

# COMERÇ ACTIU



La revista dels empresaris i els professionals del comerç català  
Número 1 Desembre 2009–Febrer 2010

## EL COMERÇ CATALÀ ES PREPARA PER REBRE LA SEVA NOVA LLEI



ENTREVISTA AMB  
L'EX PRESIDENT DE  
LA GENERALITAT  
JORDI PUJOL



ES TANCA UNA  
TEMPORADA DE  
NADAL PLENA  
D'OFERTES

# Estalvii un 15% en el seu rebut elèctric\*

Una companyia elèctrica al  
servei de tots

**factorenergia**



\*FACTOR ENERGIA, ha establert un conveni amb l'Aggrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya per oferir a tots els seus associats un descompte del 15% sobre la tarifa elèctrica en vigor.

Factorenergia

Avda. Diagonal. 612 Ent. 08021 Barcelona - Telèfon: 93 362 15 60, Fax: 93 209 73 74

Correu: [factor@factorenergia.com](mailto:factor@factorenergia.com) - [www.factorenergia.com](http://www.factorenergia.com)



**Jordi Vilapriný i Parellada**  
President de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya

Després d'un llarg recorregut de la nostra revista 'El Botiguer', avui comencem una nova etapa canviant la capçalera i amb un nou projecte editorial. L'esperit de la revista és el mateix però amb uns continguts més amplis i adequats als canvis que constantment transformen la nostra societat, uns canvis de vertigen, als quals hem d'acomodar-nos, i, si pot ser, anticipar-nos, per tal de ser innovadors tots plegats com a col·lectiu i cadascú en el seu negoci.

Aquesta revista no vol ser altra cosa que un mitjà de comunicació entre tots i un estri que ens ajudi a reflexionar sobre els temes que realment ens interessin, i, en conseqüència, ens ajudi a millorar més, si cal, en el que segur que ja fem molt bé cadascú a casa nostra.

La revista està totalment oberta a tots vosaltres, a les vostres col·laboracions, idees, inquietuds, preocupacions, denúncies, etc. Així doncs, animeu-vos a col·laborar-hi perquè les opinions i experiències de cadascun de nosaltres són, sempre, interessants per a tots, i la unió, comunicació i intercanvi entre nosaltres són eines importantíssimes per tirar endavant individualment i com a col·lectiu que som. ●



## STAFF

**Comerç Actiu** és una revista trimestral editada per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) - **Edició executiva, redacció, disseny, publicitat i impressió:** Ideas Editoriales 3003 SL – **Gerent Editor:** Jorge Martín – **Director de Redacció:** José Óscar Plaza – **Consell Editorial:** Jordi Vilapriný, Emiliano Maroto, Ramón Creus, Agustí Gómez - **Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC):** Pg. De Gracia, 20 2n, 1ª, 08007 Barcelona Tel 93 318 52 52 - Fax 93 318 61 67 - correu electrònic: abcserveis@abccat.com - <http://www.abccat.com> - **Ideas Editoriales 3003 SL:** C/Tarragona 84-90, 1-8 - 08015 Barcelona - Tel. 93 423 84 04 / Fax 93 426 69 79 [comercactiu@ideaseditoriales.com](mailto:comercactiu@ideaseditoriales.com) / <http://www.ideaseditoriales.com> / **Impremta:** Impremta Pagès / **Dipòsit legal GI-1422-2009**

## ACTUALITAT

- 06 Notícia destacada.**  
La informació més destacada sobre el comerç urbà.
- 08 Territorial.**  
Les últimes notícies, per territoris.
- 10 Breus.**  
Actualitat recollida de forma breu.

## POLÍTIQUES PRO-COMERÇ

- 12 Opinió.**  
Tres autoritats opinen sobre el naixement de la nova revista.
- 13 Opinió.**  
Els autònoms, per Emiliano Maroto, Coordinador General de la TAC.
- 14 Conversem amb...**  
Jordi Pujol, ex President de la Generalitat.
- 17 Legislació.**  
El nou Decret Llei del comerç català.

