una nova app.

BACKEND

creació d'un gestor de continguts potent.

DADES

de les empreses que permeten a l'App tenir vida pròpia.



3.4. FORMACIÓ

L'actual pandèmia de la COVID-19 ha tingut un impacte negatiu en l'economia en general, i en el retail en particular. S'han accelerat els canvis en el comportament dels consumidors com ara canvis d'hàbits i models de compra, reducció de despeses, sobretot en productes i/o serveis no essencials, etc.

L'actual crisi deixa al descobert les fortaleses i també les debilitats de les empreses, i les empreses es veuen obligades a adaptar-se a aquesta nova situació, a transformar-se. Cal revisar les estratègies per trobar solucions als nous desafiaments.

Per aquest motiu, Comertia ha volgut intensificar els seus serveis als socis amb la incorporació d'un element clau: la formació a directius.

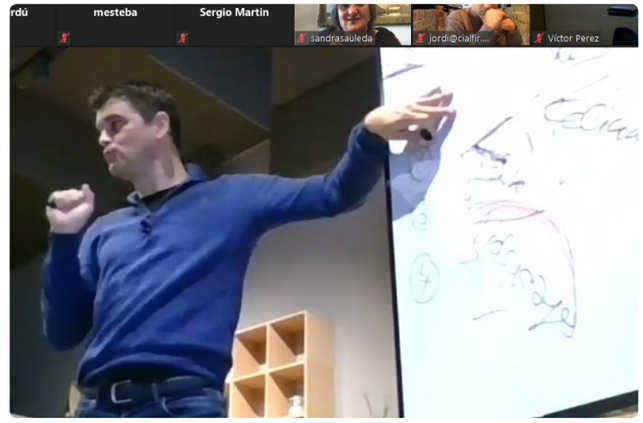
Amb aquest escenari, Comertia ha organitzat diferents cursos de formació amb l'objectiu que les empreses puguin actualitzar processos i coneixements, revisar les seves estratègies, i aplicar canvis eficaços i ràpids per ser més competitives.

Ara més que mai connectar amb el client, la digitalització, l'ecommerce i millorar els comptes d'explotació són claus per mantenir-se amb èxit i per això cal conèixer les darreres tendències en l'àmbit del lideratge, la digitalització i els nous models de negoci.

Per al disseny de programes de formació, Comertia col·labora amb professionals experts en els diferents àmbits, elaborant propostes formatives personalitzades a les necessitats dels empresaris de retail.

26, 28 I 30 D'OCTUBRE

AMB ALWAYS PEOPLE FIRST



En el context actual, aspectes com el **lideratge i la digitalització** són claus per superar la situació. Amb la col·laboració de "**AlwaysPeopleFirst**", Comertia va organitzat una formació de tres dies (26, 28 i 30 d'octubre) per treballar un aspecte clau a les empreses: *"Com millorar l'engagement amb l'equip per millorar resultats".*

Aquestes sessions van estar impartides per conferenciants de referència en l'àmbit de la gestió de motivació, lideratge i persones, i van estar enfocades des d'una vessant pràctica, amb la missió d'ajudar als empresaris a crear i construir objectius realistes i aplicables a les seves organitzacions. Els tres dies de formació van permetre fer una immersió en les relacions personals que es generen a l'empresa, així com portar a la reflexió conjunta, quines són les palanques reals que porten a un canvi d'actitud en els equips.

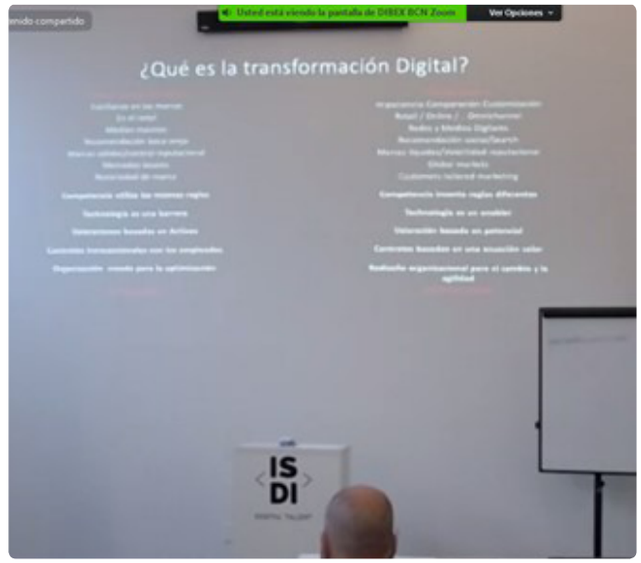
23, 25 I 27 DE NOVEMBRE

AMB ISDI

Per abordar una visió general sobre digitalització i ecommerce, Comertia va comptar amb l'escola de negocis digital **ISDI**, i va tenir com a objectiu comprendre les estratègies i dinàmiques que permeten implementar accions eficients i exitoses en un negoci digital a més d'aprendre a gestionar eficientment les vendes per internet, incorporant nous canals, mitjans i llenguatge.

En relació als continguts, **es va focalitzar en conceptes de màrqueting digital, ecommerce, publicitat, models de negocis disruptius, intel·ligència artificial,** etc. La sessió, també de tres dies (23, 25 i 27 de novembre) va reforçar la importància d'una bona estratègia de màrqueting, la relació de l'ecommerce segons el model de negoci, els principals processos i accions per vendre en línia, el perquè és important avui dia tenir un ecommerce amb una estratègia clarificada i els beneficis que aporta l'ecommerce en comparació a la venda directa.

En el curs d'ISDI, els directius van treballar en els diferents canals omnicanals que apropen al consumidor, i en el coneixement de mitjans de pagament en línia, analitzant les seves oportunitats i limitacions. Per altra banda es va abordar l'experiència del client i com definir objectius estratègics per la CX. I per últim, van conèixer tècniques i eines analítiques de millora de la conversió i les tendències actuals en ecommerce, com és la intel·ligència artificial, el machine learning i el deep learning.



4

ACTES I CELEBRACIONS

4. ACTES I CELEBRACIONS

4.1. ASSEMBLEA GENERAL DE SOCIS

L'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, Comertia, va celebrar el 22 de setembre la 18ª edició de l'Assemblea general de socis en format virtual per garantir la seguretat de tots els assistents.

En el discurs de cloenda, el president de Comertia, David Sánchez, va expressar que la pandèmia estava afectant durament a empreses que eren productives i rendibles, a causa del descens de turisme i del tràfic de vianants de carrers principals.

Per aquest motiu, empreses de retail i restauració de Comertia necessiten amb urgència una injecció directa de liquiditat per a la recuperació. El president ha reiterat també la necessitat de prorrogar els ERTO fins al desembre, doncs si finalitzen el 30 de setembre preveu una fallida del 50% d'empreses de comerç i restauració. "La demanda no s'ha recuperat i per tant, mentre no es recuperi la normalitat necessitem mantenir els ERTO". El 77% de les empreses de Comertia, de retail i restauració, mantenen part de les seves plantilles en ERTO, quan abans de la pandèmia eren empreses molt viables. "Ara necessiten ajuda econòmica per seguir generant riquesa i poder mantenir els llocs de treball en aquesta nova realitat.

> Comertia va reclamar ajuts econòmics per a la recuperació del sector comerç i restauració i la pròrroga dels ERTO fins al desembre de 2021.

En l'assemblea, els socis van aprovar el càrrec del fins ara president interí de l'entitat, el Sr. David Sánchez fins a juny de 2022, així com els nous membres de la Junta Directiva, que passa a tenir la següent composició:

NOVA COMPOSICIÓ DE LA JUNTA DIRECTIVA DE COMERTIA

PRESIDENT	**David Sánchez**	Director General de Dormity.com
VICEPRESIDENT	**Ignasi Pietx**	Director General d'Artyplan
SECRETARI	**Domingo Obradors**	Director General de Macson
TRESORER	**Lluís Vendrell**	Director General d'Unión Suiza
VOCALS	**Silvio Elias**	Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas
	Jordi Querol	Propietari i coordinador de botigues Unipreus
	Sergi Martín	Director General de Perfumeries Facial
	Mónica Algás	Directora General de Boboli
	Laura García Delgar	Gerent de Benitosports
	Lluís de Buen	Director General de Fishhh
	Joan Carles Calbet	Director General d'Electrodomèstics Calbet
	Àlex Casals	Conseller Delegat de Ribes&Casals
	Jordi Brau	CEO La Traca
DIRECTORA GENERAL	**Elisabet Vilalta**	
ECONOMISTA I ASSESSOR A COMERTIA	**Santi Pagés**	

El president de Comertia va exposar els eixos estratègics de l'entitat per al seu mandat. En primer lloc, va destacar la defensa dels interessos del sector comerç i restauració des del punt de vista de la seva contribució fiscal i ocupació en el conjunt del país, i la importància de les empreses per a la vertebració de carrers, especialment en aquest context de coronacrisi.

En segon lloc, Comertia es centrarà en la formació i el talent de les persones, posant el focus en l'aprenentatge de nous models de retail disruptius, noves tendències i digitalització. I, per últim, l'entitat vol destinar també recursos en el creixement de la massa crítica d'associats.

Segons David Sánchez "el nou camí que comencem plegats ens ha de portar a saber identificar les oportunitats i reptes per a les nostres empreses dins de l'escenari de reconstrucció econòmica i empresarial del nostre país".

Per aquest motiu, van assistir a la cloenda de l'Assemblea dues personalitats del món econòmic i empresarial, com són el Dr. Anton Costas, catedràtic de política econòmica a la Universitat de Barcelona, i el Sr. Joan Canadell, president de la Cambra de Comerç de Barcelona, per compartir amb els assistents, tots ells propietaris, CEOs i directors generals d'empreses de retail catalanes, les seves visions respectives en el context de reconstrucció actual.

4.2. XVIII JORNADA RETAIL COMERTIA: RETAIL RESTART

El 19 de novembre, Comertia va celebrar a l'Auditori del Cosmocaixa la jornada de retail anual en format híbrid (presencial-virtual), sota el títol *"Retail Restart"* amb un **programa destinat a reflexionar sobre com tornar a encendre el motor de l'activitat de retail** tan malmesa aquest any pandèmic, així com desxifrar les claus a accionar per identificar des d'on tornar a començar.

LA CRISI DEL RETAIL OBLIGA ALS NEGOCIS A TRANSFORMAR-SE

El president de Comertia, David Sánchez, va inaugurar la jornada llançant un missatge de solidaritat per als familiars de les víctimes de la pandèmia i enviant molts ànims al personal sanitari. Tot seguit, va recordar a les autoritats que **"les mesures proposades recentment per anar reobrint les botigues, restaurants i centres comercials són insuficients. En plena campanya de Nadal és important poder obrir els negocis amb una certa normalitat, adaptant-se a la nova realitat, especialment la restauració".**

En el bloc inaugural, van intervenir també el regidor de Turisme i Indústries Creatives de l'Ajuntament de Barcelona, Xavier Marcé i el conseller d'Empresa i Coneixement, Ramon Tremosa, qui van demanar als empresaris resistència per aguantar i resistir aquest context de pandèmia fins al primer semestre de 2021, afirmant que **"hi ha una retenció de consum per la incertesa de la pandèmia i la previsió que fan els economistes és que quan desaparegui la incertesa el consum torni a revifar".**

> Inversió en nous projectes, sinergies amb altres marques, reestructuració de punts de venda, revisió de l'estratègia de negoci, nous productes i serveis per adaptar-se a la nova demanda, i aposta clara per phydigital.

De la mà de Caixabank Research, Javier Ibañez va oferir als assistents dades sobre l'evolució de l'ecommerce i l'ús dels datàfons per part de comerços clients, on s'observà el patró d'evolució del consum i el creixement de la despesa en ecommerce, que apuntava a un aprenentatge que es mantindrà més enllà de la COVID-19.

Per la seva banda, Daniel Fernández, president i editor d'Edhasa va compartir la seva experiència amb l'arribada de pantalles digitals, un moment què s'augurava com la fi dels llibres en format paper i finalment no va ser així, i va assenyalar que la digitalització no serà tan radical ni tan ràpida. Fernández va instar als empresaris a **"recuperar clients i no compradors".**

> Els retailers coincideixen que en el context actual el sector té una oportunitat única per repensar a fons els negocis, prendre decisions i liderar els equips amb actitud de creació de valor.

Dins del bloc RET TALKS, la CEO de Motocard, Sílvia Bach, va fer una ponència molt dinàmica i enèrgica explicant l'experiència en primera persona de com ha viscut l'empresa tot aquest període, i va encoratjar als empresaris a qüestionar-se cada aspecte de l'empresa, des dels productes, els clients, els formats de venda o el procediment de treball: **"no cal fer grans inversions però és el moment crucial per repensar els negocis, identificar les fortaleses i projectar el valor de la mar-**

ca que volem potenciar."

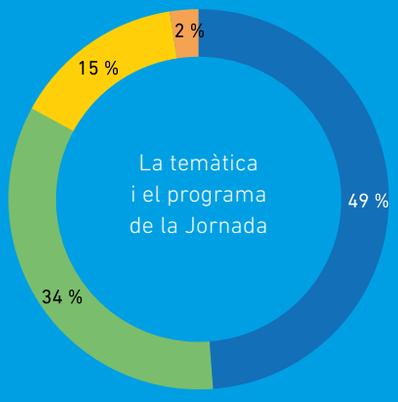
Dimas Gimeno, expresident de El Corte Inglés, va instar als empresaris a repensar l'estratègia de negoci; a promoure la captació de dades de clients per apropar-se a ells i conèixer-los bé; a transformar les botigues en magatzems per facilitar l'última milla; a buscar noves oportunitats amb inversions a start-up; a cercar aliances i crear projectes conjunts com ara marketplaces, per guanyar competitivitat i, en definitiva, va impulsar als empresaris a atrevir-se perquè, segons va dir **"és un moment de prova error i cal fracassar ràpidament i seguir endavant."**

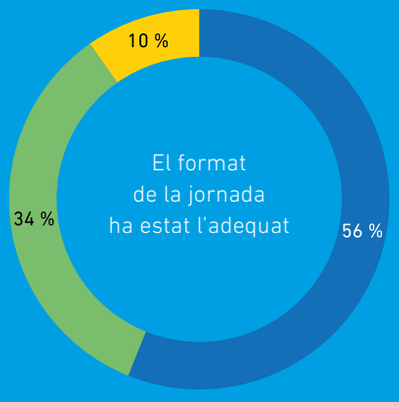
Christian Escribà de Pastisseries Escribà, va fer una inspiradora ponència basada en exemples del que estan fent ells en aquest context, principalment sinergies amb grups hotelers per donar a conèixer els seus productes; l'obertura a Mercat d'Autors amb Ametller Origen, o l'obertura també del primer punt de venda "Foodies" amb Enrique Tomás a la T-1 de l'aeroport de Barcelona. També va anunciar el tancament de la seva botiga a l'Illa Diagonal, i l'obertura d'un nou concepte de retail (**Sweetspace**) al carrer Serrano de Madrid: **"és moment de prendre decisions".**

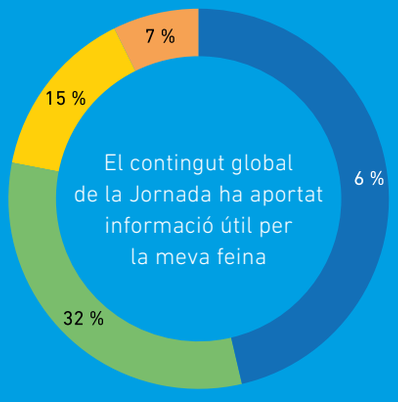
Per últim, Albert Bosch, aventurer i emprenedor, va compartir l'experiència i aprenentatge de les seves aventures apel·lant a la necessitat d'acceptar la realitat tal com és, i a adquirir el compromís i positivisme necessaris per assumir la transformació que tenim per davant amb lideratge. Bosch i Escribá van incidir molt en la importància de l'autoconeixement com a palanca clau de motivació individual. **"Des de l'entrenament d'aquest autoconeixement és des d'on es pot afrontar el compromís amb un equip, sense decisió individual no es pot fer avançar un equip cap a un objectiu comú".**

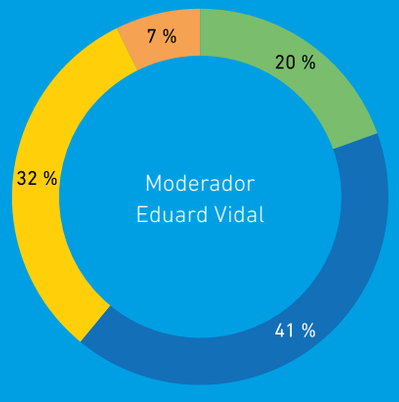
Aquesta va ser la divuitena edició de la jornada de retail Comertia, que va comptar amb la confiança dels patrocinadors **Factor Energia** i **Splio**.

ASPECTES DE LA JORNADA

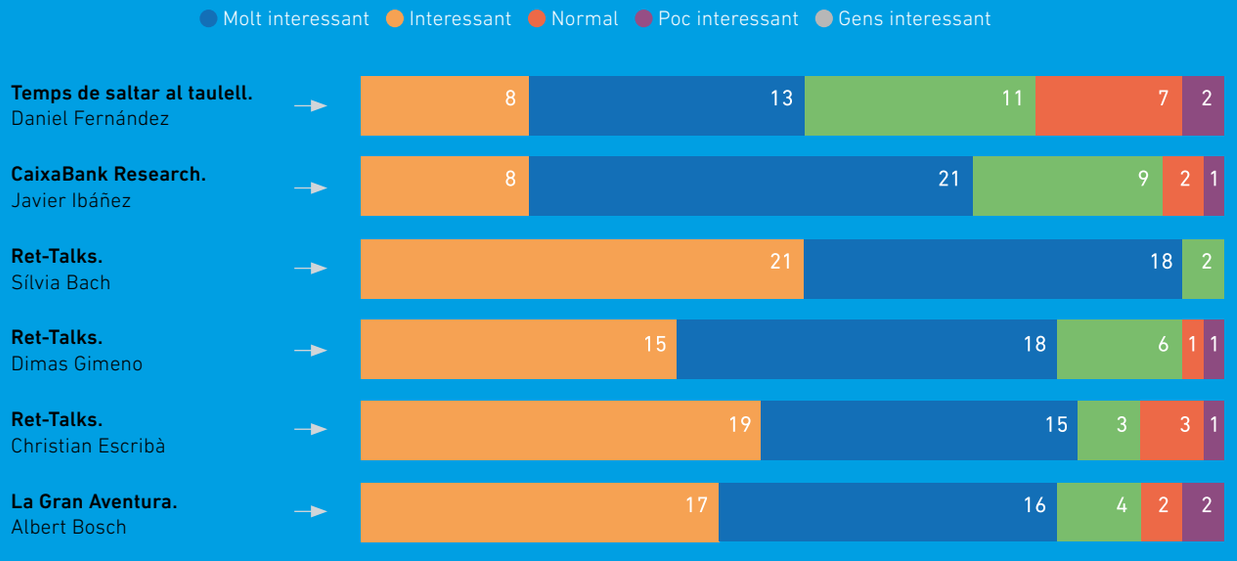








BLOCS



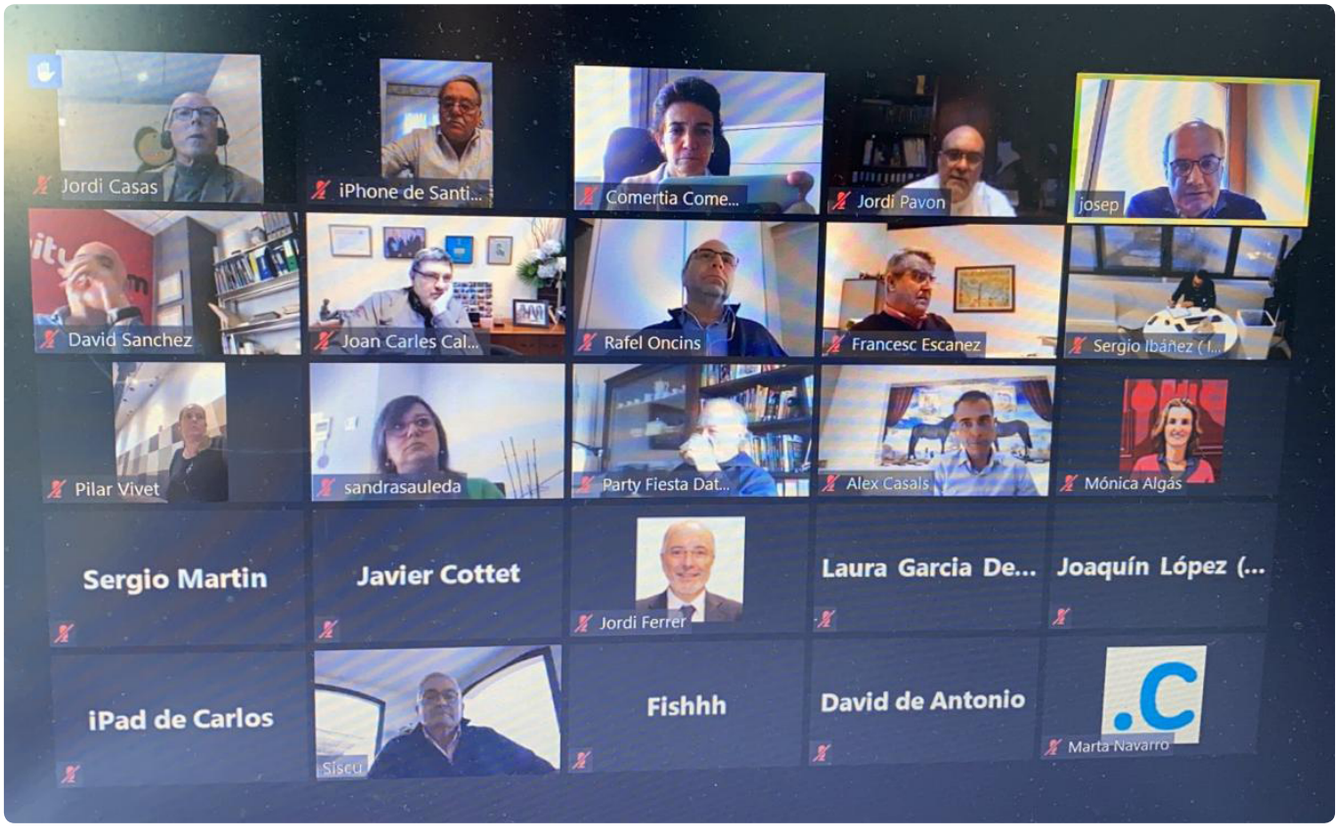
4.3. DINAR DE NADAL COMERTIA

Aquest any, la crisis sanitària no va permetre la tradicional celebració del sopar de famílies Comertia.