## MÀRQUETING I GESTIÓ COMERCIAL

- 22 Vendes.**  
Un Nadal amb més ofertes que mai.
- 26 Comerç Innovador.**  
Com gestionar els residus.
- 28 Cas d'Èxit.**  
L'eix comercial Mediterranean Shopping Way.

## EQUIPAMENT I SERVEIS

- 31 Serveis Financers.**  
El Rènting.
- 32 Serveis Energètics.**  
Els dubtes sobre la nova tarificació elèctrica.
- 34 Comerç Segur.**  
L'amenaça dels bitllets falsos.
- 38 Salut Laboral.**  
La futura llei antitabac.
- 40 Ajuts i Subvencions.**  
El 'Pla Renova't' de l'Institut Català de l'Energia.

## LLEURE

- 42 De Fira a...**  
La Fira de l'Embotit d'Olot.
- 43 Llibres.**  
Narrativa sobre gestió empresarial.

## EL BOTIGUER

- 44 Butlletí El Botiguer.**  
Butlletí sobre l'activitat de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya.



14 Conversem amb Jordi Pujol.



22 Un Nadal ple d'ofertes.



34 L'amenaça dels bitllets falsos.



## Idees eficients. Negocis brillants

### **PLA RENOVAT** D'ENLLUMENAT PER A COMERÇOS

Ajuts per a la compra de bombetes, làmpades, sistemes de control d'encesa i regulació de nivell d'il·luminació

Enllumenat, control d'encesa i nivell d'il·luminació energèticament eficient



ajut del **30%** de la inversió | fins a **15.000€**  
\* Inversió mínima de 500 €.



NOVA LEGISLACIÓ QUE AFECTA EL NOSTRE SECTOR

# ELS COMERÇOS PODRAN COBRAR RECÀRREC PER L'ÚS DE LA TARGETA

El passat mes d'octubre, el Congrés dels Diputats va aprovar la nova Llei de Serveis de Pagament, que entre d'altres aspectes permet als comerciants exigir una quota addicional al client que realitzi el pagament amb targeta de crèdit. Les reaccions, tant dels botiguers com de les associacions de consumidors, no s'han fet esperar.

**REDACCIÓ.** El Ple del Congrés dels Diputats va aprovar el passat 29 d'octubre la nova Llei de Serveis de Pagament, que trasllada a la normativa espanyola la directiva comunitària 2007/64/CE sobre serveis de pagament en el mercat interior.

Aquesta nova legislació declara nul·la la tota clàusula que impedeixi als comerciants "exigir el pagament d'una quota addicional o oferir una reducció per la utilització d'un instrument de pagament específic". O el que és el mateix, es reconeix la possibilitat d'aplicar recàrrecs a les operacions realitzades amb targeta.

Tot i que aquesta llei, que previsiblement entrarà en vigor a principis de l'any vinent, només assenyalava que l'import del recàrrec "no podrà superar les despeses diferencials en que efectivament incorri el beneficiari per l'acceptació d'aquests instruments", ja s'ha estès la por entre els consumidors en relació a què aquesta nova mesura obri la porta a un increment dels preus.

Cal afegir que el Govern es reserva la facultat de limitar o fins i tot prohibir el recàrrec per part dels comer-

ciants sobre les operacions abonades amb targeta de crèdit o altres mitjans si es considerés oportú, atenent a la necessitat de "fomentar la competència i promoure l'ús d'instruments de pagament eficaços". Com va explicar la diputada socialista Maria Jesús Vázquez, aquest article no imposa cap "obligació" de cobrar un percentatge de recàrrec i no suposa cap canvi respecte la situació actual, sinó que es limita a protegir els comerciants "d'una possible apujada" de les comissions. A més, va assegurar que l'aplicació del recàrrec és, a dia d'avui, "pràcticament inexistent".