Per aquest motiu des de Comertia es va decidir organitzar el primer **Dinar Virtual**, amb el qual es va apostar per recuperar la celebració dels dinars mensuals per intercanviar experiències sobre temes concrets o bé per conèixer casos d'èxit entre les empreses de Comertia.

Amb aquesta iniciativa Comertia va apostar per donar recolzament al sector de la restauració: cada mes, una empresa de Comertia serà l'encarregada de subministrar el càtering als assistents. En aquesta primera ocasió, el càtering va anar a càrrec de l'empresa Farga.

El **dimecres 16 de desembre,** els empresaris de Comertia es van reunir al migdia per compartir els grans interrogants sobre el moment actual i desitjar-se Bon Nadal.



5

INFORMES, ESTUDIS I PUBLICACIONS

5. INFORMES, ESTUDIS I PUBLICACIONS

5.1. INDICADOR DE RETAIL COMERTIA

L'associació realitza des de l'any 2010, una enquesta mensual directament als empresaris per a disposar de dades reals, principalment sobre l'evolució de vendes de les empreses membre, amb anterioritat a la publicació de les dades de l'INE o l'IDESCAT.

L'objectiu de l'indicador és que els resultats ofereixin un diagnòstic a curt, mig i llarg termini, sobre la salut de les empreses, a partir de tres factors mesurables: vendes, nombre d'establiments mes a mes, i nombre de treballadors en plantilla, principalment.

Així, la sistemàtica és que cada mes, els socis de Comertia reben un qüestionari per correu electrònic que l'omplen amb les dades de la seva empresa i l'envien de forma àgil.

Els resultats d'aquesta enquesta mensual s'envien als socis en forma d'informe, incorporant totes les dades de vendes totals, sectorials, de superfície comparable i online; obertures i tancaments d'establiments, evolució en la contractació o reducció de plantilla, així com informació extra en relació al context d'aquell mes, des de períodes de rebaixes fins a afectacions a les vendes per causes climatològiques o externes. Les vendes agrupades per sectors d'activitat permeten comparar els resultats entre les diferents empreses del mateix sector i també observar l'estacionalitat en alguns casos. Periòdicament, l'indicador recull també dades de marges comercials, i vendes quadrimestrals.

Les conclusions de l'indicador de vendes mensuals es recullen en una nota de premsa i es donen a conèixer a l'opinió pública a través dels mitjans de comunicació per anar informant de l'evolució del consum i les vendes a les empreses catalanes de retail.

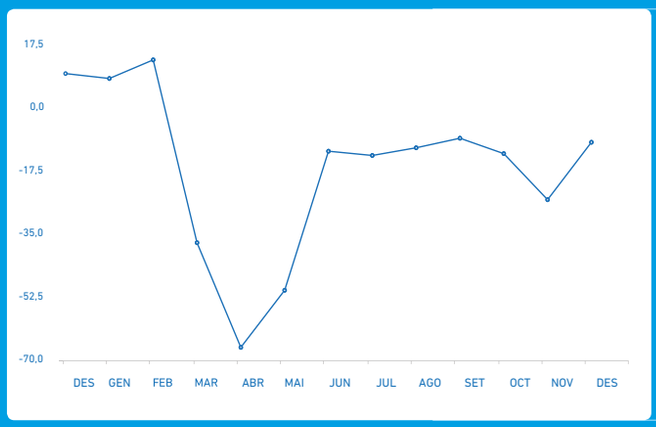
L'històric d'aquesta eina l'ha convertit en un indicador econòmic de referència, tant per a mitjans de comunicació com per economistes i articulistes de comerç.

L'INDICADOR DE RETAIL COMERTIA PERMET

OFERIR ALS SOCIS **DADES REALS** I UN MES ABANS QUE LES FONTS TRADICIONALS (INE O IDESCAT) SOBRE EL COMERÇ MINORISTA, FET QUE ELS PERMET AVANÇAR DECISIONS DE MILLORA DELS NEGOCIS.

RECOLLIR **INFORMACIÓ MENSUAL** SOBRE COM AFECTEN CERTS ASPECTES DE L'ACTUALITAT A L'ACTIVITAT ECONÒMICA: CONJUNTURA EXTERNA -POLÍTICA I ECONÒMICA-, REBAIXES, BLACK FRIDAY, CANVIS DE NORMATIVA, CRISIS D'ALGUNS SECTORS, ETC.

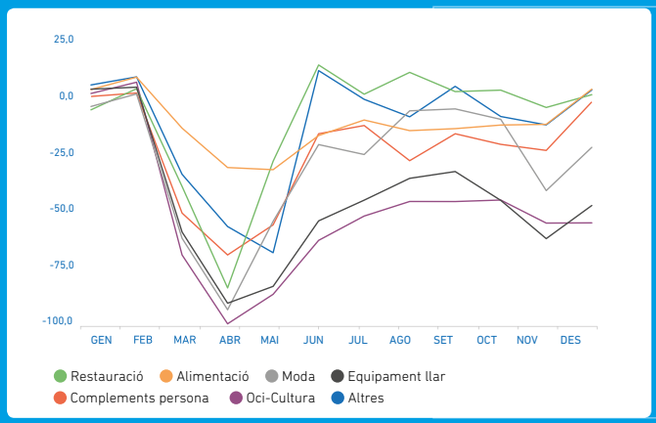
SER UNA **FONT D'INFORMACIÓ ECONÒMICA** DE REFERÈNCIA PER A MITJANS DE COMUNICACIÓ.



VENDES TOTALS 2020

La tendència de vendes ha estat marcada per la pandèmia, amb una baixada dràstica el mes de març (-41,2%), i encara més pronunciada a l'abril (-68,4%), amb confinamer comerços excepte els de sect de maig també es manté amb u es (-53,6%) i a partir de juny, e una mica, amb un descens del -17,5%. La segona onada arriba a l'últim trimestre de l'any, i les vendes es tornen a ressentir especialment els dos últims mesos, coincidint amb les fortes restriccions d'obertura de la restauració i el tancament total de centres comercials.

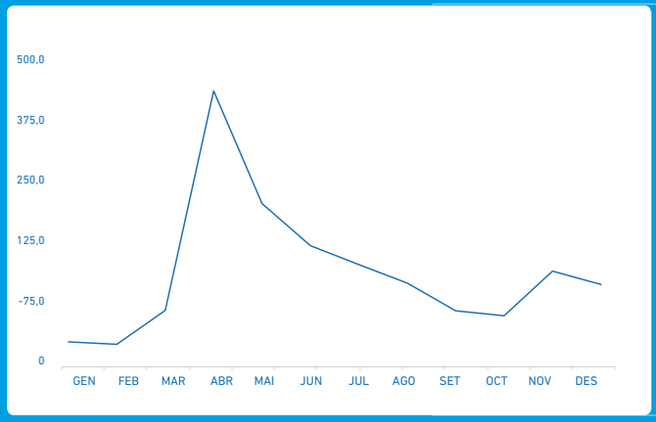
TALLAR MÉS TEXT



VENDES SECTORIALS

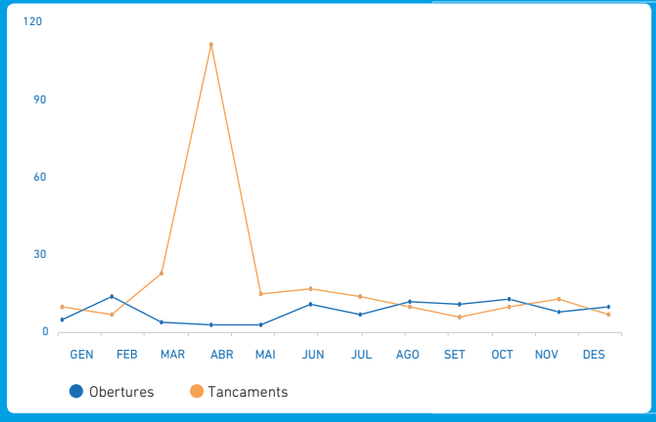
Els sectors que han patit més aquest any han estat aquells directament relacionats amb el turisme i els comerços amb ubicacions *prime* de centre ciutat, desertitzada a causa del teletreball i els confinaments municipals i comar tauració i Oci i cultura han esta ats per la crisi econòmico-sanit mplements de la persona tamb tor amb millor comportament de vendes ha estat Alimentació bàsica i Llar, segments directament vinculats amb el dia a dia dels compradors.

TALLAR MÉS TEXT



VENDES ONLINE 2020

Sense cap dubte, les marques que han aconseguit reconduir el seu tràfic a l'online han aconseguit salvar les vendes. La majoria de sectors d'activitat han adaptat la seva oferta a les necessitats dels consumidors, tant amb nous productes i serveis, com amb nous canals de venda més àgils (whatsapp, telèfon, etc.) i sobretot, la majoria de marques han dipositat tots els seus esforços en l'online. Aquest any s'han viscut creixements de vendes de tres dígits en online.



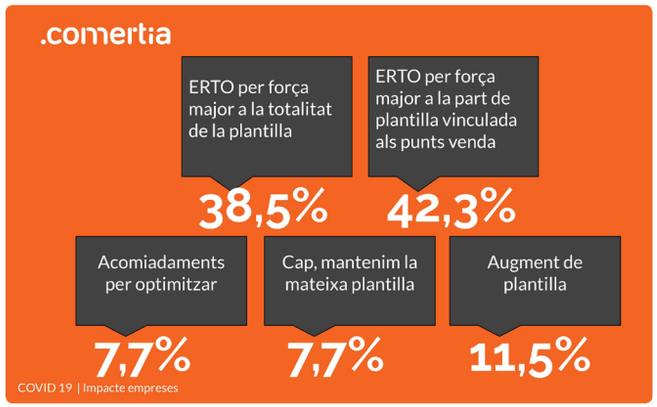
OBERTURES I TANCAMENTS 2020

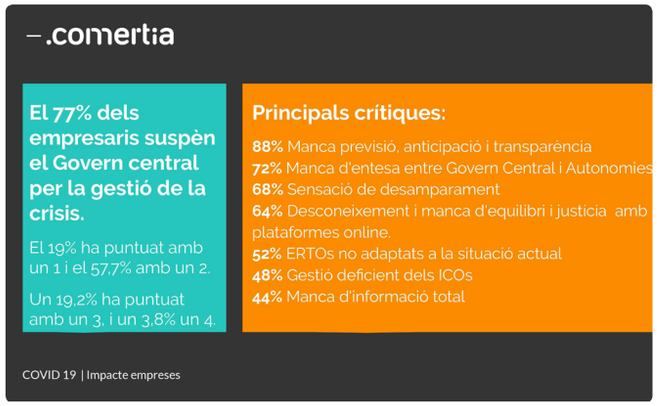
Malgrat ser un 'any horribilis' les cadenes de retail de Comertia han demostrat ser empreses consolidades i compromeses amb el territori. Si bé al mes d'abril van tancar 109 establiments, la resta de l'any s'han anat alternant obertures i tancaments, amb un total de 208 tancaments i 65 obertures, deixant un saldo negatiu, amb 143 establiments de Comertia menys que l'any anterior.

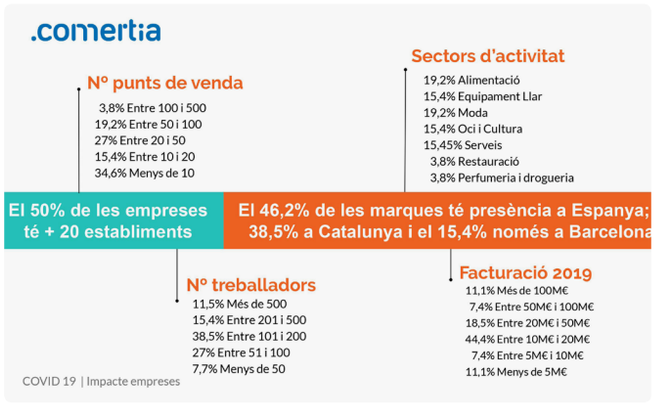
5.2. INFORME 'IMPACTE I SITUACIÓ EMPRESES RETAIL COVID-19'

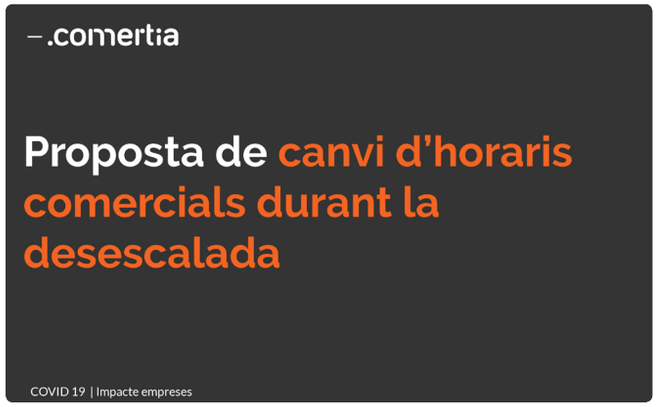
Per tal d'analitzar l'impacte econòmic de la COVID-19 i la situació de les empreses des de la declaració de l'Estat d'Alarma, el 13 de març de 2020, Comertia va realitzar un estudi entre les empreses associades.

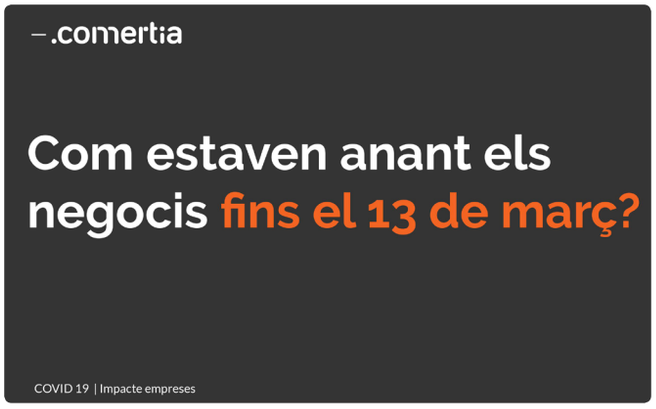
El període de realització de l'estudi va ser al mes de maig de 2020 i els resultats es van presentar a mitjans de comunicació.











LES PRINCIPALS CONCLUSIONS DE L'ESTUDI VAN SER:

Una de cada dues empreses de Comertia estava en creixement abans de la crisi.
Un 30% es mantenia igual, i un 19% estava tenint pèrdues.

El 81% de les empreses ha presentat ERTOs a causa de la crisis.
Un 11% ha fet noves contractacions i un 8% més manté estable la plantilla.

Amb data 29 de maig, només han cobrat els ERTOs el 37,5% dels treballadors.
El 62,5% està pendent de cobrament.

La negociació de les condicions de lloguer a carrer han estat més favorables (80%) que a centre comercial (20%). Les condicions més freqüents han estat reducció de 50% durant dos mesos. Les més favorables, condonació durant 1 o 2 mesos i reducció del preu fins a final de l'estat d'alarma. Els centres comercials encara en negociació amb operadors.

El Teletreball ha estat instaurat a les empreses de retail.
El 92% de les emprees l'ha posat en pràctica.

El 77% de les empreses ha sol·licitat crèdits (ICO/ICF): el 22% encara no l'ha cobrat.
El 61% ha demanat el crèdit per una quantia inferior al 10% de la facturació.

El 77% dels empresaris ha suspès al Govern central per la gestio de la crisis.
La manca de previsió, anticipació i transparència, la no entesa entre Governs,
i el desemparament empresarial han estat els aspectes més criticats.

Gairebé 2 de cada 3 empreses voldria avançar horari tancament a les 20h o abans durant la desescalada. Un 30% mantindria els horaris d'abans del 13-M.

La venda online es la gran aposta del retail, seguida de nous formats de venda com el telefònic, el delivery i el click&collect. Com a novetat, algunes empreses han començat a integrar assistència de venda online als seus dispositius.

El 42% de les empreses te previst ajustar la seva xarxa de punts de venda.
El 54% preveu mantenir-la igual.

El 88% de les empreses preveu vendes negatives aquest 2021 i el 50% d'aquestes, per sota del -30%. La variacio mitja de vendes 2020 vs 2019 es de -25%.
Nomes un 12% pronostica acabar l'any en positiu i en creixement.

Davant la crítica situació de les empreses de retail,

PRINCIPALS RECLAMACIONS PER PART DELS EMPRESARIS DE COMERTIA:

92%

Supressió d'impostos i taxes durant l'estat d'alarma

78%

Flexibilitat en la desafecció Dels ERTO i acomiadaments

Ajuts de finançament directes

Nova legislació d'arrendaments comercials, tant a centre comercial com a carrer

5.3. INFORME SECTORIAL DE REMUNERACIONS COMERTIA - CEINSA

Cada dos anys, Comertia col·labora amb l'empresa Ceinsa en l'elaboració de **l'Informe Sectorial de Remuneracions (ISR)**, un estudi que té com a objectiu oferir un diagnòstic de l'organització de recursos humans en el sector retail, l'evolució de les retribucions salarials i la detecció de noves posicions a les empreses de retail, i les seves principals funcions. L'elaboració d'aquest estudi es va realitzar durant el 2019 però es va presentar virtualment el 25 de març de 2020. La presentació de l'estudi va comptar amb la benvinguda del president de Comertia, el Sr. David Sánchez, la introducció de la Sra. Montserrat Ballarín, Regidora de Comerç, Mercats, Consum, Règim Intern i Hisenda de l'Ajuntament de Barcelona, la presentació a càrrec del Sr. Josep Capell, soci i director general de Ceinsa, i en la cloenda vam comptar amb la Sra. Muntsa Vilalta, Directora General de Comerç de la Generalitat de Catalunya.

La presentació a càrrec del Sr. Josep Capell, soci i director general de Ceinsa, va comptar amb la presència de la Sra. Montserrat Ballarín, Regidora de Comerç, Mercats, Consum, Règim Intern i Hisenda de l'Ajuntament de Barcelona, que va inaugurar l'acte i la Sra. Muntsa Vilalta, Directora General de Comerç de la Generalitat de Catalunya, encarregada de la cloenda.

L'Informe de Remuneracions Comertia-Ceinsa és l'eina de comparació retributiva de referència dins del retail, amb una **important incorporació de nous llocs**, en la línia del que està passant al sector.

La **dimensió** de les empreses **cada cop és més gran**, en nombre d'empleats/des i facturació. Aquest punt és estratègic pel sector. **La necessària professionalització, la creació de nous llocs més qualificats i la incorporació de perfils més qualificats en posicions de suport**, només es pot fer des del creixement de les empreses i/o des de la col·laboració de les organitzacions.

Important increment en l'edat mitja de les persones que treballen al sector. **Més del 50%** dels treballadors/es estan **entre els 40 i els 55 anys**. Aquest aspecte ens diu que

el sector ha estat capaç de retenir una part important del talent que es va incorporar fa uns anys (en el 2009 un 71% tenia menys de 40 anys) i que també ha sabut atraure professionals en la seva millor edat productiva. Això es veu reforçat si pensem que **el 77%** de la mostra **porta més de 7 anys** en l'empresa.

Entre els dos darrers estudis, 2017 i 2019, hi ha hagut posicions amb un important creixement salarial**, destacant el Director/a de Logística, amb un augment del 17%.** En un moment on la incorporació de noves posicions qualificades i el canvi en el model de negoci portaran tensions en els marges, seran claus aquelles posicions que desplaçaments, magatzems, etc., així com la gestió de processos relacionats amb la venda online.

Si tenim en compte l'IPC acumulat en el període 2009 – 2019 **les posicions de les botigues (Responsable i Venedor) estan molt ajustades o han perdut poder adquisitiu.** Aquest fet s'ha produït en el mercat en general, sobretot en les posicions directives i de comandaments. En altres sectors força més sindicalitzats, la pèrdua de poder adquisitiu del personal general ha estat menor.

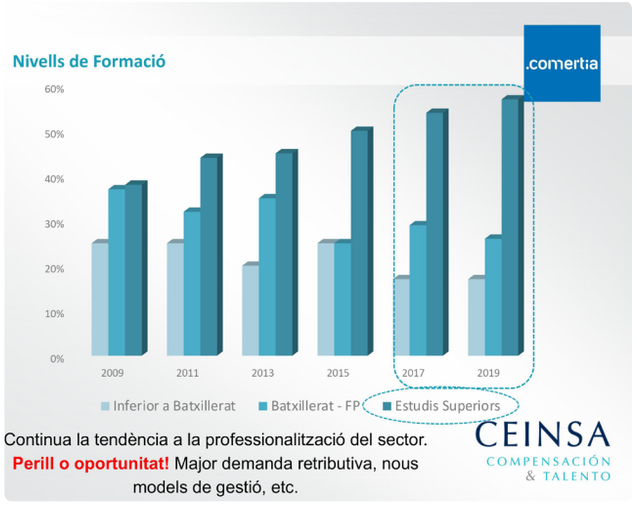
Les posicions més tècniques s'han vist molt més revaloritzades que altres posicions amb menys formació, així el/la Venedor/a Tècnic, en el període 2009 – 2019, ha crescut un 21% respecte al salari d'un/a Venedor/a. La més que possible incorporació de posicions com el ***Customer Experience***, amb un salari teòric molt superior, farà replantejar l'estructura de les botigues**. Menys gent i més qualificada?**

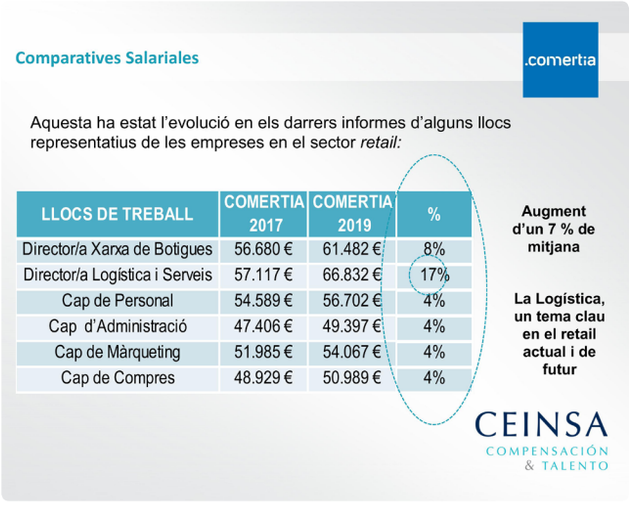
Una de les posicions que més ha vist augmentar el seu salari en els darrers anys, ha estat la de Tècnic/a Postvenda. La fidelització del client/a ens ha mostrat que la venda no s'acaba en el moment del cobrament, al contrari, l'atenció posterior és clau en aquest procés. L'aparició de posicions com el ***Customer Service***, encara amb un salari teòric més alt, reforçarà aquesta tendència en els propers anys.

La **professionalització del sector** es veu clarament **amb la incorporació a l'Informe de posicions com Director/a Financer, Director/a RRHH, Controller, etc**.

A més a més, aquestes posicions tenen un important creixement salarial per a equiparar-se amb el mercat. **Destaquen les posicions de Director/a d'Expansió i Director/a de Logística amb creixements d'un 15% i un 17% respectivament en només 2 anys (entre els estudis de 2017 i 2019).**

En aquest nou escenari, **la col·laboració entre organitzacions, entre elles o a través d'associacions com Comertia serà estratègica** en els propers anys, **per ajudar a la transformació del sector** i a la incorporació de posicions que, si hi ha valentia, poden ser compartides: **tècnic/a big data, tècnic/a en ciberseguretat, serveis postvenda, logística, etc.**





5.4. COL·LECCIÓ MANAGEMENT COMERTIA RETAIL

La Col·lecció Management Comertia Retail incorpora per ara els següents títols:

01

GESTIÓ A L'EMPRESA FAMILIAR DE COMERÇ

Recopilació de pensament i experiència de persones especialistes en temes d'interès per a tota empresa comercial.

1ª EDICIÓ DESEMBRE DEL 2003

2ª EDICIÓ GENER DE 2004

02

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

03

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

04

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

05

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

06

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

07

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

08

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

09

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

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

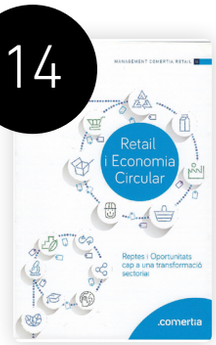
Recull de punts de vista al voltant de 'la nova era del retail' que ajuden a reflexionar sobre com innovar en comerç, davant l'evolució constant i imparable de les noves tecnologies que condiciona els hàbits de compra dels consumidors. EDITAT AL 2014

13

SMART RETAIL

Aquest volum recull la visió de diferents experts sobre les principals àrees d'especialització que infereixen en Smart retail, per tal d'acompanyarvos 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

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.

EDITAT AL 2016

15

UN NOU RETAIL

Aquest llibre recull la publicació d'un estudi elaborat per la consultora Hamilton Global, amb la voluntat d'obtenir una aproximació de les macros tendències que perduraran en el retail en un horitzó temporal de 5-8 anys. EDITAT AL 2017

16

RETAIL I VALORS

Aquest volum conté una selecció de 40 casos de marques de retail rellevants d'Europa i del món, que fan bandera dels seus "Valors com a factor de competitivitat".

EDITAT AL 2018

17

VIVINT EN TRANSICIÓ

La consultora fundada per Xavier Marcet, Lead to Change, especialitzada en innovació estratègica, ha estat l'autora d'aquest llibre. El contingut parteix de la reflexió sobre quins vectors de la gestió empresarial actual cal canviar i quins han de romandre igual per aprendre a "viure en transició", a partir de l'exemplificació de casos reals d'empreses de retail.

EDITAT AL 2019

5.5. 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.

6

ACTIVITATS DE PROSPECCIÓ I APRENENTATGE

6. ACTIVITATS DE PROSPECCIÓ I APRENENTATGE

En aquest any de pandèmia, l'entitat va decidir reconvertir el BRE (Business Retail Experience) Comertia que es celebra anualment per visitar alguna ciutat de referència en retail, en un estudi per analitzar les tendències del sector, més enllà de les nostres fronteres.

Amb aquesta premissa va encarregar l'estudi "Noves perspectives, noves mirades" per acostar als empresaris de Comertia altres realitats que tenen lloc arreu del món, sense sortir de l'oficina.

6.1. ESTUDI 'NOVES PERSPECTIVES, NOVES MIRADES'

L'objectiu d'aquest estudi va ser fotografiar en quin moment es troba el sector retail més enllà de Catalunya. En aquesta línia, els objectius específics d'aquest viatge d'anàlisi i inspiració són:

- Radiografiar un sector en plena transformació: el sector del comerç minorista després de l'impacte i les conseqüències de la COVID-19.
- Trobar uns eixos sobre els quals s'estructurarà el futur del retail.
- Presentar casos d'èxit a Europa.
- Detectar oportunitats i recomanacions de negoci per a un sector del retail saludable.

I per aconseguir-ho, s'ha dut a terme un anàlisi global amb un enfocament europeu sobre 5 ciutats claus: Londres, Berlín, Copenhaguen, Estocolm i Oslo.

Per tal de cobrir amb profunditat els objectius plantejats,

A L'ESTUDI S'HAN ABORDAT TRES METODOLOGIES:

DESK RESEARCH: ANÀLISI DEL CONTEXT, TENDÈNCIES I CASOS D'ÈXIT EUROPEUS MÉS RELLEVANTS QUE ESTAN CANVIANT EL SECTOR DEL RETAIL.

INSIDERS LOCALS: CONVERSES I ANÀLISI D'INFORMES DE TENDÈNCIES PROPORCIONATS PER ANALISTES DE TENDÈNCIES LOCALS QUE ENS DESCRIUEN ELS CASOS D'ÈXIT MÉS INTERESSANTS DE LA SEVA CIUTAT.

EXPERTS: UN INTERCANVI D'INFORMACIÓ I EXPERIÈNCIES SOBRE ELS DIFERENTS TEMES QUE ENVOLTEN EL RETAIL A DIA D'AVUI, A TRAVÉS D'ENTREVISTES A PROFESSIONALS I LÍDERS D'OPINIÓ AMB EL PROPÒSIT D'INTEGRAR UNA PERSPECTIVA VISIONÀRIA DE LA INDÚSTRIA.

En un moment històric com aquest, on els negocis s'han hagut d'adaptar a les noves maneres de viure, plantejant noves solucions per mitigar els escenaris negatius i aprofitar les oportunitats d'aquesta nova realitat és crucial analitzar el present per entendre els nous consumidors, iniciatives i propostes emergents.

7

RELACIONS INSTITUCIONALS

7. RELACIONS INSTITUCIONALS

7.1. REUNIONS COMERTIA

Aquest ha estat un any especialment intens en matèria de lobby, amb reunions constants amb les administracions, amb associacions i amb institucions empresarials amb l'objectiu de cercar contínuament un equilibri entre la seguretat sanitària i la viabilitat de les empreses, així com per conèixer de primera mà les diferents mesures que s'anaven prenent per combatre la pandèmia pel que fa a les restriccions al sector del comerç i la restauració.

Un any d'aliances, de fer pinya, d'anar tots a una per defensar la supervivència del teixit empresarial del retail i del màxim nombre de treballadors.

Així ens hem reunit amb el M. Hble. Sr. Quim Torra, president de la Generalitat, l'Hble. Sr. Ramon Tremosa, conseller d'Empresa i Coneixement, Hble. Sra. Alba Vergés, consellera de Salut, el secretari general de Salut, Marc Ramentol, el Sr. Josep Maria Argimon, secretari de Salut Pública, la Sra. Bet Abad, secretària general d'Interior, entre altres.

Pel que fa a l'àmbit municipal hem tingut reunions amb l'Excma. Sra. Ada Colau, alcaldessa de Barcelona, l'Il·lm. Sr. Jaume Collboni, primer tinent d'alcalde i amb la regidora de Comerç, Consum, Mercats i Hisenda, la Sra. Montse Ballarín, per conèixer les diferents mesures preses en l'àmbit de Barcelona.

A continuació fem un recull de les activitats més destacades de l'agenda de Comertia.

GENER

14 DE FEBRER

Comertia es reuneix amb l'Ajuntament de Barcelona per avaluar les conseqüències econòmiques de l'anul·lació del MWC

L'Ajuntament de Barcelona i els agents econòmics i socials es van reunir per avaluar les conseqüències eco-

nòmiques de la suspensió del Mobile World Congress i buscar noves oportunitats per pal·liar les pèrdues. La idea va ser recuperar la Barcelona Opportunity Week i el compromís per part de tots els convocats de treballar per a mantenir totes les activitats previstes paral·leles al congrés.

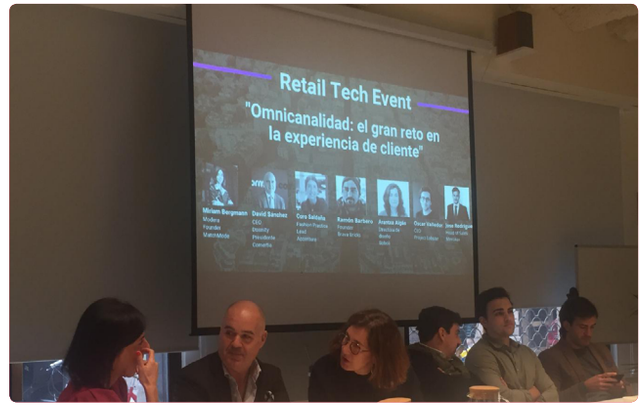
24 I 25 DE FEBRER

Comertia col·labora en l'organització del Retail Tech Barcelona, celebrat al recinte The Valley

Les empreses associades a Comertia, Bóboli, Bon Preu, Dormity, Plusfresc i Udon, participen com a ponents.

En el marc de l'esdeveniment Retail Tech celebrat a Barcelona per pal·liar la cancel·lació del Moble World Congress, Comertia va col·laborar en l'organització de dues taules de retail.

El dimarts 24 de febrer va tenir lloc un debat sobre Omnicanalitat en retail, on van participar Arancha Algás, co-directora general de Boboli i David Sánchez, CEO de Dormity i president de Comertia. A la taula van debatre sobre la importància de conèixer i analitzar quins són els canals més adients per al nostre segment de producte i/o servei. A l'hora també es va incidir en què cal saber comunicar per igual a través de tots els canals de contacte amb el client. Es va debatre sobre si s'han d'oferir les mateixes ofertes a tots els canals o no, i finalment, en saber triar quins canals són estratègics i a quins potser no val la pena ser-hi.



Per altra banda, dimecres 25 de febrer, el president de Comertia, David Sánchez, va moderar una taula sobre Retail&Valors on van participar les empreses Bon Preu, Plusfresc i Udon, compartint taula amb Blainebox, Ethical Time i Huertos in the Sky.

4 DE MARÇ

Comertia assisteix al congrés European Retail Day amb Retailcat Fundació Barcelona Comerç i Cecot Comerç

Es va celebrar per segon any consecutiu a Brussel·les el congrés **"European Retail Day"**, una iniciativa conjunta d'EuroCommerce, la taula rodona europea de retail, i Euro Coop, el retail europeu independent.

Al congrés van assistir la directora general de Comertia,

Elisabet Vilalta, juntament amb la Laura López i Joan Carles Calbet (Retailcat), Alfons Barti i Salva Vendrell (Fundació Barcelona Comerç), Cristina Escudé (CecotComerç) i Joan Morera (CCAM).

El congrés es va centrar en les dues temàtiques centrals de tendència per al sector retail: la sostenibilitat i la digitalització. Ponents de primer nivell van analitzar com aquestes dues grans tendències canvien el sector retail i què signifiquen per als consumidors i les seves decisions de compra.

8 DE MAIG

Comertia assisteix a la reunió del sector comerç amb el M. Hble. President Torra

Comertia va participar en la trobada del sector del Comerç amb el president de la Generalitat, Quim Torra, i la consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón. Durant la trobada el president va anunciar la posada en marxa del Pla de Xoc i reactivació del comerç post COVID-19, que s'articula en tres vectors:

- Incentivació de la demanada
- Reactivació de l'oferta/empreses
- Revitalització dels centres urbans

El Pla dissenyat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat, inclou mesures econòmiques i financeres, de prevenció i seguretat, de reactivació de negoci i d'informació i comunicació.

23 DE MARÇ

Comertia es reuneix amb Economia i Hisenda i ICF

Amb la voluntat d'abordar el problema de finançament de les empreses de retail Comertia, el president i la directora general es van reunir el passat 23 de març amb Albert Castellanos, secretari general del Departament de Vicepresidència i d'Economia i Hisenda, amb el Conseller Delegat de l'Institut Català de Finances, Josep Ramon Sanromà i amb la directora general, Anna Álvarez. L'objectiu de la reunió va ser transmetre la necessitat d'injecció de liquiditat urgent per poder fer front a uns mesos de vendes nul·les i/o descens.

29 DE MAIG

El president de Comertia participa a la Llotja Virtual, conferència organitzada per la Cambra de Comerç

Sota el títol de **"Mirem endavant, adaptem-nos: client, digitalització i mesures de futur**" la sessió organitzada per la Cambra de Comerç de Barcelona, amb l'objectiu d'abordar els tres factors fonamentals que ha de tenir en compte el sector en els propers mesos i propers anys:

- La digitalització dels negocis
- una interrelació física diferent amb el client, i
- la importànica del treball en equip entre sectors empresarials i administracions

En la sessió, van participar els presidents de quatre entitats representatives del comerç i la restauració a Catalunya: Comertia, Barcelona Oberta, Barcelona Comerç i Gremi de Restauració.

4 DE JUNY

El president de Comertia, David Sánchez, participa com a ponent en el Webinar del sector Comercial de la Cambra de Comerç Brasil – Espanya

Per conèixer la situació del sector comercial al Brasil i Espanya, la Cambra de Comerç Brasil i Espanya va organitzar un webinar comercial, convidant els representants de les associacions sectorials més rellevants en tots dos països, que van oferir una visió panoràmica del sector i les seves perspectives de cara a aquesta nova era que planeja sobre els consumidors.

En el primer bloc sobre la situació actual del sector comercial a Espanya, van participar Julian Ruiz, Coordinador de la Confederación Española de Comercio i Secretari General de CECOBI, i David Sánchez, President de Comertia.

ACCEDIR A LA SESSIÓ: https://youtu.be/r7l-IV1k40E

5 DE JUNY

Joan Carles Calbet, president de Retailcat, compareix al Congrés dels Diputats de Madrid per proposar una sèrie de mesures per a les empreses

Joan Carles Calbet, president de Retailcat, entitat a la que pertany Comertia, va comparèixer en la Comissió d'Indústria, Comerç i Turisme del Congrés dels Diputats. En la seva ponència, va destacar la importància del retail per al conjunt de l'economia espanyola, i va donar a conèixer quines mesures necessiten les empreses del sector, referenciant exemples que han pres altres països per ajudar al sector privat.

JUNY

Les principals associacions del comerç demanen al govern central la reforma del RDL 15/2020 per equilibrar negociacions entre arrendadors i arrendataris

Comertia participa d'un comunicat conjunt amb altres entitats de comerç ACOTEX, AMICCA, ANCECO, BASE, EURELIA i Marcas de Restauración per reivindicar la urgència de les empreses i reforçar el lobby a Madrid. Comertia va mantenir nombroses reunions amb entitats empresarials de l'hostaleria, la restauració, el comerç i la gran distribució per defensar grans temes com: ERTO, lloguers comercials i ajuts directes, entre altres.

9 JULIOL

Comertia és una de les 40 entitats adherides a Foment contra el Pla de Mobilitat de l'Ajuntament de Barcelona

Sota el lideratge de Foment del Treball, Comertia ha assistit a les diferents reunions amb representants dels diferents partits polítics, així com a l'acte de protesta que va tenir lloc a la seu de Foment el 9 de juliol.

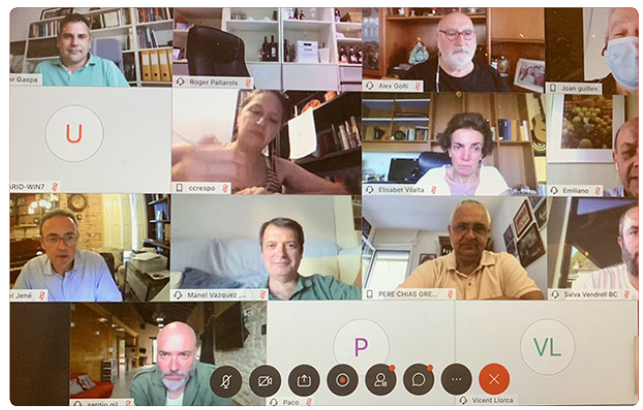
El "Manifest per una ciutat de present i de futur" compta amb l'adhesió de 40 entitats dels sectors econòmics per qüestionar la validesa del pla de mobilitat de l'Ajuntament de Barcelona. El manifest està representat per un 80% d'empreses del sector comercial, turístic i mobilitat i automoció, que donen feina a més de 200.000 persones i famílies. Amb aquest manifest, es va sol·licitar reunions amb l'Alcaldessa amb tres peticions: diàleg amb els sectors afectats, oferta d'alternatives i consens a 3 anys vista.