## QUÈ SUPOSA PEL COMERCIANT?

El principal canvi que aporta aquesta llei al comerciant és que a partir d'ara podrà cobrar suplementos o fer descomptes per la utilització d'una determinada forma de pagament, una pràctica que fins ara impedièn els contractes establerts entre emissors de targetes i comerços.

Al nostre país era l'ordenament qui assumia totes les despeses derivades d'una operació. En el cas de les domiciliacions, era l'entitat emissora

**EL COMERCIANT PODRÀ COBRAR SUPLEMENTS O FER DESCOMPTES PER L'ÚS D'UNA DETERMINADA FORMA DE PAGAMENT**



dels rebuts la que assumia les comissions per la domiciliació dels mateixos, mentre que en el cas de les transferències sempre era l'ordenant qui pagava les comissions. En canvi, amb la nova Llei de Serveis de Pagament, s'estableix com a norma el criteri de despeses compartides.

#### QUÈ SUPOSA PEL CLIENT?

Per molt que hagi estat rebuda amb escepticisme o fins i tot temor entre els consumidors, aquesta nova llei aporta una sèrie de mesures destinades a millorar la seva seguretat a l'hora d'utilitzar mitjans de pagament.

Per exemple, les entitats hauran de garantir que els elements de seguretat només siguin accessibles al titular. Per aquest motiu suportaran els riscos derivats de l'enviament de les

targetes, el seu PIN o les claus d'accés per realitzar pagaments a través d'Internet. També hauran de tenir mitjans adequats per comunicar la pèrdua, robatori o ús indegut de l'instrument de pagament, així com registres que demostrin que s'ha efectuat aquesta comunicació.

S'estableix legalment el límit de responsabilitat de l'usuari per ús fraudulent de mitjans de pagament, que queda fixat en 150 euros. Fins ara, l'aplicació d'aquest límit era només una recomanació de la Comissió Europea, i feia que moltes entitats o no l'incloguessin als contractes o ho fessin amb restriccions. A més, el límit de responsabilitat s'aplicarà ara a tots els instruments de pagament, incloent operacions en caixer realitzades amb llibreta. ●



### LES REACCIONS

#### **Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC):**

Ha assegurat que la nova llei no suposarà un increment de preus, sinó que es limitarà a donar cobertura legal a una pràctica que es produeix en algunes operacions de baix import i amb un preu fixat pel fabricant. No obstant, el President de l'Agrupament, Jordi Vilaprinyó, ha manifestat que "aquesta mesura no s'aplicarà per sistema".

**VISA:** La companyia ha lamentat que es pugui cobrar un recàrrec als usuaris que utilitzin targetes de crèdit per fer les compres.

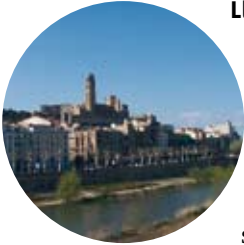
**Organització De Consumidors i Usuaris (OCU):** La OCU opina que la clàusula del criteri de despeses compartides obre la possibilitat a què les entitats cobrin per comissions que fins ara no existien.

**Confederació de Consumidors i Usuaris (CECU):** El seu portaveu, Antonio López, va declarar que la CECU s'oposarà a què es cobri a l'usuari un percentatge per fer servir la targeta.

**Unió de Consumidors d'Espanya (UCE):** La UCE de la Comunitat de Madrid ha qualificat la mesura com "inacceptable" i ha dit que demanarà als usuaris que deixin d'utilitzar targetes.

## LLEIDA

## Els botiguers de la Zona Alta reclamen més seguretat



**Lleida.** El president de l'Associació de Comerciants de la Zona Alta, Josep Bellera, va recomanar recentment als botiguers que instal·lin càmeres de seguretat dintre dels comerços per identificar els lladres, així com alarmes i portes fermes per impedir-los l'accés a la botiga. Malgrat això, Bellera no es va mostrar partidari de contractar seguretat privada, sinó de què fos l'ajuntament qui hi enviés la policia. ●