15 DE JULIOL

Comertia és membre de la Taula Plàstic Zero

En el marc del Residu Zero i la Declaració d'Emergència Climàtica, l'Ajuntament de Barcelona vol avançar en el desenvolupament d'una estratègia de reducció efectiva del plàstic d'un sol ús a la ciutat. Amb aquesta finalitat es va constituir la taula de treball multisectorial Plàstic Zero com a grup de treball del Consell Ciutadà per la Sostenibilitat en el marc de l'Estratègia Residu Zero i la declaració d'Emergència Climàtica de Barcelona.

16 DE JULIOL

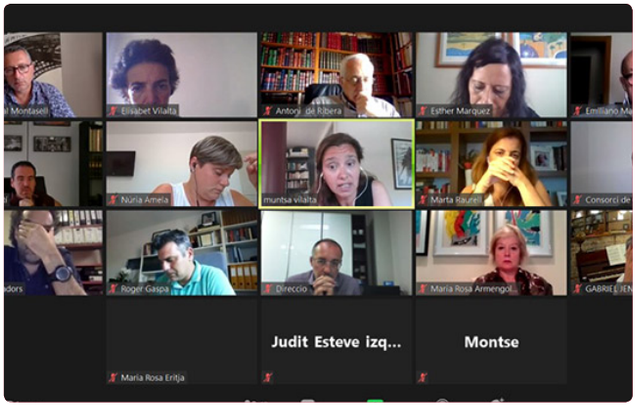


El sector comerç i restauració de Barcelona es reuneixen amb la Regidora de Comerç, Montserrat Ballarín

Representants del sector es reuneixen amb la Regidora de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona, Montserrat Ba-

llarín, per traslladar la preocupació del comerç i la restauració davant els nous brots de la pandèmia a Barcelona i les mesures de recomanació anunciades per part de l'administració. Es demana seguretat i recolzament per evitar impactar l'activitat econòmica.

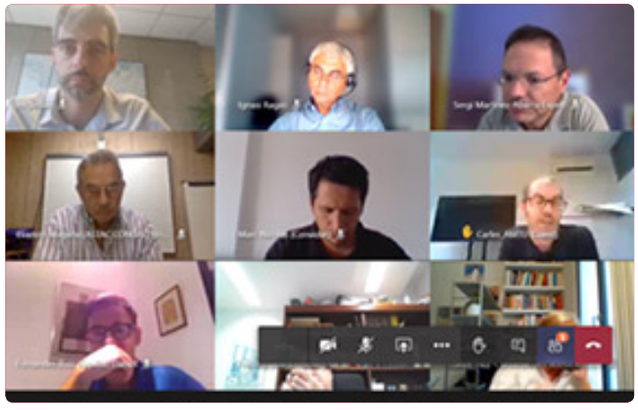
21 DE JULIOL



Reunió del sector comerç amb la CCAM

Els diferents representants del sector expressen la seva preocupació davant de les mesures preses per part del govern de la Generalitat. El sector trasllada a la CCAM que no es pot tancar el comerç i la restauració cada vegada que hi hagi rebrots. Calen proves massives de TCR's, rastrejadors, i seguretat en el comerç i la restauració. És una situació de desesperació davant la baixada de tràfic de clients d'entre el 30 i el 50%. Des del sector es demana més coordinació interna dins l'Administració, més recursos per les empreses i les FAQ del sector que pugui ser validat pel Procicat.

22 JULIOL



Sessió de Treball: Distribució Urbana de Mercaderies (DUM) - Sobre zones urbanes de càrrega i descàrrega

Comertia va participar a la sessió de treball de la Taula del Sector Logístic de la Regió Metropolitana de Barcelona i del Pla Director de Mobilitat de la Regió Metropolitana de Barcelona 2020-2025, sobre les zones urbanes de càrrega i descàrrega que impulsen des de l'ATM dins del grup de treball de la distribució urbana de mercaderies (DUM).

23 DE JULIOL

Comertia i entitats del sector es reuneixen amb la Consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón i la Secretària

General de Salut Pública, Laura Pelay

A partir de les recomanacions de l'Administració Pública fetes divendres 17 de juliol, sobre no sortir de casa i l'ambigüitat sobre l'obertura amb cita prèvia o no per part del comerç, els sector comerç i restauració han patit una davallada de vendes i han fet revifar l'estat d'alarma de l'economia. Des del sector retail també es van demanar ajuts dels fons econòmics d'Europa.

DARRER TRIMESTRE DE 2020

Al llarg del darrer trimestre, i especialment amb motiu de l'afectació que va tenir pel sector comerç i restauració el pla de desescalada elaborat pel Govern de la Generalitat, Comertia ha mantingut relacions constants amb l'Administració per fer-los arribar la situació de les empreses i traslladar-los peticions concretes per salvar empreses i llocs de treball. En funció del context d'urgència per a les empreses, Comertia ha anat prioritzant les seves peticions. En aquest darrer trimestre els sectors més afectats han estat la restauració, els comerciants amb botigues als centres comercials així com aquells altres comerços afectats pel confinament perimetral. És en aquests eixos on l'entitat ha centrat la seva activitat.

16 OCTUBRE

Comertia recolza i participa en la manifestació secundada pel Gremi de Restauració

El 16 d'octubre el Gremi de Restauració va organitzar una manifestació multitudinària davant del Palau de la Generalitat en contra de les restriccions del sector, donant dades de les pèrdues milionàries i de llocs de treball, i exigint la reobertura immediata dels negocis a Barcelona. Comertia va participar en la manifestació en representació de les empreses del sector adherides a l'entitat.

16 D'OCTUBRE

Reunió amb l'Ajuntament de Barcelona

Comertia va participar en una reunió amb el primer tinent d'Alcalde, Jaume Collboni i la regidora de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona, Montserrat Ballarin per fer seguiment de la situació derivada de les noves mesures sanitàries aplicades per a la contenció de la COVID-19 així com per fer-los partícips de la situació crítica que estan vivint les empreses associades, especialment la restauració, i demanar el seu suport per a que les decisions sobre la pandèmia que afectin al comerç es prenguin en línia i amb el menor impacte per a l'economia.

19 D'OCTUBRE

Reunió sectorial amb el nou Conseller d'Economia i Coneixement

Es va celebrar la primera reunió sectorial amb el nou Conseller d'Economia i Coneixement, Ramon Tremosa, a qui també van adreçar el malestar empresarial general per la gestió de l'economia en aquest temps de pandèmia, així com la petició concreta de reobertura imminent del sector restauració, i la col·laboració en tres palanques de retail: laboral, lloguers comercials i finançament.

23 D'OCTUBRE

Reunió amb el Secretari d'Empresa i Ocupació

Comertia es va reunir amb el Secretari d'Empresa i Ocupació, Jordi Cabrafiga, en aquest cas per posar-lo al corrent de la situació empresarial del sector, amb dades reals de vendes i estructura, i fer-los arribar peticions concretes sobre l'àmbit laboral, econòmic, ajuts europeus i normatives de lloguers de locals.

29 D'OCTUBRE

Reunió amb ERC

Comertia va mantenir una reunió amb el líder municipal d'ERC, Ernest Maragall, i el regidor Jordi Castellana, novament per traslladar la situació crítica que viu el retail, amb l'objectiu de trobar vies de col·laboració per a salvar el sector.

10 DE NOVEMBRE 2020

Comertia es reuneix amb Eva Menor per establir vies d'impuls del teixit comercial

El 10 de novembre Comertia es va reunir amb Eva Menor, diputada de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç de la Diputació de Barcelona per presentar l'entitat, i abordar conjuntament temes com els APEUs, la digitalització de les empreses de comerç així com treballar els reptes actuals per impulsar el comerç de l'àrea metropolitana de Barcelona i incentivar la recuperació del seu teixit comercial.

10 DE NOVEMBRE

Comertia es reuneix amb l'Alcaldessa Ada Colau

Comertia va mantenir una reunió amb l'Alcadessa Ada Colau per presentar la situació actual de l'entitat amb les dades de l'indicador de retail assenyalant vuit mesos de descens de vendes. Des de l'entitat, es va demanar al Consistori col·laboració i implicació en aquelles decisions de millora de la ciutat que tenen una repercussió directa en el sector comerç, tals com la seguretat, la gestió de la mobilitat, la logística inversa, la generació d'un clima adequat per reactivar la demanda i transformar en despesa l'estalvi dels residents, dotar la ciutat intel·ligent que la faci atractiva per visitants i còmode per a residents, entre altres.

Els empresaris de Comertia organitzen activament tres manifestacions per reivindicar la reobertura de les botigues ubicades a centres comercials

Les botigues de centres comercials han estat les grans perjudicades en el darrer pla de desescalada. El seu tan-

cament ha suposat unes pèrdues milionàries en ple mes de campanya de Nadal i Black Friday i ha situat a moltes empreses en situació de risc de tancament.

El dia 20 de novembre va tenir lloc la primera concentració a l'Illa Diagonal de Barcelona; el 23 de novembre a La Maquinista, i el 9 de desembre a la plaça Sant Jaume, davant del Palau de la Generalitat. Aquesta darrera concentració va ser recolzada per part d'una vintena d'entitats empresarials i de retail.

Sota el lema "Les botigues dels centres comercials també SOM COMERÇ!" empresaris i treballadors van omplir el 9 de desembre la plaça Sant Jaume per reclamar la reobertura immediata de les botigues dels centres comercials per a salvar empreses i llocs de treball.

Catalunya, i algunes províncies de Castella i Lleó, van ser els únics territoris de tota Europa amb les botigues dels centres comercials tancades en aquestes dates tan assenyalades.

20 DE NOVEMBRE

Comertia es reuneix amb el departament de Vicepresidència i d'Economia i Hisenda

Comertia es va reunir amb Albert Castellanos, Secretari General del Departament de la Vicepresidència i d'Economia i Hisenda, per traslladar-los temes d'urgència per contribuir a pal·liar la greu situació que pateixen les empreses:

- Permetre la reobertura dels centres comercials amb un 30% d'aforament (tant establiments com pàrquings). Les zones comuns tancades.
- Permetre que la restauració pugui fer dos serveis (dinar i sopar) i els restaurants estiguin oberts fins a les 22h de la nit amb un 30% d'aforament.
- Permetre la reobertura dels cinemes amb un 30% d'aforament.

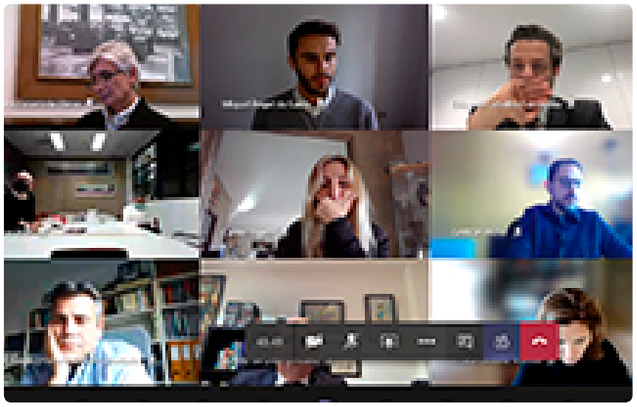
26 DE NOVEMBRE

Comertia assisteix a l'acte d'encesa de llums de Nadal 2020 de Barcelona

Comertia va assistir a l'acte d'encesa de l'enllumenat de Nadal, aquest any celebrat al districte del Born, de la mà de la ballarina i coreògrafa Sol Picó. Comertia ha participat durant els sis últims mesos amb altres entitats de comerç

en l'elaboració de la campanya de Nadal de l'Ajuntament de Barcelona, per treballar conjuntament en el programa i agenda d'actes per aquestes dates.

3 DE DESEMBRE

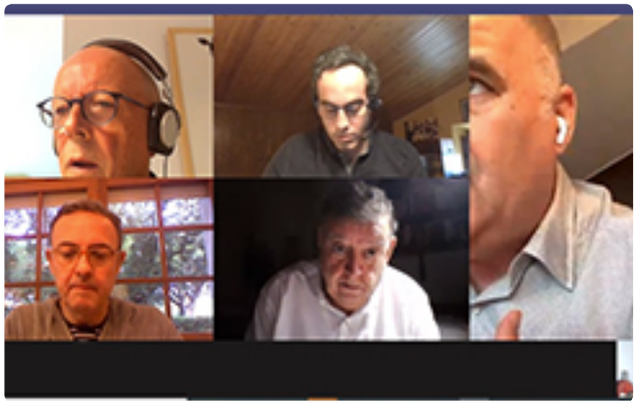


Reunió del sector empresarial i comercial amb representants del Govern

El passat dia 3 de desembre, el Govern va convocar el sector empresarial i comercial en bloc per comunicar-los la impossibilitat de passar a Fase 2 i el manteniment dels centres comercials tancats. En una data crucial per poder salvar les vendes del pont de la Puríssima, el sector empresarial i comercial van demanar urgentment que reconsideressin la reobertura dels centres comercials.

A les reunions de sector assisteixen per part del Govern, el mateix president en funcions, Pere Aragonès; per part de Salut, la Consellera Alba Vergès i el portaveu de salut Josep Maria Argimon, i per part de la Conselleria d'Empresa i Coneixement, Ramon Tremosa, Jordi Cabrafiga i Muntsa Vilalta. Per part del sector, assisteixen totes les entitats comercials de Catalunya.

8 DESEMBRE



Comertia celebra una reunió d'urgència amb el Departament de Salut

Davant la gravetat de la situació que estan patint les empreses amb el tancament de botigues a centres comercials, i amb les aglomeracions viscudes durant el pont de la Puríssima a les botigues dels principals carrers comercials de Barcelona, Comertia va sol·licitar al Departament de Salut una reunió d'urgència que es va celebrar el dimarts 8 de desembre, per demanar l'avançament de la Fase 2, o en el seu defecte, a una Fase 1.5, que permeti la reobertura dels centres comercials per salvar les empreses i llocs de treball, evitar aglomeracions i com a conseqüència, més contagis.

9 DE DESEMBRE

Manifestació Plaça Sant Jaume per demanar reobertura Centres Comercials i reunió posterior amb l'Ajuntament de Barcelona

Comertia amb la col·laboració de 20 entitats més organitza una concentració per llegir un Manifest del sector, davant la urgència i necessitat de reobrir botigues a centres comercials, tot defensant la seguretat d'aquests establiments i les opcions de controlar l'aforament a temps real. Acabada la manifestació, van mantenir una reunió amb el Primer Tinent d'Alcalde Jaume Collboni, per demanar el seu suport.

16 DE DESEMBRE

Comertia es reuneix amb la Secretaria de Estado de Comercio, Sra. Xiana Margarida Méndez

El president de Comertia, David Sánchez i la directora, Elisabet Vilalta es van reunir amb la Secretaria de Estado de Comercio, Sr. Xiana Margarida Méndez, per transmetre-li l'extrema situació que estaven patint un nombre molt elevat de les empreses familiars catalanes.

Les principals palanques per ajudar a la recuperació del nostre sector:

LABORAL

- ERTO'S: manteniment d'ERTO's amb exoneracions.
- Acomiadaments: és molt necessari poder acomiadar.

LLOGUERS

- Regulació dels lloguers en base a les vendes.
- El decret 34/2020 ajuda molt però cal recordar que hem viscut 6 mesos amb una asfixia del sector i on s'ha pogut negociar amb alguns propietaris però altres son molt estrictes i no cedeixen pràcticament en res (grans tenedors). S'estan executant avals sense comunicar.

FINANÇAMENT

- Finançament: demanem finançament ràpid i àgil. Accés a finançament a llarg termini amb carència fins a la fi de COVID.
- Ajuts directes al sector (empreses que estan patint molt directament).

17 DE DESEMBRE

Comertia assisteix a la manifestació de les Agències de Viatges

Comertia ofereix el seu suport a la manifestació convocada per les agències de viatges davant del Palau de la Generalitat, per reclamar ajuts directes per poder garantir la seva supervivència davant d'un sector totalment parat a causa de la paràlisi de viatges i turisme.

24 DE DESEMBRE

Entra en vigor la Llei 15/2020 de les àrees de promoció econòmica urbana DOGC núm. 8303

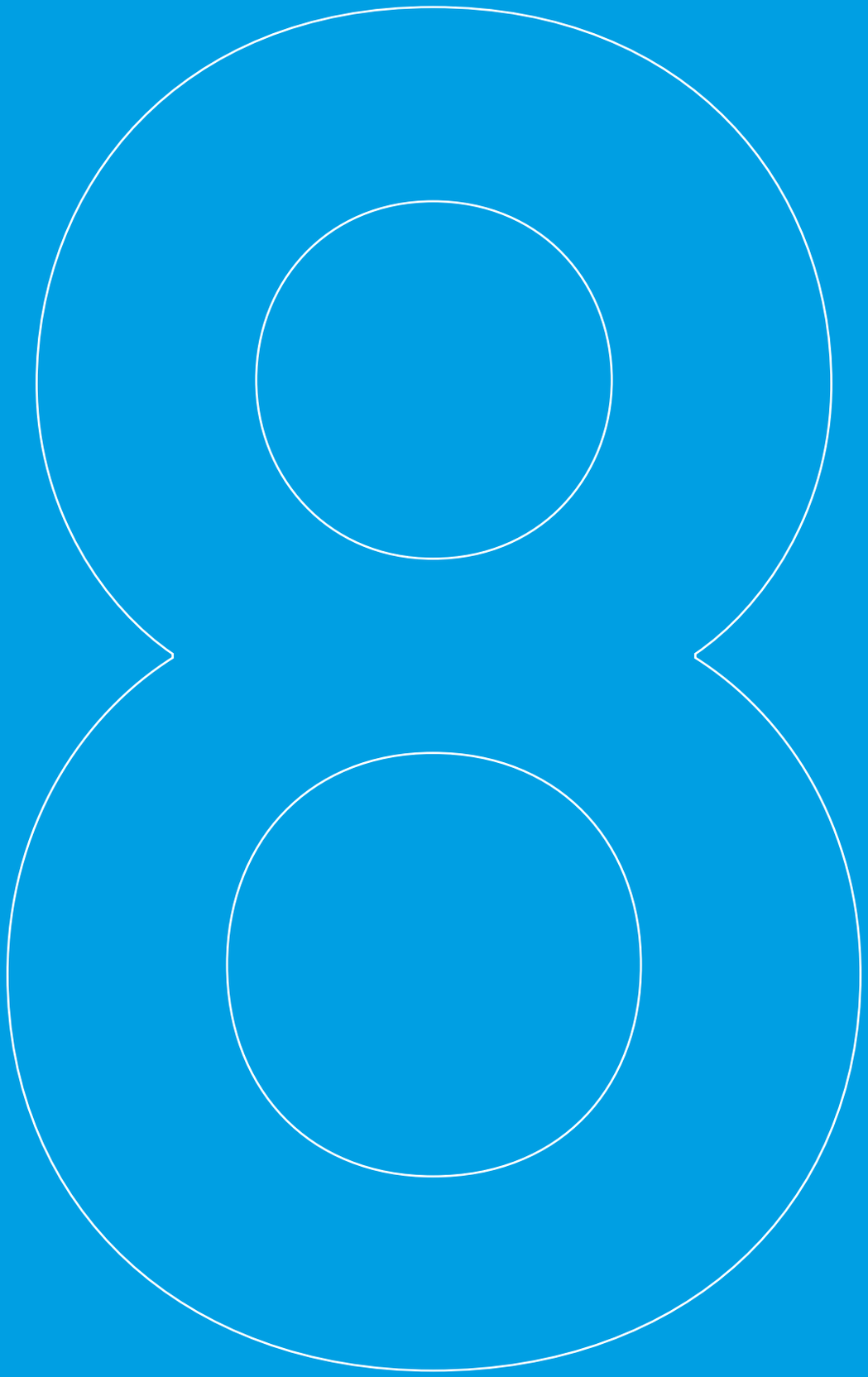
El dia 21 de desembre, la Generalitat a les associacions de comerç per presentar la Llei de les APEUs. A Catalunya, les APEU estan regulades per la Llei 15/2020, del 22 de desembre, de les àrees de promoció econòmica urbana, que va ser aprovada pel Parlament amb el 88% de vots a favor. Una Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) és una àrea geogràfica ben delimitada, d'un o diversos municipis, on les activitats empresarials i l'administració local es posen d'acord per promoure i dinamitzar la zona a partir d'un pla d'acció que s'ha d'adequar a les finalitats d'interès general.

L'Oficina tècnica d'assessorament per a les APEUs és el servei creat per la Direcció General de Comerç i del Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) per difondre aquest model de gestió, resoldre dubtes al respecte i acompanyar les associacions, empreses i administracions en el desenvolupament d'aquesta nova eina de col·laboració público-privada.

PLATAFORMA EN DEFENSA DELS LLOGUERS COMERCIALS

La negociació dels lloguers dels locals comercials ha estat una de les principals preocupacions que s'han vist obligades a afrontar les empreses. Amb l'objectiu de fer lobby conjunt es va crear una plataforma juntament amb altres associacions de retail (Amicca, Anceco, Eurelia, Acotex, CEC, Marcas de Restauración i Comertia) amb l'objectiu d'aconseguir un equilibri entre arrendador i arrendatari. Ens hem reunit amb diferents representants dels grups parlamentaris al congrés de diputats:

- **21 d'abril:** Reunió amb representants del Grup Parlamentari de Ciutadans al Congrés dels Diputats.
- **7 maig:** Reunió amb Carles Ruíz, secretari executiu d'Indústria, Comerç i Turisme de l'Executiva del PSOE.
- **8 maig:** Reunió amb la secretària d'Estat de Comerç, Sra. Xiana Mendez.
- **11 de maig:** Reunió amb representants del Grup Parlamentari Popular al Senat.
- **15 de maig:** Reunió amb representants del Grup Parlamentari Popular al Congrés dels Diputats.
- **25 maig:** Reunió amb el diputat de Junts per Catalunya Ferran Bel, membre de la comissió de comerç del Congrés.
- **26 maig:** Reunió amb el Sr. Joan Capdevila, diputat d'ERC, president de la Comissió de Comerç del Congrés dels Diputats.
- **23 de juny:** Reunió amb representants del grup parlamentari de Ciutadans al Congrés dels Diputats.
- **22 de setembre:** Reunió amb representants del Grup Popular al Senat.



8

COMUNICACIÓ COMERTIA

8. COMUNICACIÓ

Comertia disposa d'un pla de comunicació interna i externa que contempla diverses eines i tècniques de comunicació amb els seus públics. En la comunicació interna situaríem la comunicació amb els socis adherits a l'entitat i, a l'externa, la resta de públics amb qui té contacte Comertia, des de polítics, administració pública, escoles i universitats, empreses proveïdores, socis col·laboradors, o mitjans de comunicació, entre d'altres.

Les diferents tècniques de comunicació que disposa l'entitat permeten establir un diàleg en funció de cada tipologia de públic.

Des de la vessant interna, Comertia gestiona un volum important d'informació. Amb la voluntat de potenciar i fer arribar d'una forma ordenada i sistematitzada aquesta informació als socis, l'entitat ha posat en marxa un pla estratègic de digitalització i millora de la comunicació amb els seus públics, que ha vist la llum aquest any 2020.

8.1. COMUNICACIÓ INTERNA

OBJECTIUS

- Informar i promoure la participació activa dels socis
- Informar als socis de tota l'activitat que es genera a Comertia.
- Establir un diàleg continuat amb els membres.
- Generar sentiment de pertinença al grup i augmentar la satisfacció.

FUNCIONS

- Aportar informació d'interès i a temps als socis.
- Fer extensives consultes i peticions dels socis.
- Enviament de convocatòries i activitats de Comertia, seguiment de recepció i confirmació d'assistència.
- Canalitzar adequadament la informació que arriba a Comertia.

PRINCIPALS CANALS DE COMUNICACIÓ:

Correu electrònic

En funció de la informació a transmetre als socis, classifiquem la comunicació en els següents apartats:

- **COMERTIA ACTES:** convocatòria dels tallers, dinars i actes organitzats per Comertia, així com els resums de cada activitat celebrada.
- **COMERTIA AGENDA:** informació sobre actes de Comertia i del sector retail (jornades, seminaris, congressos nacionals i internacionals...), així com propostes de Formació. Enviament setmanal.
- **COMERTIA COMUNICACIÓ:** resum de premsa, peticions de mitjans de comunicació, convocatòria de participació a ponències.
- **COMERTIA ESTUDIS I PUBLICACIONS:** informació sobre estudis i informes d'interès sobre retail (consum, ecommerce, digitalització, màrqueting). Recopilació i enviament mensual.
- **COMERTIA INFORMACIÓ:** informació sobre ajuts, subvencions, consultes entre socis, comunicació de canvis en la legislació, etc.

Whatsapp

En aquest any de pandèmia, l'aplicació de missatgeria instantània per a smartphones, que permet enviar i rebre missatges mitjançant internet, així com imatges, vídeos, àudios i gravacions d'àudio s'ha convertit en el canal de comunicació interna per excel·lència.

Alguns grups ja existien i altres s'han creat nous. Actualment existeix un gran grup d'empresaris de Comertia i alguns subgrups per sectors, per compartir informació estratègica dels negocis i de la situació. Aquest ha estat el cas dels Operadors de centres comercials, de la Junta Directiva de Comertia, d'empresaris de Restauració, i s'han creat també altres grups de responsables tècnics, com ara els equips de persones.

Compartir informació a temps real en aquest context de crisi sanitària i econòmica ha estat de gran ajuda per a totes les persones que formen part de Comertia. Alguns dels continguts que han circulat més per aquests canals:

- Documentació Oficial sobre mesures del Procicat.
- Ajuts econòmics a les empreses.
- Notícies que afecten al sector retail.
- Infografies sobre mesures sanitàries.
- Notes de premsa.
- Declaracions del President de Comertia i portaveus als mitjans de comunicació.
- Convocatòries a concentracions, manifestacions, reunions de Comertia.
- Recordatoris de reunions amb enllaços a plataformes.
- Manifests d'adhesió en defensa de causes d'índole empresarial.
- Conclusions de reunions amb la CCAM i l'Ajuntament de Barcelona.
- Dubtes entre els empresaris.
- Iniciatives o propostes per part d'empresaris.
- Notícies per part de les empreses membre.
- Etc.

La utilitat d'aquesta eina i la seva elevada interacció constata la seva consolidació a l'entitat.

A continuació compartim alguns exemples d'elements de comunicació.

RESUM DE PREMSA

Comertia envia als seus socis, directius generals i directius d'àrea, un resum de notícies diari sobre l'actualitat del sector retail, tant amb notícies de les empreses associades com de marques líders del sector de la distribució.

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 notícies d'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.

View this email in your browser

Resum de premsa .comertia

Dilluns 30 de novembre de 2020.

COMERTIA

Els eixos i el Consistori ultimen el gran 'marketplace' de la ciutat

La Vanguardia

Les associacions de comerciants...

Hereu de 150 anys de vi

La Vanguardia

Juan Maria Torres Riera, conseller, vicepresident, accionista i representant institucional del celler Família Torres, ha mort als 85 anys a S'Agaró.

Temps, també per emprendre

La Vanguardia

Els germans **Jover (La Burguesa)** inauguren Chickoa a Comte Borrell 85.

Bóboli factura un 9% menos y mantiene las ganancias

Expansión

La cadena de moda infantil Bóboli, con sede en Llinars del Vallès...

El menjar passa del plat a la caixa per al treballador en línia

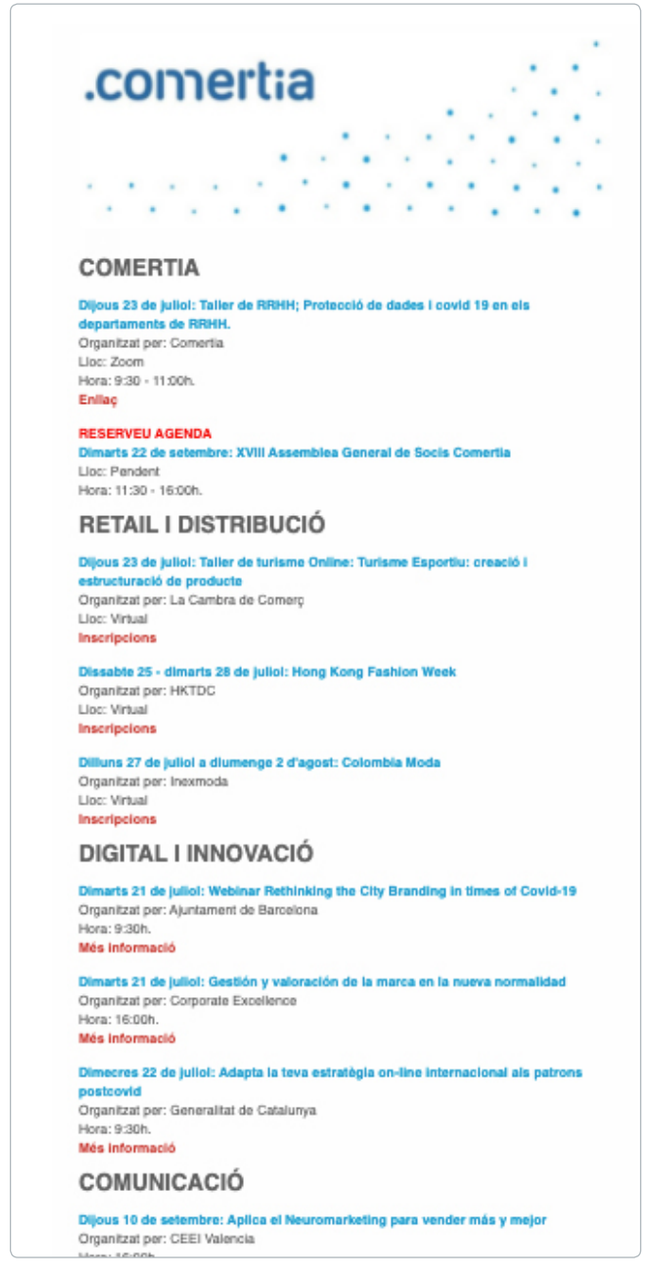
La Vanguardia

La pandèmia es va emportar tot el negoci principal de **Sauleda**.

Splio base: Fidelizando al cliente deportista. ¿Cómo hacer crecer tu base de datos de clientes fieles más de un 50% en pocos meses? Case Study de Benito Sports

AGENDA DE RETAIL I FORMACIÓ

Cada divendres, Comertia envia als socis un correu electrònic amb les activitats de l'Associació previstes pels pròxims quinze dies, així com d'altres que considera poden ser d'interès pels socis. Aquest correu el reben empresaris, directors generals i els responsables i caps d'àrea de Comertia (finances, RRHH, ecommerce, màrqueting, expansió, etc.). Després de cada sessió de treball, Comertia envia per correu electrònic un informe resum a tots els socis.


.comertia

COMERTIA

Dijous 23 de juliol: Taller de RRHH; Protecció de dades i covid 19 en els departaments de RRHH.
Organitzat per: Comertia
Lloc: Zoom
Hora: 9:30 - 11:00h.
Enllaç

RESERVEU AGENDA
Dimarts 22 de setembre: XVIII Assemblea General de Socis Comertia
Lloc: Pendent
Hora: 11:30 - 16:00h.

RETAIL I DISTRIBUCIÓ

Dijous 23 de juliol: Taller de turisme Online: Turisme Esportiu: creació i estructuració de producte
Organitzat per: La Cambra de Comerç
Lloc: Virtual
Inscripcions

Dissabte 25 - dimarts 28 de juliol: Hong Kong Fashion Week
Organitzat per: HKTDC
Lloc: Virtual
Inscripcions

Dilluns 27 de juliol a diumenge 2 d'agost: Colombia Moda
Organitzat per: Inexmoda
Lloc: Virtual
Inscripcions

DIGITAL I INNOVACIÓ

Dimarts 21 de juliol: Webinar Rethinking the City Branding in times of Covid-19
Organitzat per: Ajuntament de Barcelona
Hora: 9:30h.
Més informació

Dimarts 21 de juliol: Gestión y valoración de la marca en la nueva normalidad
Organitzat per: Corporate Excellence
Hora: 16:00h.
Més informació

Dimecres 22 de juliol: Adapta la teva estratègia on-line internacional als patrons postcovid
Organitzat per: Generalitat de Catalunya
Hora: 9:30h.
Més informació

COMUNICACIÓ

Dijous 10 de setembre: Aplica el Neuromarketing para vender más y mejor
Organitzat per: CEEI Valencia

ESTUDIS I PUBLICACIONS

Amb periodicitat mensual, Comertia envia per correu electrònic a empresaris i directius de Comertia la recopilació d'informes, estudis i publicacions d'interès per al retail: finances, màrqueting, ecommerce, tendències de retail, etc.

CONVOCATÒRIA D'ACTES

Comertia organitza prop de 40 activitats a l'any pels socis, entre tallers d'intercanvi, formació, webinars, dinars, workshops, visites, sopars, jornades, etc. Per a cada cas, elabora una convocatòria amb un breu resum d'explicació de la temàtica de l'activitat i les dades bàsiques de l'acte (data, hora i lloc de realització). Exemples de convocatòria de Dinar d'Empresaris i Taller de Màrqueting.

8.2. COMUNICACIÓ EXTERNA

OBJECTIUS

- Generar visibilitat i prestigi de Comertia a l'opinió pública.
- Augmentar i millorar la qualitat relacional (institucional i empresarial).
- Lobby en defensa dels interessos dels membres associats.

FUNCIONS

- Desenvolupament d'accions que defineixen el pla en matèria de comunicació externa, en base als objectius per a cada àrea.
- Suport en la gestió de la política de Relacions Institucionals.
- Relació amb mitjans (premsa, ràdio, digital...).
- Suport en la captació de nous socis.

8.2.1. eComertia

L'eComertia és el nom que rep el butlletí mensual de l'entitat, el qual va adreçat a tota la xarxa de contactes de Comertia, amb l'objectiu d'oferir coneixement i informació de l'activitat de Comertia, principalment les dades de vendes de l'indicador, la incorporació de nous socis o altres notícies més corporatives. Les seccions d'aquesta revista interna per a l'any 2020 han estat:

Indicador, Compartir per Competir, Relacions Institucionals i l'Apunt Econòmic del Sr. Santi Pagés.

OBJECTIUS:

- Generar notorietat de Comertia i de la seva activitat a tots els públics, interns i externs.
- Informar de l'activitat i interessos de l'entitat a altres agents per a despertar possibles sinergies.
- Generar sentiment de pertinença al grup empresarial de retail.
- Donar a conèixer Comertia a socis potencials.

Ser una eina de cohesió entre els socis, que els permet estar al dia de tots els actes que organitza i l'activitat que realitza l'associació.

8.2.2. Xarxes socials

Els objectius de la difusió a xarxes socials de Comertia aquest any han estat:

- Generar visibilitat de l'associació.
- Reivindicar la situació del comerç i en concret, de les empreses de retail familiars membre.
- Difondre la imatge de comerç segur.
- Atorgar visibilitat als socis i al sector.
- Donar a conèixer l'activitat de Comertia.

Les xarxes socials on té presència Comertia són:

LINKEDIN

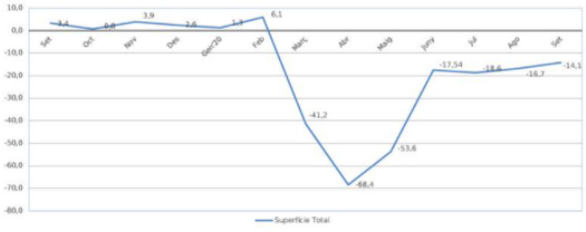
Comertia disposa d'una pàgina corporativa on publica informació de l'entitat, des de trobades empresarials, a notes de premsa i fins i tot el butlletí digital. Linkedin proporciona via directa amb el perfil professional de les empreses i amb perfil d'alts càrrecs en l'àmbit nacional i internacional.

CREIXEMENT LINKEDIN:

78% | **613 SEGUIDORS**

Comertia
613 seguidores
8 meses •

#IndicadorRetailComertia
Ligera mejora de las ventas de los establecimientos de Comertia. #retail
Aunque las cifras siguen en negativo, el mes de septiembre vio una mejora en las ventas de las tiendas y restaurantes asociados a Comertia.



12

Reacciones +4

Comertia
613 seguidores
8 meses •

Comertia celebra hoy su 18ª Asamblea General de socios en la que se ratifica la presidencia de David Sánchez Farrán, director general de Dormity.

Destacamos la aprobación de un cambio en los Estatus Sociales de la asociación. En concreto se trata de los requisitos para ser miembro de la asociación: hasta ahora hacía falta un mínimo de 3 puntos de venta físico. Con la proliferación de la ecommerce, podrá incorporarse a Comertia una empresa que disponga de tienda online y al menos un punto de venta físico.

Comertia
613 seguidores
5 meses •

#CONVOCATORIAdePRENSA
El sector comercio en bloque, pide la apertura de los centros comerciales.
Hoy miércoles a las 11h en la Plaça Sant Jaume de Barcelona

#retail #tiendas #centrescomercials #covid19
#restricciones #somcomerç #somsegurs #economía #emprendidas
#families #llocsdetreball

Convocatòria a mitjans
Les Botigues dels centres comercials també SOM COMERÇ!

Els empresaris i treballadors del sector retail es manifesten per demanar la reobertura immediata de les botigues dels centres comercials per a salvar empreses i llocs de treball

Data: avui dimecres 9 de desembre
Hora: 11h del matí
Lloc: plaça Sant Jaume de Barcelona
Roda de premsa: 11:30h davant del Palau de la Generalitat

Obrir ja és segur, és just i significa salvar empreses i llocs de treball.

Contactes de premsa: Elvira Garcia – T. 615 153 944 i Berta Roig – T. 691 437 329.

Entitats signants:

Barcelona Oberta
Comertia
Gremi Restauració de Barcelona
CECOT Comerç
ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución)
ACES (Asociación Española de Cadenas de Supermercados)
ABCcat (Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya)
AECC (Asociación Española de Centros y Parques Comerciales)
Retailcat
Marcas de Restauración
Eurelia

Comertia
613 seguidores
11 meses •

El sector #comercio envía un mensaje de tranquilidad: "Comprar es completamente seguro" afirma David Sánchez Farrán President de #Comertia
#covid19 #retail #comercio #consumo #crisissanitaria #crisiseconomica

La Vanguardia Raul Montilla Corral

El comerç recorda que són segurs

El sector comercial va enviar, sobretot, un missatge de tranquil·litat: des que van poder aixecar la persiana han treballat amb totes les mesures de prevenció possibles, de manera que es va insistir sobretot a dir que comprar era i continuarà sent segur. "No som en una situació de confinament, sinó que es prenen mesures de prevenció per evitar una situació d'emergència", va recordar Nuria Paricio, gerent de Barcelona Oberta, l'entitat que agrupa els eixos més visitats de la capital catalana. Paricio va manifestar que tots els establiments tenen equips de protecció i que segueixen meticulosos protocols de seguretat sanitària. "El comerç segueix escrupolosament totes les mesures adoptades", va dir Paricio, que va cridar a la corresponsabilitat de tots i va insistir en la necessitat que l'administració pugui controlar els possibles brots, i que es puguin fer tests massius cal. "Hem de vigilar més. Tothom ha vist imatges de platges i de transport públic molt ple", va apuntar.

"Comprar és completament segur", va subratllar també David Sánchez, president de Comertia, l'associació catalana de l'empresa familiar del Retail. "És una crisi sanitària que serà de llarg recorregut, una cursa de fons en què hi haura pics i llocs on serà més dura. Hem de conviure amb prudència i sense eliminar les coses del dia a dia", va afegir Sánchez, que també va recalcar que els missatges de l'administració han de ser clars, fàcils d'entendre i que no han de generar més preocupació. "És important que la crisi sanitària no amplifiqui l'actual crisi econòmica perquè, si no, anirem cap a una crisi social", va assenyalar el president de Comertia. / **Raúl Montilla**

TWITTER

@ComertiaRetail és la xarxa més activa i útil de Comertia, principalment perquè permet una gran connectivitat i visibilitat amb els seus públics.