## La Cambra de Comerç organitza una jornada sobre empresa familiar



**Lleida.** El 24 de setembre, la Cambra de Comerç de Lleida va organitzar una jornada dedicada a l'empresa familiar. Aquest acte va comptar amb la presència del president de la Cambra de Comerç de Lleida, Joan Simó, a més de la participació del Carles Arbesú, Family Business Consulting Group i professor de la Càtedra de l'Empresa Familiar a la Universitat d'Oviedo. ●

## TARRAGONA

## La morositat fa tancar el Mercat Central de Valls



**Valls.** Set comerços. Això és tot el que queda del Mercat Central de Valls. Els altres seixanta-vuit establiments han anat abaixant la persiana en els darrers mesos. La causa: l'elevat nombre de comerciants morosos, que han abandonat la seva parada sense satisfer les despeses. Els 'supervivents' ja han anunciat que després de Nadal ja no hi quedarà ningú. ●

## Salou crea un observatori del comerç local



**Salou.** La població tarragonina s'ha convertit en el primer municipi català que tindrà un observatori del comerç local, que vol centralitzar totes les estratègies per tal de dinamitzar el sector. Actualment, només el 40% dels comerços de Salou obren durant tot l'any, segons càlculs del consistori. Aquest nou instrument té el suport de l'Associació Comercial Salou 365 Dies, la Generalitat de Catalunya i la URV. ●

## GIRONA

### Èxit de la I Fira Medieval Fantàstica de Banyoles

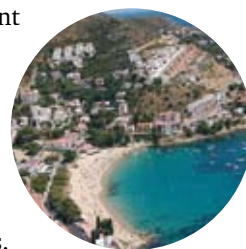
**Banyoles.** Les fires medievals s'han convertit en una bona manera de dinamitzar el comerç, i cada cop son més els ajuntaments que decideixen organitzar-ne una. Banyoles ha estat l'última en afegir-se a la llista de localitats amb fira pròpia, anomenada "Aloja: Primera fira medieval fantàstica de Banyoles".



L'afegitó de fantàstica vol diferenciar-se de la resta i relacionar-la amb la tradició de Banyoles, com les llegendes al voltant del monstre de l'estany. Entre les diferents activitats que s'hi van realitzar cal destacar els tornejos d'herois, les parades al carrer o el sopar medieval popular. ●

### Roses permetrà ocupar el carrer amb expositors dels comerços

**Roses.** Els comerciants de Roses podran finalment mantenir part dels expositors de productes que tenen al carrer. Aquesta és una de les novetats que permet el nou plantejament de l'ordenança d'ocupació de via pública que ha fet l'Ajuntament de Roses. Una ordenança que fins ara prohibia als comerciants posar expositors de productes al carrer, però que finalment permetrà fer-ho, això sí, amb uns límits.



En concret, es podran posar expositors a terra, cosa que no es permetia, i s'incrementa l'espai que es podrà ocupar en els carrers amples fins a un metre. L'equip de govern ha acceptat així parcialment les peticions dels botiguers, que li reclamaven una normativa menys estricta. ●

## BARCELONA

### El mercat de Can Vidalet es trasllada a un envelat

**Esplugues de Llobregat.** Des del 15 de setembre, les parades del mercat municipal de Can Vidalet s'han instal·lat en un envelat, situat a la plaça de la Bòbila, prop de la llotja de la ciutat.

A l'envelat hi ha un total de 26 parades, on podem trobar articles com ara aliments frescos i envasats. Hi ha, a més, un vestíbul, un bar i un espai amb bancs per al descans dels clients. Els horaris d'aquest nou recinte segueixen els dels nous mercats municipals, que opten per incrementar el nombre de tardes en que estan oberts, concretament les de dijous i divendres. ●



### Santa Coloma aprova el pla de regulació d'usos comercials

**Santa Coloma de Gramenet.** L'Ajuntament ha donat un nou impuls a la modernització del seu teixit comercial amb l'aprovació del pla de millora urbana per a la regulació d'usos comercials. Es tracta d'un document, elaborat en col·laboració amb la Diputació de Barcelona, que vol regular la instal·lació de comerços a la ciutat per tal d'evitar la duplictat de serveis en una mateixa àrea i fer-los més atractius per al consumidor. El text analitza la situació actual de la població i dona diversos consells, com ara evitar "l'amenaça" de determinades activitats comercials. ●





## La despesa bàsica de les llars espanyoles s'estanca el 2009

**MADRID.** La poca força del consum privat a Espanya és, sens dubte, una de les principals causes de la caiguda que ha sofert el producte interior brut (PIB) els darrers trimestres. Les famílies espanyoles van tenir una despesa mitjana de 4.103 euros en productes d'alimentació i drogueria entre el juliol del 2008 i el juny del 2009, xifra que suposa un descens d'un 0'5% respecte a la obtinguda el mateix període de l'any anterior, segons es desprèn d'un anàlisi realitzat per l'empresa d'informació TNS Worldpanel.

El mateix estudi també apunta que a les cases espanyoles es va anar a comprar 84 dies al llarg de l'any, un més que durant el mateix període de l'any anterior. Pel que fa a la despesa, calcula que en cada un d'aquests dies de compra es van gastar una mitjana de 49 euros. Catalunya va gastar al voltant de 4.300 euros anuals, xifra que la situa com la segona comunitat amb més consum després de Galícia i que representa un increment d'un 0,8% respecte al mateix període de l'any anterior. ●

## El desembre del 2010 tindrà quatre festius d'obertura comercial

**MADRID.** Segons el calendari aprovat pel Govern, el desembre de 2010 tindrà un total de quatre dies festius en què els comerços podran obrir les seves portes. Concretament, es tracta del dilluns 6 de desembre, el dimecres 8, el diumenge 12 i el diumenge següent, dia 19. Cal recordar que la llei autoritza a obrir un màxim de vuit diumenges i festius. En el cas del 2010, la resta del calendari d'obertura comercial es completa amb els diumenges 3 i 10 de gener, l'últim abans de Reis i el primer de les rebaixes d'hivern, el 4 de juliol per a les rebaixes d'estiu i el 12 d'octubre. En el cas d'aquest darrer dia i del 6 de desembre, els ajuntaments podran canviar-los per un festiu o diumenge de caràcter local a la seva elecció, però ho hauran de comunicar amb certa antelació a la Direcció General de Comerç de la Generalitat. ●



## Comerciants reclamen un pla industrial per a les Terres de l'Ebre

**TORTOSA.** Els comerciants i restauradors de Tortosa i Roquetes van manifestar la seva preocupació per la pèrdua d'ocupació en el sector industrial de les Terres de l'Ebre. Una pèrdua que s'agreuja amb el futur tancament de la multinacional Lear a Roquetes. Per aquest motiu, el sector del comerç de la zona reclama al govern un pla industrial i va manifestar-se el passat 31 d'octubre. L'Agrupació Centre Comercial de Tortosa, l'Agrupació de Comerç de Ferreries, l'associació Venedors del Mercat, l'Associació d'Empresaris de Jesús, Comerç Agrupat de Roquetes i Platigot van decidir fer front comú distribuint cartells entre els seus associats. El seu objectiu és reclamar un pla d'industrialització, una reivindicació també compartida per la Cambra de Comerç de Tortosa i el Consell Econòmic i Social. ●



## El sector comercial tarragoní segueix dividit entre dos representants

**TARRAGONA.** La lluita entre els dos màxims representants del comerç a Tarragona, la Federació d'Unions de Botiguers (FUBT) i l'òrgan independent Via T, està dificultant la unió dins del comerç a aquesta zona. Tot i que ja fa temps que els comerciants de Tarragona són plenament conscients que cal unir esforços tant per superar la crisi com per aguantar els efectes que pot provocar l'obertura d'un nou Corte Inglés l'any que ve, la disputa entre aquestes dos entitats està sent un obstacle. El conflicte és degut a què Via T creu que el canvi d'estatuts que proposa la FUBT els perjudicaria, i la federació diu que cal afavorir els comerços dels barris. Davant d'aquesta situació, l'Ajuntament de Tarragona s'ha ofert per actuar com a interlocutor, fet que ha estat vist positivament per les dues parts. ●