CREIXEMENT TWITTER:

13% | **2263 SEGUIDORS**

YOUTUBE COMERTIA

El canal de Comertia es fa servir com a canal corporatiu a mode de registre i arxiu dels diferents vídeos de l'entitat: Jornada Retail, vídeos de l'entitat, la qual cosa facilita la difusió d'actes de l'associació.

8.2.3. Gabinet de premsa

L'activitat de gabinet de premsa de Comertia ha estat especialment intensa aquest any. S'han realitzat comunicats de premsa constants per informar de la situació de les empreses als mitjans de comunicació, amb l'objectiu de mantenir un diàleg obert.

Temàtiques de les notes de premsa al llarg d'aquest 2020:

- Regulació lloguers comercials per part de l'Administració
- Mesures per regular la situació empresarial
- Plataforma en defensa dels retailers del RDL 15/2020: Exoneració lloguers
- Manifestacions per demanar reobertura de centres comercials
- Alertar de la situació de crisis per a la restauració
- Major facilitat per ingrés en efectiu per part de les entitats financeres
- Sol·licitud d'ajuts directes i pròrroga ERTO

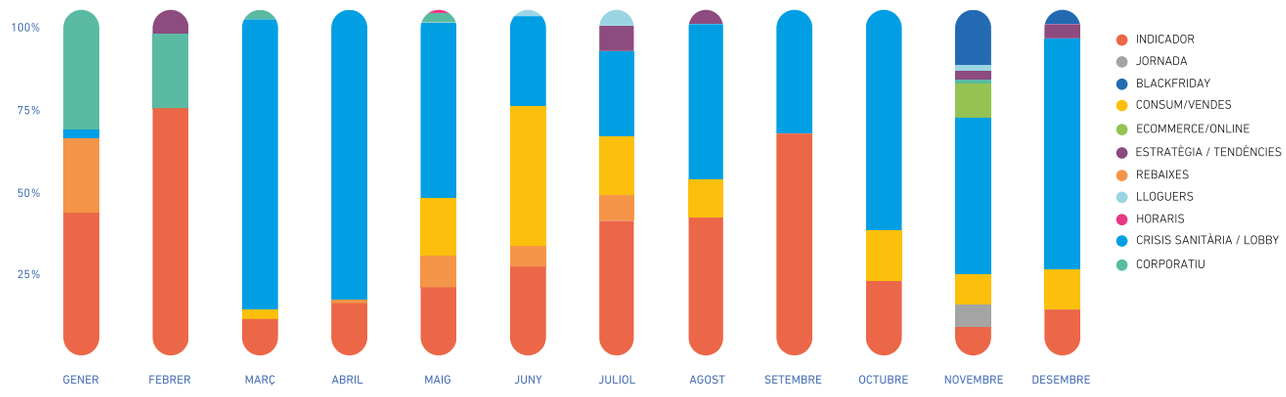
REPERCUSSIÓ A MITJANS DE COMUNICACIÓ:

Comertia ha tingut molta presència mediàtica, amb un total de 785 impactes anuals, el que significa un promig de 65 impactes al mes, el doble d'impactes mensuals en relació a l'any anterior. L'indicador de retail Comertia ha tingut més repercussió a mitjans, i l'últim trimestre, clau per a les vendes del sector perquè alberga la campanya de Black Friday i Nadal, l'entitat i els seus portaveus, han estat molt actius.

Aquest any hem viscut un auge de les publicacions online i una caiguda de la premsa en paper, tot i que Comertia manté el vincle amb les principals capçaleres de la premsa generalista (La Vanguardia, El Punt Avui, El Periódico, Diari Ara, El País), i econòmica (Expansión Catalunya i l'Econòmic).

Aquest any Comertia ha augmentat també la participació a les principals emissores de ràdio (Catalunya Ràdio, RAC1, Cope Catalunya, Ràdio 4 i Cadena Ser), ha estretat el seu vincle amb TV3, i ha tingut les seves primeres incursions en televisions nacionals com Cuatro, Tele5, La Sexta i Antena 3, especialment per tractar la prohibició d'obertura dels comerços a centres comercials.

IMPACTES



El fundador de Dormity asume la presidencia de Comertia

J.O. Barcelona

Relevo sobrevenido en la cúpula de Comertia, la asociación catalana que agrupa a buena parte de las cadenas de tiendas y restaurantes de capital familiar.

German Cid, que asumió la presidencia de la entidad en julio de 2018, presentó su renuncia el pasado martes tras sufrir un accidente de moto que le impedirá ejercer su actividad habitual durante los próximos meses.

Cid, presidente y propietario de la cadena de artículos para el hogar Casa Viva, ya había comunicado su intención de no optar a la reelección como presidente en el próximo proceso de renovación.

La junta directiva de Comertia ha designado como nuevo presidente, de forma interina, a David Sánchez Farran, fundador, dueño y máximo responsable de la cadena de colchones Dormity. Sánchez ocupará el cargo, como mínimo, hasta la asamblea de socios que se celebrará en junio, y en la que podría ser ratificado como presidente.

El empresario pertenece a la cúpula de Comertia desde hace seis años y actualmente era el secretario de la junta, una posición en la que le ha sustituido ahora Domingo Obradors, de la cadena de moda Macson. Las dos vicepresidencias las ocupan Joan Carles Calbet (Calbet Electrodomèstics) e Ignasi Pietx (Artyplan); Lluís Vendrell (Unión Suiza) es el tesorero, y completan la directiva como vocales Mònica Algás (Bóboli), Lluís de Buen (Fishhh!), Josep Ametller (Ametller Origen), Jordi Querol (Unipreus), Silvio Elías de Gispert (Veritas), Sergi Martín Abella (Perfumeries Facial) y el propio German Cid.

David Sánchez (Dormity).

German Cid (Casa Viva).

David Sánchez se ha convertido en el séptimo presidente de Comertia, asociación fundada en 2002 que agrupa en la actualidad a un total de 66 cadenas que suman 4.000 puntos de venta, una facturación agregada de 4.000 millones de euros y 35.000 empleos directos.

Emergència econòmica

Les vendes del comerç minorista català s'enfonsen un 41% al març

Només les botigues d'aliments augmenten la facturació durant l'estat d'alarma

MAITE GUTIÉRREZ Barcelona

El tancament d'establiments no essencials per l'estat d'alarma i la contenció de la despesa dels ciutadans han enfonsat les vendes del comerç minorista a Catalunya, que ni tan sols aconsegueix mantenir-se amb el canal en línia. Només el mes de març, amb dues setmanes d'activitat normal, les vendes van caure un 41,2% de manera global i un 80,2% si s'exclou el sector de l'alimentació bàsica, segons dades de l'Indicador de Retail de Comertia, l'associació catalana de l'Empresa Familiar del Retail, entitat que agrupa 66 companyies amb més de 4.000 punts de venda i 35.000 empleats directes.

"La situació que viuen les empreses familiars és crítica", assenyala l'informe. El 75% de les companyies de Comertia ha presentat un ERO temporal i la majoria de consellers delegats consultats tem no poder aguantar fins al juny si la situació actual es prolonga. Així, un 65% dels consellers delegats enquestats afirmen estar preocupats per aconseguir liquiditat per mantenir les empreses després de la crisi. Per aixó, l'associació demana a l'Executiu de Pedro Sánchez la "suspensió imminent del pagament dels impostos i accés àgil, ràpid i flexible al crédit. "El Govern central no ha respost amb mesures concretes, amb la qual cosa l'entitat preveu una alta mortalitat d'empreses que, en situació normal, no tindrien problemes de subsistència", assenyala el president de l'entitat, David Sánchez.

Per sectors, només l'alimentació bàsica (supermercats) augmenta la seva facturació respecte al mateix mes de l'any anterior, amb un increment del 25,7%. Les vendes en línia dels súpers –establiments que si que poden obrir al considerar-se serveis essencials– s'han disparat així mateix un 189%.

El comerç electrònic, al qual moltes empresses s'han abocat per intentar mantenir l'activitat, no salva, tot i això, la resta de sectors comercials. Només l'àrea d'equipaments per a la llar augmenta les vendes per internet, amb un 42,3% d'augment al març respecte al mateix període del 2019. En canvi, tots els altres sectors tenen caigudes al canal en línia, en què són la restauració (disminució del 18,3%), els complements personals (17,3%) i la moda (5,9%) els més afectats.

Pel que fa a la venda en botigues físiques, el sector comercial més perjudicat és el relacionat amb el lleure i la cultura, amb una caiguda del 69% de la facturació, seguit de la moda (62%), la restauració (58,8%), els complements personals (50,3%) o l'equipament per a la llar (39,1%). Per al mes d'abril el comerç minorista espera una caiguda de vendes del 62%.●

Les vendes d'aliments en línia creixen un 189%

ANNA BERGA / ACN

Planificar compres per Setmana Santa

■ **El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme ha llançat una campanya de conscienciació sobre el proveïment d'aliments durant aquesta Setmana Santa. Un període en què les persones que continuen treballant, ja sigui des de casa a través d'internet o en serveis essencials, també tindran uns dies de festa. En aquestes circumstàncies, el Govern prova d'evitar que els ciutadans relaxin les mesures de confinament i seguretat per prevenir el contagi de coronavirus. Sortir a comprar al súper no ha de convertir-se en una activitat de "lleure". El Govern demana d'evitar sortir a comprar cada dia i, en canvi, consultar el calendari de dies festius per evitar desproveïments.**

Els propietaris de les empreses temen no aguantar fins al juny en l'actual situació, segons Comertia

Marina e Ingrid en la puerta de su tienda de moda, Nineet, en la plaza Gal·la Placidia. /CARLES RIBAS

Más de 1.700 comercios y restaurantes han iniciado actividad en Barcelona desde mayo de 2020

Negocios que se atreven a abrir en plena pandemia

BLANCA CIA Barcelona

En una calle en la que el 95% de las persianas están bajadas por el cese temporal o total de los negocios, la céntrica calle de Ferran alimentarios, no alimentarios y bares-restaurantes, que han abierto en Barcelona entre mayo de 2020 y mayo de este año, según el número de licencias que

151 restaurantes o bares han abierto en Barcelona desde

Comertia inicia el año con un incremento de las ventas del 1%

Pandèmia global, solució local

David Sánchez

Poques setmanes abans que el nostre país entrés en estat d'alarma, alguns empresaris de *retail* reflexionàvem sobre les inquietuds i oportunitats del sector. Entre les inquietuds, els operadors de *retail* vam compartir que havíem notat una caiguda d'afluència a les botigues, especialment en aquelles situades en centres comercials. I entre les oportunitats, comentàvem la importància de potenciar els nostres *e-commerce*, atès que estàvem experimentant un augment de vendes en línia.

En la situació actual, amb les botigues tancades, hem presenciat com aquestes inquietuds i oportunitats s'han accelerat. D'una banda, la manca d'afluència s'ha convertit en visites nul·les, i d'altra banda, els consumidors, confinats a casa, hem vençut sense objecció les poques barreres que ens frenaven per realitzar compres en línia.

Just abans de la reclusió, molts models de negoci de *retail* estaven basats en la venda física, encara que en paral·lel, molts d'ells ja estàvem treballant en la transformació digital de processos i de botigues. La realitat actual ho ha accelerat tot, obligant-nos a les empreses a potenciar les nostres estructures per afavorir la venda en línia.

En aquest escenari de compra en línia, en què el consumidor es troba a soles amb una necessitat concreta i davant una plataforma de venda online on poder adquirir-la còmodament, és fàcil que proliferin les compres inconscients, les que fem sense preguntar-nos: a qui estem lliurant els nostres diners? És una empresa ètica? On fabrica? On paga els seus impostos? No ens importa a qui estem comprant, simplement busquem satisfer la nostra necessitat, sense pensar que amb el nostre acte de compra estem decidint quin tipus de societat volem.

Si tots els consumidors prenguéssim consciència que el comerç suposa un 13% del PIB, que genera un impacte en l'ocupació del 17% i que el 77,5% dels treballadors té contracte estable i indefinit, potser podríem fer que

> Com a consumidors podem aportar el nostre granet de sorra i apostar per les compres de proximitat

les nostres compres fossin més conscients i responsables.

I és que la contribució del 13% del PIB a l'economia s'ha d'entendre també com l'aportació

D. SÁNCHEZ, *president de Comertia*

"Necessitem flexibilitat per poder adaptar-nos"

RAÚL MONTILLA Barcelona

David Sánchez és el president de Comertia, l'associació catalana de l'empresa familiar del retail. Optimista, confia que la situació actual servirà perquè el sector comercial en surti reforçat.

Com s'ha d'afrontar aquesta crisi?

Tenim una situació immillorable per forjar una relació molt més pròxima amb els clients. El comerç tradicional compleix una tasca d'integració de barri, de dinamitzador de relacions, de generador de confiances. És una oportunitat única per valorar els nostres clients i que ells valorin la passió i la il·lusió que hi ha en cada negoci del seu barri. Hem tingut tres mesos per trobar-nos a faltar.

I tres mesos sense ingressos.

Tenim una galleda. Obrim una aixeta i cau l'aigua: són les despeses. Com que no hi ha desguàs, al final la galleda vessa. Necessitem ajuts per trampejar la situació uns quants mesos.

Per exemple?

Primer: hem de tenir capacitat per mitjà dels ERTO d'anar graduant la tornada als llocs de treball a partir de la demanda i fer-ho més enllà del

MANÉ ESPINOSA

DAVID SÁNCHEZ
President de Comertia

30 de juny. Segon: liquiditat. Com? Per exemple, a través dels ICO, però una altra fórmula és gastar menys. És un bon moment per reduir temporalment els impostos, per exemple la cotització dels treballadors.

Hi ha tercer punt?

Un de molt important. Sempre diem que forgem relacions que són de socis, entre els propietaris del local i la marca que l'ocupa. És un moment en què necessitem adaptar la renda del lloguer a la demanda i a la facturació. Hi ha una sèrie de propietaris que ho entenen, i han adaptat uns mesos la renda a la potencial facturació, però n'hi ha d'altres amb una posició inamovible. Necessitem que es reguli aquesta adaptació del lloguer. Si no, tothom hi perdrà.

Flexibilitat.

La resiliència consisteix en la capacitat d'adaptar-se. Necessitem flexibilitat per poder-nos adaptar a una situació sobrevinguda.●

Comertia denuncia dificultats per ingressar efectiu en bancs

L'associació demana que es fixi un horari ampli

Redacció

Les empreses de Comertia estan tenint greus problemes darrerament per poder ingressar l'efectiu dels seus establiments comercials. Les entitats financeres no accepten efectiu a través de finestreta, com tampoc l'ingrés de bitllets grans i monedes a través de caixer, de manera que el procediment per a ingressar es redueix a demanar cita en un horari específic i limitat, i esperar al carrer entre un quart i mitja hora per ser atesos, un servei deficient i del tot insegur per a la persona responsable del tràmit.

Malgrat que cada vegada més, els clients paguen amb targeta de crèdit, encara hi ha un percentatge elevat de clients que ho fan en efectiu, sobretot gent gran. Amb la crisi, "suprimir el pagament en efectiu no és una opció que es pugui permetre el sector comercial que exigeix a les entitats financeres facilitin tota transacció amb moneda de curs legal a una oficina bancària, que és el lloc establert, donant un servei bàsic, operatiu, de qualitat, amb seguretat, dins d'un horari que s'adapti a tots els consumidors".

El responsable d'una botiga de decoració fent els preparatius per poder obrir el seu establiment. PERE VIRGILI

Les patronals veuen "dramàtic" allargar la fase 0 a Barcelona

Temen que cada setmana que passi hi haurà més comerços que no obriran més

XAVIER GRAU DEL CERRO
BARCELONA

"Extremadament preocupant". Així veu Roger Gaspa, president de Foment Comerç, la possibilitat que la ciutat de Barcelona i l'àrea metropolitana no entrin dilluns que ve en la fase 1 del desconfinament i es quedin en la denominada fase 0. La diferència econòmica és clara. A la primera ja podran obrir els comerços de menys de 400 metres quadrats sense que calgui cita prèvia, limitant l'aforament al 30%, i els bars i restaurants podran posar en marxa les terrasses, tot i que a un 50% de la seva capacitat.

La possibilitat d'allargar la fase 0 "no crea alarma, sinó el següent", explica Gaspa, que considera que es poden buscar mesures sanitàries per evitar el contagi però "que siguin menys lesives per a l'economia". "Anar a comprar no és perillós", assegura el responsable de comerç de la patronal Foment, que argumenta que durant el confinament s'ha pogut anar a les botigues d'alimentació, supermercats i les farmàcies prenent mesures de seguretat que es poden seguir també a la resta del comerç.

Àlex Goñi, president de Pimec Comerç és una mica més contingut, però no amaga la seva decepció davant la possibilitat d'haver de mantenir la cita prèvia al comerç encara un temps si no es passa a la fase 1. Goñi recorda que fins ara els supermercats, botigues d'alimentació, estancs i farmàcies han estat oberts sense cita prèvia, però controlant l'accés per evitar aglomeracions. "M'indigna que s'ajorni la reobertura", explica Goñi, que també es queixa que no s'hagin destinat més diners a ajudar un sector que representa el 16% del PIB català.

Les patronals Foment i Pimec Comerç ja van dir que un 70% del teixit comercial està en perill. Gaspa està convençut que almenys un 20% del comerç ja no tornarà a obrir després del confinament, i cada setmana que s'allarga el tancament aquest percentatge pujarà. Recorda que el sector no factura res des de fa 52 dies, quan es calcula que tenia liquiditat per aguantar entre 20 i 25 dies de mitjana, i apunta que el 65% de la despesa fixa del teixit comercial correspon a sous i lloguers. Si es passa a la fase 1 i el comerç obre, no facturarà el mateix que abans, però "hi haurà certa relaxació a les tensions de tresoreria", apunta.

David Sánchez, president de Comertia, considera "catastròfic" i "un autèntic drama" no passar a la fase 1. No veu raons sanitàries que avalin la possible decisió de no entrar-hi. I es queixa dels polítics, als quals acusa "d'improvisació en la gestió de una situació que ja és dramàtica per si mateixa i que estan amplificant".

Sánchez considera "inacceptable" si finalment no es pot obrir dilluns i critica com s'està gestionant la crisi tant per part de la Generalitat com l'Estat. "Ens sentim com fills maltractats per un pare i una mare", explica referint-se a les diferències polítiques entre les dues administracions, i els hi demana lideratge, certeses i seguretat. A més, recorda que els canvis de criteri tenen un cost i ara hi ha empresaris que es poden trobar sense poder obrir però havent desafectat empleats que estaven en un ERTO.

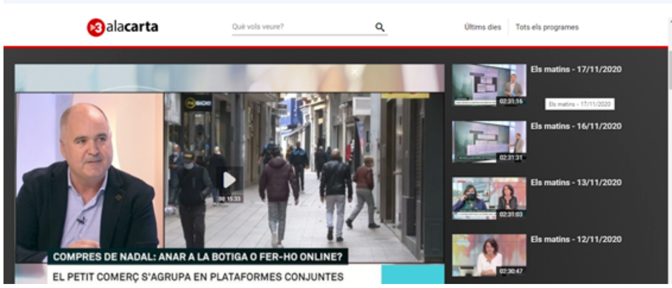
No només el comerç està en perill. "La meitat dels restaurants de la ciutat poden morir", va afirmar el director del Gremi de Restauració de Barcelona, Roger Pallarols, a l'ACN. Per al portaveu d'aquest sector, fins a la fase 3 no es començarà a veure una obertura més generalitzada dels locals. Ampliar terrasses i exempcions fiscals són les dues demandes bàsiques d'aquest sector, dirigides al govern d'Ada Colau.

Suport
Els empresaris demanen més ajudes per al comerç i la restauració

Ocupació
El sector comercial dona feina a 100.000 persones a Barcelona

250 milions a la setmana

Les dades de les patronals deixen clara la importància del comerç i la restauració en l'economia de la ciutat. Concretament el comerç aporta un 13% del valor afegit brut (VAB), amb una facturació de mitjana de 250 milions d'euros a la setmana i dona feina a unes 100.000 persones a Barcelona. A aquestes xifres cal sumar-hi les de la restauració, on treballen unes 90.000 persones.