## La crisi econòmica fa tancar el doble de botigues a Reus

**REUS.** Des del mes de gener fins ara, més d'un centenar de botigues de Reus han hagut de tancar, una xifra que és el doble "del que és normal", en paraules del president de la unió de botiguers de la població, Pere Margalef. La crisi i el descens de vendes que ha produït han fet que a molts comerciants ja no els surti a compte mantenir obert el negoci, davant la impossibilitat de pagar el lloguer del local. Tot i que encara no es disposa de dades oficials, la Unió de Botiguers de Reus calcula que els comerciants han patit pèrdues de gairebé un 30%. Tot i aquesta situació poc optimista, Margalef ha assegurat que el centre de Reus "no es desertitzarà" i va destacar la importància per ell "vital" de canviar el rumb de la situació, apostant per "un plantejament de la ciutat que la faci més atractiva" per a tothom. ●



---

**175 ANYS** va complir el mes passat la Merceria Casa Tenas d'Olot. Per a celebrar-ho, la Cambra de Comerç de Girona la va distingir amb un guardó.

---

## Dos milions d'euros per avalar crèdits a comerços

**BARCELONA.** El Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat destinarà dos milions d'euros a facilitar els crèdits que demanin empreses del sector del comerç. Gràcies al conveni signat entre la societat Avalis i la Direcció General de Comerç, es podrà oferir avals a petites i mitjanes empreses del sector, així com també a autònoms, amb un import màxim de 250.000 euros. La Direcció General de Comerç aportarà el 4% d'aquesta xifra i calcula que amb aquesta contribució de dos milions es podrà facilitar avals per un valor total superior als 50 milions d'euros. El conseller Huguet, que va qualificar aquest conveni com a "peça clau per facilitar la continuïtat de l'activitat empresarial" va fer públic l'acord durant la inauguració de la jornada 'Comerç al Dia' de Cornellà de Llobregat. ●

## Iniciativa pionera per impulsar la producció i el consum ecològic

**AMPOSTA.** 'Aula Camp i Taula' és el nom d'una iniciativa pionera que han impulsat al Baix Ebre i Montsià tres entitats de productors i consumidors sense ànim de lucre i que han aconseguit la implicació també del Consell Comarcal del Montsià, la Societat Privada Municipal Ulldecona Activa i el CEIP Ramon i Cajal de la mateixa població. Entre els seus objectius es troben incrementar la producció i el nombre de productors d'agricultura i ramaderia ecològica a les comarques i conscienciar els consumidors dels avantatges per a la salut i la conservació del paisatge que té aquesta activitat econòmica. ●

# EL MODEL CATALÀ DE COMERÇ: UN OBJECTIU COMÚ



**Gemma Puig**  
Directora de  
Comerç de la  
Generalitat  
de Catalunya

El naixement d'una nova publicació dedicada al comerç sempre és una bona notícia. De fet, l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) ha considerat, des de la seva constitució el 1985, que la millor manera de representar i defensar el sector comercial era facilitar un flux d'informació permanent sobre tot allò que, de forma directa o indirecta, pot afectar-li.

Dels principals objectius de l'ABC, jo en destacaria el de desenvolupar i consolidar un model de comerç urbà i de proximitat, dotant-lo d'instruments que permetin la millora de la seva competitivitat. Un objectiu que compartim des de la Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya.

Aquesta és la base del concepte de model català de comerç. En els dar-

ters anys, la Generalitat ha estat perfilant aquest model segons les evolucions socials i econòmiques i les noves necessitats del mercat, però a partir sempre de la tradició de comerç petit i mitjà urbà.

Ara, la Directiva de Serveis de la Unió Europea ens dóna la oportunitat de concretar la regulació del nostre model de comerç que, especialment ara en temps de crisi mundial, és considerat internacionalment com a exemple a seguir.

L'avantprojecte de llei, que la Generalitat ha redactat amb la col·laboració del sector del comerç (entre les entitats participants hi ha l'ABC), recull aquest model mediterrani de ciutats cohesionades, amb un urbanisme compacte, mediambientalment respectuoses i amb una mobilitat sostenible.

Des de la Generalitat no defensem aquest model en clau proteccionista, sinó que, conscients que el futur rau en la innovació i en l'eficiència, apostem per les empreses competitives, ja siguin grans o petites, però dins d'un marc on les regles del joc siguin iguals per a tothom i en defensa d'un model de comerç integrat dins la ciutat.

Moltes felicitats per la nova revista! ●

## Una mostra del dinamisme de l'ABC



**Francesc Ventura**  
Gerent  
d'Institucions  
i Col·lectius  
de Banc Sabadell

L'aparició de la revista *Comerç Actiu*, el nou mitjà de comunicació de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC), és una notícia excel·lent que demostra, un cop més, el dinamisme de l'ABC i el sector al qual representa.

Estem convençuts que *Comerç Actiu* serà una eina de dinamització per als associats de l'Agrupament. De fet, al Banc Sabadell, on hem estat sempre al costat dels comerços del país, ens permetrà conèixer millor les necessitats del vostre sector i, d'aquesta manera, oferir-vos unes solucions financeres encara més útils.

Us felicitem per aquesta nova etapa i esperem fer-vos-hi costat. ●

## Una iniciativa per a un comerç més unit i sòlid



**Pere Llorens**  
President de  
la Confederació  
Catalana  
de Comerç

Estem vivint una època de gran incertesa econòmica però, sembla ser, la situació comença a millorar, ja que, segons dades encara per confirmar, que coneixerem el proper mes de febrer, durant l'any 2009 el nombre de botigues obertes a la província de Barcelona va augmentar lleugerament, un creixement que representaria uns quants establiments nous.

Confiem, doncs, en què s'estigui obrint una porta a la creació d'iniciatives com aquesta nova revista, *Comerç Actiu*, que ajudaran a reflectir les inquietuds del comerç català i fomentaran la creació d'un comerç més unit i sòlid on tots els comerciants catalans puguin sentir-se implicats. ●

# AUTÒNOMS: UN MÓN DE PRIVILEGIATS?



**Emiliano Maroto**  
Coordinador General de la Taula d'Autònoms de Catalunya

El concepte que algunes persones tenen del món de l'autònom és, si més no, peculiar. Entenen que es tracta d'una figura rara i difícil de qualificar: pensen que és un privilegiat laboral perquè no depèn de ningú, només de si mateix, que treballa en la mesura de les seves necessitats, sense cap horari i que no ha de donar cap explicació dels resultats de la seva feina. Que fa i desfà com vol, és a dir, un autèntic privilegiat. La cirera que guarneix aquest concepte és quan parlen de les avantatjoses condicions que rep l'autònom per prestacions socials, i estan convençuts que les obligacions fiscals també són de 'Champions'.

D'aquesta manera tan simple, potser un pèl exagerada, és el que pensen de l'autònom una bona part "de la societat civil". Però també hi ha un bon grapat de persones "de la societat no civil" que pensen així, i aquest últim grapat és el més preocupant i perillós (pel autònom), no només pel que representen, si no per a qui treballen. Del món de l'autònom aquestes persones no hauran sentit parlar, per exemple, de la prestació social pel cessament d'activitat, de la separació del patrimoni personal del professional, o de les reconversions sectorials

en el transport, el comerç o en activitats agrícoles i ramaderes. És lògic que no hagin sentit parlar "d'aquests privilegis" perquè no els tenen avui dia, així de senzill.