Una empleada de una tienda de la cadena Guess del Paseo de Gracia toma la temperatura de los clientes. / M. MINOCRI

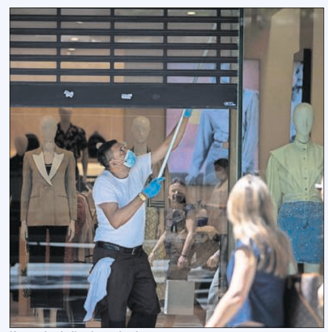
LA CRISIS DEL CORONAVIRUS

Barcelona recupera el comercio a la espera de pasar el lunes a fase 1

BLANCA CIA, **Barcelona**

Barcelona levantó las persianas de los comercios a dos velocidades tras más de dos meses de cierre por la declaración del estado de alarma. Las tiendas de menos de 400 metros, y las de más pero con un tope operativo de esa superficie, abrieron ayer, sin necesidad de cita previa, al pasar a la fase cero intermedia del plan de desescalada. El resultado fue que los ejes comerciales de los barrios abrieron al 80% frente a un panorama muy desigual en el centro. El pulso se está recuperando menos en la zona central, huérfana del turismo. Los comercios esperan que la fase 1 llegue el lunes y, con ella, más facilidades para las ventas.

En el paseo de Gràcia y la Rambla de Catalunya la apertura comercial fue desigual. Mientras que las firmas de lujo, en general, estaban cerradas, empresas como Mango, Oysho o Uterqüe abrieron. En todas ellas se repetía una escena parecida: una dependienta saludaba a la entrada e indicaba el uso de guantes o del gel hidroalcohólico. La gente —por la mañana mayoritariamente mujeres— entraba con cierta cautela y con mascarilla en la inmensa mayoría. Algunas preferían no probarse nada, como si eso también fuera por fases: "Eso ya lo haremos más adelante. Si me gusta algo lo cojo y ya está". "¿Se puede tocar?", inquiría otra. En otra tienda cercana, una empleada tomaba la temperatura a quien entraba. Los comerciantes esperan que la reactivación se acelere si Barcelona entra en la fase 1 el próximo lunes, como pidieron el Ayuntamiento y el Govern. Además, el Procicat, el comité técnico de gestión de la pandemia, también aprobó ayer solicitar que avancen a la fase 2 el Camp de Tarragona, las Terres de l'Ebre y el Pirineo de Lleida, y mantener en fase 1 el resto de zonas.


Un empleado limpia su tienda, ayer. / M. MINOCRI

"Antes de abrir hemos desinfectado todo y todas las prendas han sido planchadas una a una con las vaporetas", explicaba una trabajadora del Mango de Paseo de Gràcia. Sin duda, la vaporeta se va a convertir en un objeto habitual, como los letreros de la obligatoriedad de mantener una distancia de dos metros. "Si se prueban algo y no lo compran les pasamos la vaporeta", apuntaba una de las seis trabajadoras que se han reincorporado de una plantilla de 20.

En el primer día de apertura normal no hubo aglomeraciones. La variedad habitual de idiomas en los comercios del centro de Barcelona desapareció frente al catalán y el castellano: "Eso sí que es todo un cambio", comentaba una dependienta de System Action en Portal del Àngel, casi la única abierta en ese eje. Las grandes tiendas del sello de Amancio Ortega no abrieron y lo mismo decidieron otras grandes, como H&M o Uniqlo. Así que el panorama de la esquina de Paseo de Gràcia y Gran Via era de cierre total.

"Buenas sensaciones"

Muy pocos comercios abrieron en los ejes de Portal del Àngel, Porta Ferrisa, la parte inferior de Rambla de Catalunya y La Rambla. En cambio, la actividad de tiendas recuperó su pulso en los ejes comerciales. Según la Fundación Barcelona Comerç, que agrupa a 5.000 comercios en 23 ejes de la ciudad, el 80% abrie-

L'avinguda de la Catedral, a Barcelona, gairebé deserta tot i ser dissabte 1 d'agost. ARXIU

El comerç no aixeca el vol

A les portes de la tardor, la incertesa i la por atrapen el sector després de no haver agafat prou aire en la campanya d'estiu

M. SARDÀ
BARCELONA

Les patronals asseguraven el maig passat que un de cada cinc treballadors es trobaria a l'atur si col·lapsaven el turisme i el comerç a Catalunya, sectors que donen feina al voltant de 600.000 persones. Som al setembre, la temporada turística es dona pràcticament per acabada, amb un provisional 74% de caiguda, i el comerç no ha agafat prou embranzida en l'últim trimestre. Quines són les previsions? Si una firma internacional com Victoria's Secret s'ha declarat en fallida, Zara ha tancat 1.200 botigues i Chanel i Rolex han aturat producció per les conseqüències de la pandèmia, on queden posicionats els més petits, el comerç local? Hi ha experts que afirmen que el 30% de les pimes no tornaran a obrir o que abaixaran la persiana definitivament després de l'estiu.

Álex Goñi, president de PIMEComerç, eleva aquest percentatge al 35% només al centre. I aquest 35% que abaixi la persiana, assegura, "és molt més del que suposem": "Al darrere hi ha molts altres sectors que patiran, com els proveïdors, la logística... És un engranatge, que es mou conjuntament."

DECEPCIÓ. La tardor, afirma Goñi, "fa molta por": "Sobretot per la incertesa, perquè no sabem què passarà demà. I això provoca massa prudència en la despesa, fet que frena l'economia." Els missatges optimistes de l'inici del desconfinament van anar perdent força a mesura que avançava l'estiu. "Ens imaginàvem una recuperació continguda però gradual, i això no ha passat. Tot i això, assenyala, s'ha de diferenciar per sectors, zones i fins i tot barris de les ciutats." La falta de turisme ha arrossegat el comerç però també tot el que hi està relacionat: taxis, hotels, restauració, agències, visites guiades i un llarg etcètera.

Abans de la crisi sanitària, la meitat de les empreses de Comertia, l'associació catalana de l'empresa familiar de *retail*, estava creixent. El maig passat, el 81% dels negocis havien presentat ERTO i les vendes van caure un 18,6% el juliol i un 16% l'agost. L'oci, la restauració, amb el 6,7%, són els únics sectors que van anotar augments el mes passat. Tanmateix, les previsions generals no són gens optimistes i creuen que les vendes d'aquest 2020 es reduiran un 25,6% respecte a les del 2019.

Aquest estiu no han ajudat ni les rebaixes. "Al sector de la moda també li està costant molt recuperar-se", afirma Joan Carles Calbet, president de RetailCal, la unió d'entitats de *retail* a Catalunya. Afegeix que també han patit molt els centres comercials, "per la por de les aglomeracions", i explica les dificultats que tenen molts dels que han reobert: "No estan facturant com abans i les despeses fixes sumen mes a mes."

MESURES. Davant d'aquesta delicada situació, les reivindicacions del sector són clares: "Prorrogar els ERTO, l'únic ajut que hem rebut per part de l'administració, fins que la situació ho requereixi; ajuts directes i a fons perdut a les empreses dels sectors més afectats; un pla tipus *renove* per incentivar el consum; aplicar descomptes, ajuts o bonificacions pel que fa als impostos i atorgar ajudes per als lloguers, que són una part ... bits de consum "i ens canviarà el model de comerç", diu Goñi, en referència a l'increment del comerç electrònic. També, segons Calbet, la covid-19 ha hiperaccelerat la digitalització dels negocis, que han entrat de ple en l'omnicanalitat. "Hi ha hagut inversions i ja són molts els negocis que fan vendes assistides a través del canal en línia, les xarxes socials i el telèfon."

DIGITALS I CREATIUS. "Res havia ajudat tant a la transformació digital com la covid-19", assegura Jordi Damià, fundador i CEO de la consultora TIC Setesca. En la situació actual, "els comerços han de fer el possible per diferenciar-se, crear marca, interactuar amb els clients i oferir-los, en l'àmbit presencial, seguretat sanitària, incorporant noves tecnologies".

Quan una botiga tanca, al darrere té un engranatge que també pateix

Pel que fa als comerços de menor dimensió, Damià aconsella "crear plataformes digitals de proximitat que uneixin els negocis d'un barri, una zona o un poble": "És una manera de compartir despeses, oferir agilitat i obtenir més visibilitat."

Tot i això, són molts els que no s'han rendit: sis negocis de moda de Sant Pol de Mar, regentats per sis dones, van llançar aquest estiu la campanya *Sant Pol està de moda*. Mònica (Krisbel), Sarah (La Sara), Carla (L'Encant de la Carla), Carme (Rosabel) i Neus (Star Things) van penjar a les xarxes un vídeo per impulsar la compra de proximitat. D'altres, com Miquel Casals, van optar per comunicar a través de Twitter: "Som una petita empresa familiar d'Arenys que ens dediquem a la

Establiments comercials a la rambla de Catalunya, a Barcelona, una de les vies que més ha patit el descens de trànsit de vianants. JUANMA RAMOS

Uns centres urbans buits albiren un futur incert per a la majoria d'establiments

TENDÈNCIA. La pandèmia ha traslladat l'interès del consumidor al barri, un fet que anuncia greus dificultats per al comerç i la restauració de les vies més transitades

M. SARDÀ
BARCELONA

La crisi sanitària causada per la covid-19 ha fet que els ciutadans s'estimin més passejar i consumir pel barri que dirigir-se al centre de la ciutat. Així ho indica un estudi paneuropeu realitzat per Mastercard, empresa de mitjans de pagament, que conclouque almenystres de cada quatre ciutadans de l'Estat s'estima més fer sortides de proximitat. A més, a l'hora de fer la compra, un 82% tria establiments regentats per persones conegudes, ja que confien en les recomanacions que reben.

El consum de proximitat s'obre pas, cada vegada més intensament, un fet que acabarà influint en el model comercial dels carrers del centre de les ciutats, sobretot perquè molts dels establiments acabaran tancant definitivament. Segons l'estudi de Mastercard, el 36% de les pimes creuen que els caldrà d'un a tres anys per recuperar-se de l'impacte de la covid-19.

Aquestes xifres ja són majúscules, però malauradament les que ofereix Comertia se situen per sobre. L'associació catalana de l'empresa familiar del *retail* ha alertat el govern de l'Estat del risc mortal del 50% de les empreses de comerç i restauració en cas que no s'allarguin els ERTO fins al desembre de l'any vinent, alhora que reclama ajuts econòmics per a la recuperació d'aquests sectors. Comertia va anotar una disminució de les vendes del 14,2% el setembre passat, amb un descens del 45% en oci i cultura, un 31% en restauració i un 34,7% en alimentació no bàsica. D'altra banda, els sectors que van tenir un millor comportament, gràcies a les vendes en línia, van ser el de la moda (94,5%), el de l'alimentació (85%) i el de la llar (40%).

POC TRÀNSIT I VENDES. Sense tenir en compte l'alimentació bàsica, Comertia està presentant des de l'inici de la pandèmia unes xifres que preocupen el sector: les vendes dels seus socis van caure un 53,6% el maig, un 17,5% el juny, un 18,6% el juliol i un 16% l'agost. D'altra banda, confirmen que dos de cada quatre consumidors s'estimen més comprar al barri, mentre que un de cada quatre ho fa a través d'internet.

L'associació també alerta del fet que del 78% de les empreses sòcies que han negociat una reducció dels lloguers dels establiments, un 10% no ha aconseguit els objectius.

"Barcelona és de les ciutats de l'Estat que ha perdut més trànsit de vianants als carrers comercials més cèntrics", segons Sònia Lamela, cap de màrqueting de TC Group, líder en sistemes de *retail intelligence*. "Fa tres setmanes, les xifres se situaven en un descens del 44% a la capital catalana, en comparació amb el mateix període de l'any passat", indica Lamela. Aquesta tendència és similar a les principals ciutats de l'Estat, on el trànsit de vianants va baixar de mitjana un 30% entre el 27 de juliol i el 30 d'agost, tot i que Barcelona i Madrid comparteixen el segon lloc amb menys visitants l'agost passat.

Segons Lamela, "Barcelona va anotar un increment del trànsit de vianants del 7'1% al gener i del 14% al febrer, i la xifra va caure fins al 95% a l'abril, mentre que Madrid va passar d'unes xifres positives del 46% i el 45% el gener i febre passat, respectivament, a un descens del 93% a l'abril". Pel que fa a Catalunya, segons dades de TC Group, el trànsit de vianants va baixar el setembre passat un 25% a Tarragona, un 20% a Lleida i un 23% a Girona. A Barcelona ciutat, la Diagonal va perdre el setembre un 19% de vianants; el passeig de Gràcia, un 52%, i la rambla de Catalunya, un 40%. "L'impacte en la restauració i el comerç ha estat enorme", comenta.

CÀLCUL DEL RISC. En esclatar la pandèmia, Eixos.cat, un observatori econòmic digital barceloní que ofereix informació als agents econòmics que operen al territori, va crear, juntament amb el MIT, un model de càlcul predictiu de l'impacte de la covid-19 en el comerç. Aquest model permet establir predictivament el risc dels establiments de patir estrès financer excessiu, fet que provocaria el tancament del negoci. Per realitzar-lo, els algorítmes tenen en compte si l'activitat és essencial o no i si es veu obligada a tancar temporalment o no; si és intensiva en mà d'obra, si emmagatzema producte en el punt de venda i si aquest caduca.

Els resultats no estaran a punt fins al febrer, però a hores d'ara ja s'albira, per exemple, un coeficient de risc molt alt en el sector de la restauració i l'hostaleria, en negocis com ara bars de copes i discoteques, hotels, restaurants, bars de tapes, cafeteries i menjar ràpid. "L'avaluació de riscos indicarà les baules més febles de la cadena per tal que s'hi pugui posar remei i s'eviti el tancament de negocis. La predicció del que pot passar ho fa possible", indica David Nogué, fundador i conseller delegat de l'observatori, que està convençut que "molts negocis estan aguantant fins a la campanya de Nadal, tot i que després no podran seguir si no reben ajuts amb urgència".

Foment i Cambres demanen d'indemnitzar restauració i comerç

"Tancar és una mesura desproporcionada i desequilibrada", diu Sánchez Llibre

DOLORS ÁLVAREZ
MAITE GUTIÉRREZ
Barcelona

Abans de saber si el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya (TSJC) avala les noves restriccions del Govern per contenir el coronavirus, restauració, comerços i centres d'estètica ja fan números del que els costarà el tancament forçós dels seus negocis o la reducció de l'aforament durant almenys quinze dies. Foment del Treball i les Cambres de Comerç van demanar ahir que els sectors afectats pel tancament siguin indemnitzats per la Generalitat. "Són mesures desproporcionades, desequilibrades i que afecten d'una manera radical uns sectors concrets", va dir Josep Sánchez Llibre, president de Foment del Treball, en declaracions a *La Vanguardia*.

Després d'expressar el seu rebuig dels tancaments decretats, Sánchez Llibre va defensar la necessitat que bars, restaurants, centres de bellesa i parcs i atraccions siguin indemnitzats per aquesta decisió. Va insistir sobretot en el càstig que s'infligeix al sector de la restauració. "A Catalunya hi ha aproximadament 80.000 bars i restaurants. La mesura és radical perquè castiga un sector més que d'altres", va opinar.

També es va mostrar contrari a la modificació del Codi Civil català que planteja la Generalitat per forçar una rebaixa dels lloguers a aquests establiments. "Per una decisió de la Generalitat, no es pot castigar els propietaris dels locals, que en molts casos són jubilats que obtenen amb el lloguer un complement per viure dignament. El que no es pot fer és traspassar una decisió irresponsable, com és el tancament d'establiments, a l'estalviador. El que cal fer és indemnitzar directament el propietari del negoci".

Sánchez Llibre va dir que compartia l'objectiu del Govern de "lluitar contra la pandèmia i contra la crisi econòmica", però va destacar que això es podria aconseguir amb "mesures més equilibrades". "Per exemple –va afegir– plantejant que bars i restaurants tanquin a les 10 de la nit". També va subratllar que no s'entén per què la mesura és general per a tot Catalunya quan hi ha comarques, com la Cerdanya o els dos Pallars, amb un índex de rebrot baix.

Va lamentar, així mateix, no haver estat consultat per a l'adopció d'una mesura tan dràstica. "Dimarts van reunir els agents socials però només per parlar de teletreball i ahir (per dimecres) únicament ens van informar", va explicar.

Foment no recorrerà la decisió, però sí que expressa el seu suport als gremis afectats que sí que ho faran. I respecte a la modificació del Codi Civil català va avançar que "ja s'ha posat en marxa la comissió jurídica de Foment perquè analitzi les mesures a prendre".

Les Cambres de Comerç de Catalunya es van afegir també a la petició d'indemnitzar la restauració i el comerç. Les mesures restrictives deixen aquests sectors en estat "crític quan encara no s'havien recuperat de l'aturada de l'estat d'alarma i d'una temporada turística desastrosa", recorden. Per això, les cambres, malgrat que entenen les mesures aplicades per controlar la Covid, reclamen "amb urgència que es compensi amb ajuts directes els sectors afectats i les seves cadenes de subministraments per les pèrdues provocades" per intentar evitar "el tancament definitiu de molts d'aquests establiments i la destrucció de milers de llocs de treball".

La patronal Fecasarm xifra en 900 milions d'euros les pèrdues que hauran d'assumir només bars i restaurants, mentre que els centres de bellesa, que ocupen 6.000 persones a Catalunya –la majoria petites empresàries i autònomes– calculen que deixaran d'ingressar 10 milions d'euros per cada setmana de tancament. Els sectors afectats per les limitacions han començat a preparar a més la sol·licitud de nous ERTO, que s'espera que afectin milers de treballadors de forma immediata.

La Generalitat va anunciar dimecres un paquet d'ajuts de 40 milions d'euros, que tant el Gremi de Restauració com altres patronals han qualificat d'"insuficients". El Govern no ha concretat encara com gestionarà aquests ajuts, que segons càlculs de les patronals, s'acostarien als 1.000 euros de mitjana per negoci. Tampoc no agrada la via que vol habilitar la Generalitat per intentar rebaixar el preu dels lloguers, ja que implicaria, segons els gremis, emprendre una via judicial i un conflicte amb els propietaris dels locals.

La indignació en el sector és màxima i tot sembla indicar que duradora. Treballadors i patronals han convocat per a aquest matí una concentració de rebuig a les mesures del Govern davant el Palau de la Generalitat. Una protesta que té el suport de Foment del Treball i que comptarà amb la presència del seu president, Josep Sánchez Llibre, del Gremi de Restauració, Comertia, Barcelona Comerç o Barcelona Oberta, entre altres entitats.

Restauradors i comerciants lamenten que no els deixin treballar just quan començaven a remuntar i avisen que s'acosta una nova allau d'expedients de regulació temporal d'ocupació que afectarà milers de persones.

SENSE FEINA
Els sectors afectats preveuen una allau de nous expedients de regulació

40 MILIONS
Els gremis qualifiquen d'"insuficients" els ajuts anunciats pel Govern

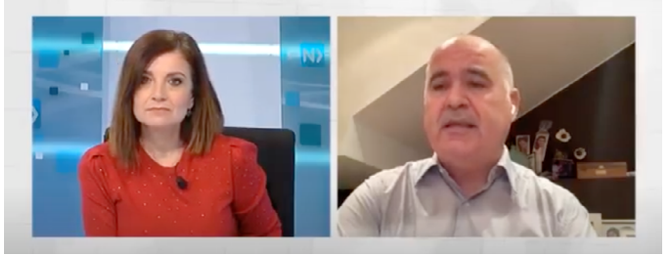
L'FMI insisteix a continuar amb els estímuls per reactivar l'economia

LALO AGUSTINA
Barcelona

Kristalina Georgieva, directora gerent del Fons Monetari Internacional (FMI), va tancar ahir la de la unitat d'acció per combatre la crisi sanitària, econòmica i social i, a més, evitar que esdevingui una crisi financera. En un to solemne, Georgieva va evocar la cimera de Bretton Woods del mateix FMI i en la qual es va enterrar una nova era presidida pels esforços dels estats pel multilateralisme.

"Avui afrontem un nou moment Bretton Woods –va assegu- un demà millor". La primera pedra de les dues tasques és derrotar la pandèmia, va afegir, amb especial èmfasi en que les teràpies i les vacunes arribin a tots els països. Però, mentre no arriba el final de la crisi sanitària, "animo tothom a continuar donant suport als treballadors i les empreses", va insistir Georgieva.

Segons els comptes de l'FMI, des de l'inici de la crisi s'han mobilitzat al voltant de 12 bilions de món i el balanç dels principals bancs centrals s'ha expandit en uns 7,5 bilions de dòlars fins ara. "Aquestes mesures sincronitzades han evitat les devastadores conseqüències financeres que vam veure en crisis prèvies", va afirmar la directora de l'FMI. Però no hi ha lloc per a la complaença perquè, va continuar, "encara que la banca global va entrar en aquesta crisi amb més nivells de capital i matalassos de liquidi-



Protesta dels responsables de botigues que estan en centres comercials ahir a l'Illa Diagonal de Barcelona per reivindicar l'obertura ■ JUANMA RAMOS

Els centres comercials reivindiquen poder obrir

- Es perden les vendes del Black Friday i l'inici de la campanya de Nadal, claus per recuperar-se
- El comerç de proximitat està content per l'obertura dels bars i augura una bona temporada d'hivern

Mireia Rourera
BARCELONA

Cara i creu de les botigues de proximitat per un cantó i dels centres comercials per un altre. El pla de reents i donen per perdut el Black Friday, la setmana que ve, que és l'inici de la campanya de Nadal, la més forta de l'any i clau per poder-se recuperar. Opinen que el tancament dels

La frase

"Que els bars estiguin oberts fins al vespre animarà les vendes del comerç de

L'obertura dels bars i restaurants fins al vespre, i no fins a les cinc de la tarda com s'havia dit en un primer moment, ha tranquil·litzat el comerç, que ho veu imprescindible per dimensions, i no considera la imposició d'una capacitat del 30% gaire problemàtica. Retailcat preveu "una bona campanya de Nadal" i augura una lenta però segura recuperació dels esta-

Un 5% de propietaris de locals esgrimeix una llei estatal per no rebaixar el lloguer

▶ El Govern insisteix en la competència catalana en dret civil i que el decret espanyol no és aplicable

ACN. BARCELONA

■ Un 5% dels propietaris de locals comercials tancats per la pandèmia es resisteix a pactar una rebaixa del lloguer amb els seus arrendataris, malgrat el decret del Govern que fixa reduccions de fins al 50%, escudant-se en una normativa estatal que els resulta més beneficiosa.

Així ho va denunciar ahir en roda de premsa la consellera de Justícia, Ester Capella, després d'una reunió amb David Sánchez, president de Comertia, l'associació catalana de l'empresa familiar en el sector del retail, que li va traslladar la preocupació dels comerciants afectats.

Després de recordar que el decret del Govern es basa en el dret civil català, d'aplicació prioritària a Catalunya, Capella va fer una crida a la «responsabilitat» dels propietaris de locals perquè s'avinguin a negociar amb els arrendataris i els va advertir que, si no hofan, podrien veure's obligats en el futur a retornar els lloguers cobrats indegudament a més dels danys i perjudicis provocats. «Si desapareixen els negocis, ja no serviran per res ni per a ningú», va avisar la consellera, després de recordar que el decret que el Govern va aprovar a l'octubre pretén mitigar els efectes de la pandèmia, protegint les activitats econòmiques i evitant la destrucció d'ocupació. El 5% dels propietaris de locals que es neguen a negociar rebaixes en els lloguers s'emparen en l'existència de dues normes paral·leles: el decret que la Generalitat va aprovar l'octubre del 2020, sobre la base del Codi Civil català, i un altre de més restrictiu del Govern central que va entrar en vigor al desembre de l'any passat.

La normativa catalana estableix que els arrendataris d'una activitat comercial que ha estat tancada per la pandèmia puguin negociar una reducció del preu de lloguer amb el propietari, si no hi ha acord, s'aplica una rebaixa automàtica segons una taxació preestablerta que pot aconseguir el 50%.

La consellera de Justícia, Ester Capella, i el president de Comertia, David Sánchez ACN

Capella demana als propietaris de locals «responsabilitat» perquè s'avinguin a negociar amb els arrendataris

Los empresarios catalanes se plantan y exigen al Govern priorizar la economía

CLAMOR EMPRESARIAL/ Fomento del Trabajo logra aglutinar en un acto a todas las organizaciones empresariales y económicas de Cataluña con el objetivo de condenar los altercados y exigir la recuperación del prestigio de la comunidad autónoma.

Gabriel Trindade. Barcelona

Los empresarios catalanes se unieron ayer en la Estació del Nord de Barcelona en un gran acto público convocado por el presidente de Fomento del Trabajo, Josep Sánchez Llibre, para condenar los disturbios de las últimas semanas y para exigir al futuro Govern de la Generalitat que priorice la recuperación económica. La movilización del empresariado llega en un contexto de hartazgo por las duras medidas para contener la pandemia aplicadas por el Ejecutivo autonómico y de desgaste de la

Emergència econòmica

Les botigues dels centres comercials denuncien el mal tracte del Govern

Els empresaris d'aquests locals se senten discriminats i exigeixen poder obrir

XAVI JURIO

Una empresària encén una espelma, símbol de la seva lluita, en l'acte de protesta celebrat ahir a Barcelona

LALO AGUSTINA
Barcelona

Amb indignació, ràbia, desesperació, impotència, un plor amb prou feines contingut i poca, molt poca esperança. Desenes de propietaris en representació de les milers de botigues dels centres comercials de Catalunya es van concentrar ahir a L'Illa Diagonal de Barcelona per llançar un crit d'auxili al Govern, que no els ha inclòs entre els establiments que poden obrir a partir de dilluns. L'acte, convocat poques hores abans per Comertia, va ser definit per Jordi Casas, de Sabateries Casas, com "un trist enterrament".

obrir els comerços catalans de fins a 800 metres quadrats, limitant l'aforament al 30% de la capacitat o, els de més superfície, reduint la zona oberta al públic al mateix límit d'espai abans citat. Això significa que totes les botigues de Catalunya poden recuperar –encara que sigui parcialment– la seva activitat d'aquí dos dies, incloent operadors potents com El Corte Inglés, Media Markt o Ikea, però d'aquesta desescalada no se'n beneficiarà el restaurant d'un centre comercial, la petita òptica, la botiga de moda o la gelateria. Tret que tinguin entrada independent des del carrer, tenen prohibit obrir. Això, després d'un any dificilíssim i a les portes del Nadal, és la ruïna, segons els comerciants.

Javier Cottet, president de Cottet Óptica i Audiologia, bramava contra una decisió que va titllar de política. "És un tema cultural, un disbarat, perquè van contra els fons o les multinacionals propietaris dels centres comercials però als que perjudiquen de debò és a molts comerços petits i empreses familiars", deia Cottet enmig de la protesta i entre gestos d'assentiment en els qui l'envoltaven.

Aina Rubí, de Joieria Rubí i presidenta de Comerciants L'Illa Diagonal, recordava que tots han fet inversions per complir amb totes les mesures de seguretat decretades per les autoritats espanyoles o catalanes.

La Generalitat permet l'obertura al 30% de l'aforament màxim i fins a 800 m², però no als centres comercials

"Ja més coses no podem fer, complim amb tot, no hi ha dret; confiem que canviïn de criteri i que puguem obrir dilluns", suplicava.

Oficiosament, la raó per la qual es manté el veto als centres comercials és per la mobilitat. "Els fa por la joventut, els grups que van als centres comercials a passar la tarda i no s'adonen que passa el mateix a Ikea o qualsevol altre lloc", diu un comerciant amb interlocució amb la Generalitat. La indignació en l'acte de protesta d'ahir la va resumir molt bé Jordi Casas: "Hi ha més perill de contagi en un passadís enorme d'un centre comercial, o en una botiga, o al metro, on la gent s'amuntega a les andanes i estan tots estrets als vagons en hora punta?".

La seva empresa, fundada el 1923 té 60 botigues, de les quals 12 es troben situades en diversos centres comercials i 10, a Catalunya, no poden obrir. "Al nostre sector es comença a parlar de concursos de creditors i tancaments", conclou.

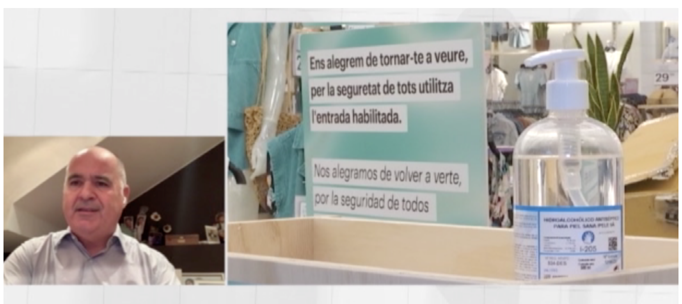
Sense viatges, les agències moren

L'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave) va valorar ahir com una "mala notícia" el pla de reobertura previst per la Generalitat, ja que manté el confinament perimetral de Catalunya fins al 21 de desembre, la qual cosa suposa la pèrdua d'una "festivitat clau" com és el pont de la Constitució. Acave va demanar aquesta setmana a la Generalitat que aixequés el confinament perimetral a partir del proper 23 de novembre. En aquesta data entrarà en vigor el control sanitari per a passatgers internacionals considerats de risc i que inclouen l'obligatorietat de disposar d'un test PCR negatiu realitzat 72 hores abans. Acave considera que una vegada entre en vigor "no té sentit" el tancament perimetral.

La entrada ayer de un comercio de la cadena alimentaria Ametller Origen, en Barcelona. / ALBERT GARCIA

Una encuesta a empresas familiares catalanas apunta a que la facturación ha caído un 20% en un año

Ocho cierres de negocios por cada cinco aperturas



"Ha arribat el moment de plantejar-nos on comprem"

Mireia Rourera
BARCELONA

Una de les coses que més han impactat de la crisi de la Covid-19 ha estat veure les botigues (i bars i restaurants) tancades. Sense botigues la vida ha desaparegut dels carrers. Aquesta crisi ens ha fet pensar en la vàlua i la importància del comerç de proximitat.

Ha estat així?
La crisi ha fet que es valori la proximitat en si mateixa, més enllà del comerç. El tema és: volem una societat robotitzada, informatitzada, amb algoritmes, completament artificial i faltada de relacions? O volem una societat en què les persones s'interrelacionin, es comuniquin i bescanviïn béns i serveis? I aquí és on el comerç té un pa-

> Ens hem de plantejar com comprem i a qui donem els diners i si aquests ens retornaran per sustentar l'estat del benestar

I el comerç què diu?
Diu: vigila on compres perquè estàs definint la societat per d'aquí a 15 anys! Moltes vegades la informació que ens arriba està dirigida per grans companyies de comunicació i de màrqueting, on ens posen sobre la taula els avantatges però no els

Els eixos i el Consistori ultimen el gran 'marketplace' de la ciutat

L. BENVENUTY Barcelona

Les associacions de comerciants Fundació Barcelona Comerç i Barcelona Oberta i l'Ajuntament estan ultimant la posada en marxa del gran *marketplace* de Barcelona. Aquesta nova pàgina web permetrà als navegants comprar en línia a totes les botigues dels principals eixos comercials de la ciutat, tant els més cèntrics com els ubicats als barris. El més probable és que entri en funcionament a començaments de l'any que ve.

"És necessari que el comerç de la ciutat faci un pas ferm i definitiu cap al món digital, que ha arribat per quedar-se. És una gran oportunitat!", apunta Salvador Vendrell, de la Fundació Barcelona Comerç. "Es tracta d'una manera de guanyar en competitivitat, sobretot per als comerços menys tecnològics. Òbviament continuem apostant pel nostre model, per les botigues, però el comerç també ha d'adaptar-se als nous hàbits", va afegir Gabriel Jené, de Barcelona Oberta. Aquest *marketplace* arrencarà sobretot amb els establiments adherits a aquestes dues entitats de comerciants, però està del tot obert a totes les botigues de Barcelona.

La comissió de govern de l'Ajuntament va aprovar fa pocs dies un conveni de col·laboració subscrit també per Comertia, Pi-

XAVI JURIO

El Portal de l'Àngel ahir

Barcelona espera que el Nadal salvi el comerç

El govern de l'alcaldessa Colau destina cinc milions d'euros a animar la ciutadania durant 40 dies clau per al futur

LUIS BENVENUTY
Barcelona

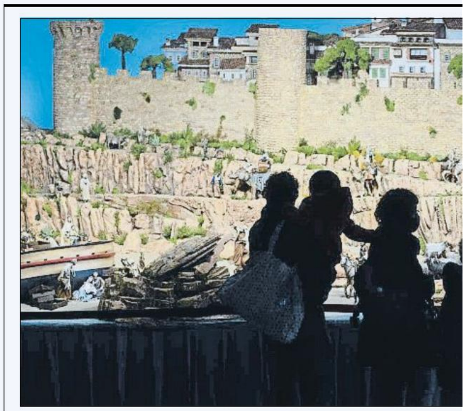
Concerts sorpresa, espectacles itinerants, un gran homenatge a la ciutadania... Barcelona està resolta a canviar el gènere de la seva història, a deixar enrere les pel·lícules catastrofistes, extravagants i apocalíptiques dels últims mesos i convertir-se en l'escenari d'una d'aquelles produccions nadalenques que tothom diu que detesta i que després sempre et roben una llàgrima fàcil.

El programa d'activitats és una plantilla d'Excel supermaratoniana, fins al 7 de gener. 40 dies de celebracions, una quarantena com Déu mana. Objectiu: salvar el comerç, salvar la ciutat, salvar-nos tots. Què preferiu?: una ciutat plena de repartidors estressats o d'aparadors lluminosos?, carrers vius plens de gent o carrers...? I de passada aixecar-nos l'ànim individual i col·lectiu, últimament força avinagrat i fins al capdamunt.

L'alcaldessa Ada Colau no havia parlat mai d'aquestes festes amb tant d'afecte com ho va fer ahir, en la presentació de l'última campanya nadalenca de la ciutat. De debò. "És un Nadal complicat, especial, però més necessari que mai. Impulsem aquesta campanya amb molt d'amor". L'alcaldessa Colau i el tinent d'alcalde i la regidora de Comerç, els socialistes Jaume Collboni i Montserrat Ballarín, van explicar els detalls d'aquesta iniciativa. Barcelona no s'havia entregat mai a aquestes celebracions com ja ho està fent aquest any. Al voltant de cinc milions d'euros costaran tots els fastos municipals, més o menys un més de l'acostumat. A les autoritats municipals els convé que tot surti bé. En aquests moments l'ànim dels barcelonins no pot aguantar cap altre bluf.

Si bé és cert que les tiranies de la pandèmia van frustrar en part els ambiciosos plans de renovació de l'enllumenat de Nadal que ja es gestaven, aquestes mateixes tiranies tan imperatives van activar la capacitat d'improvisació, d'innovació i d'adaptació a les lamentables circumstàncies d'un Ajuntament resolt a fer d'aquestes festes una plataforma de salvació del comerç de la ciutat, sobretot del més malparat, el del centre, que no s'havia vist mai en una tessitura tan espantosa com aquesta. Les places Catalunya i Universitat seran els punts neuràlgics d'aquesta invitació a tornar al centre de la ciutat, a retrobar-se amb la vella Barcelona.

La de Catalunya sens dubte recuperarà el protagonisme ciutadà que va perdre quan es va quedar sense la pista de gel. Aquesta vegada el gran encreuament de camins de la capital catalana sí que tindrà aires nadalencs. La plaça acollirà un any



Una família visitant la instal·lació del Museu Frederic Marès ahir al matí

El pessebre del Marès, amb reser

El tradicional pessebre del Museu Frederic Marès va obrir ahir les portes. Aquest any versa sobre les migracions. La gent ha de tramitar una reserva per poder visitar-lo. Aquest any ens quedem sense el pessebre de la plaça Sant Jaume i sense la cavalcada dels Reis d'Orient. Però el cert és que la major part de les tradicionals atraccions de Nadal de la ciutat estan trobant la manera d'adaptar-se a les restriccions que marca la pandèmia. Divendres es va posar en marxa la fira de Santa Llúcia,

9

PARTNERS I COL·LABORADORS

9. PARTNERS I COL·LABORADORS

9.1. MODALITATS

L'entitat disposa d'una línia d'esponsorització amb tres modalitats de col·laboració, per aquelles organitzacions interessades en donar a conèixer els seus serveis de valor a les empreses associades a través d'accions de branding, formació i reunions presencials, principalment.

RETAIL PARTNER

- Per a empreses amb vocació de créixer en el mercat del retail.
- La modalitat 'Retail Partner' de Comertia està plantejada per acompanyar l'activitat de l'associació en un any natural.

BRANDING PARTNER

Per a obtenir visibilitat i notorietat de marca

GLOBAL PARTNER

- Per a empreses líders en el seu sector d'activitat
- La modalitat 'Global Partner' de Comertia està plantejada per acompanyar l'activitat de l'associació en un any natural.

RETAIL GUEST COMERTIA

Per a empreses de retail líders en el seu sector d'activitat. Aquesta modalitat 'Retail Guest' de Comertia està plantejada per participar en l'activitat formativa i de serveis de l'associació. *

*L'Empresa Retail Guest Comertia NO participarà en els actes i esdeveniments relatius a la gestió de COMERTIA, tals com: assemblees, grups de treball o junta directiva.

ACTIVITATS	MODALITATS			
	RETAIL PARTNER	BRANDING PARTNER	GLOBAL PARTNER	RETAIL GUEST COMERTIA
Presentació per mail als socis de la nova empresa col·laboradora, serveis, condicions favorables i contacte.	○		○	
Difusió de la col·laboració a través de xarxes socials (Twitter i Linkedin).	○	○	○	
Presència de marca a la web de Comertia vinculada a la web de l'empresa.	○	○	○	○
Incorporació de l'empresa col·laboradora en el dossier de presentació de Comertia.	○		○	○
Organització d'un dinar i/o taller anual amb els socis per presentar una temàtica d'interès pels associats.	○			
2 invitacions per assistir a la Jornada anual de Retail Comertia (assistència 300 persones). Condició preferent de patrocini.	○	○		○
Branding durant 1 setmana en el mailing diari del resum de premsa. S'envia a 180 directius de Comertia, 3.600 impactes mensuals.	○			
Branding en el mailing diari del resum de premsa (50% dels enviaments anuals). S'envia a 180 directius de Comertia, 3.600 impactes mensuals.		○	○	
Branding en la newsletter mensual de Comertia (50% dels enviaments anuals). S'envia a 2.000 contactes. Possibilitat d'inserir una comunicació corporativa.	○	○	○	
Entrega de dossier d'impactes i difusió anual de la col·laboració.		○		
Presència de marca o branding a dinars i tallers d'intercanvi entre associats.			○	
Organització d'un dinar i/o un taller anual amb els socis per presentar una temàtica d'interès pels associats.			○	
Branding a la Jornada anual de Retail Comertia (assistència 300 persones). Possibilitat de repartir informació als assistents.			○	
Participació en les activitats de formació i serveis de COMERTIA en les mateixes condicions que els associats.				○
Convocatòria a participar en tots els esdeveniments organitzats per COMERTIA dirigits als associats per tal de millorar les sinergies entre ells: dinars, tallers, jornades, viatges, retail tour. Material comunicatiu de COMERTIA: newsletter, resums de premsa, etc.				○

9.2. PARTNERS

Aquest 2020, Comertia ha comptat amb els següents Partners:

Centre d'Investigació Salarial.
Consultoria sobre remuneracions i Recursos Humans
ceinsa.com

Energia elèctrica
factorenergia.com

Follow Up
followup.es

Ciscar de Grau - Derecho Digital
ciscardegrau.es

Plataforma de màrqueting omnicanal
splio.com

9.3. ALTRES ASSOCIACIONS

Així mateix, Comertia manté una estreta col·laboració amb altres associacions vinculades al retail i amb entitats, públiques i privades, per al desenvolupament de la seva activitat.

CCAM Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya	Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya ccam.cat
Ajuntament de Barcelona	Ajuntament de Barcelona barcelona.cat
Diputació Barcelona #DibaOberta	Diputació de Barcelona diba.es
ACCIÓ Generalitat de Catalunya	Competitivitat per l'empresa acc10.cat
CaixaBank	Entitat financera lacaixa.es
eada® business school barcelona	Escola d'Alta Direcció i Administració eada.edu
Escodi Escola Universitària de Comerç i Distribució	Formació per al sector del comerç escodi.com
ESCI upf. School of International Studies	Escola Superior de Comerç Internacional esci.es
ISDI DIGITAL TALENT	ISDI isdi.education

.comertia

© Comertia, 2020
Av. Diagonal, 452, 7ª planta
Edifici Cambra de Comerç
08006 Barcelona
www.comertia.net

Direcció: Elisabet Vilalta
Coordinació: Agència Setting Comunicació
Disseny de coberta: Solsona Comunicació
Disseny i maquetació: Natàlia Teira
Impressió: Artyplan

.comertia

Ajuntament de Barcelona