La realitat de l'Estatut del Treball Autònom és que ha solucionat una part del desemparat món de l'autònom, però encara hi ha una altra part que presenta carències que obligatòriament s'han de resoldre perquè afecta a un important número de persones treballadores, més de 3.240.000 autònoms en tot el país, i perquè creiem que és de justícia solucionar les situacions discriminatòries que pateix aquest col·lectiu.

A Catalunya tenim més de 560.000 autònoms i des del gener de 2008 s'han perdut a prop de 35.000 que han deixat de cotitzar. Aquesta última és una xifra freda i sagnant que en molts casos amaguen veritables drames laborals, familiars i econòmics.

El passat dia 10 de juliol, la Taula d'Autònoms de Catalunya i FS TRADE-CCOO vam lliurar al Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya un document aprovat per les dues organitzacions titulat '10 propostes de suport al treball autònom a Catalunya' que recull un seguit de mesures que poden ajudar a superar en millors condicions l'actual situació de crisi.

El Departament de Treball ha de constituir amb caràcter d'urgència el Consell Català del Treball Autònom, on l'administració, les organitzacions empresarials, sindicals i del treball autònom més representatives a Catalunya siguem capaços de desenvolupar aquelles accions que ajudin a aquest col·lectiu tan important per l'economia catalana.

Si ens distraïem en el temps i deixem passar aquesta ocasió sense implicar-nos de veritat, haurem perdut una gran oportunitat per sumar confiança. ●





JORDI PUJOL, EXPRESIDENT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

## “CAL UNA POLÍTICA DE PROTECCIÓ I AJUT ENVERS EL COMERÇ”

Quan un parla amb Jordi Pujol, President de la Generalitat de Catalunya durant més de vint anys, sempre en treu alguna conclusió. I si el tema de la conversa és el comerç català, matèria per la qual Pujol sempre ha demostrat especial interès i preocupació, el que en resulta és una anàlisi tant directa i encertada com la que ens va fer en una entrevista exclusiva.

**TEXT: JOSÉ ÓSCAR PLAZA/ FOTOS: EDGAR BALLARÍN, JOSEP RENALIAS I CDC.** Poques persones poden parlar del comerç amb l'experiència amb la que ho fa Jordi Pujol i Soley. President de la Generalitat durant vint-i-tres anys, Pujol va analitzar temes com l'actual situació econòmica, la transposició de la directiva europea de serveis o els efectes de l'aparició de comerços regentats per immigrants. En tots ells, va demostrar seguir tenint el mateix gran interès per les nostres problemàtiques que quan era al govern.

**La seva trajectòria com a President de la Generalitat (1980-2003)**

li ha permès conèixer de primera mà l'evolució del comerç urbà i de proximitat, que la nostra Associació defensa i representa a nivell català. D'on ve i cap a on va el nostre comerç, en aquest món cada vegada més interconnectat?

Ve d'una llarga tradició, molt antiga, que en un moment determinat va entrar en una certa crisi que va provocar que molta gent hagués de plegar en alguns sectors. Però després, en el seu conjunt, el comerç urbà i de proximitat s'ha refet. Quan jo era President de la Generalitat vaig mirar de fer una política de defensa d'aquest tipus de comerç.

## QUAN JO ERA PRESIDENT DE LA GENERALITAT VAIG MIRAR DE FER UNA POLÍTICA DE DEFENSA D'AQUEST TIPUS DE COMERÇ. ARA ES RECONeix MÉS EL PAPER QUE REPRESENTEN ELS BOTIGUERS

La integració europea, molt positiva en certs aspectes, ha portat també una tendència unificadora, exemplificada per exemple per la Directiva Bolkestein de serveis, que si s'apliqués fil per randa socavaria la figura del botiguer com a tret distintiu del nostre teixit comercial. Recolza la transposició d'aquesta Directiva que duen a terme les administracions catalana i espanyola?

Sembla que no només amb la figura del botiguer, sinó que també amb altres sectors, la anomenada Directiva Bolkestein de serveis s'aplicarà de manera que salvi determinades activitats. Esperem que cada Estat i cada Autonomia pugui aplicar-la amb matisos per poder preservar la continuïtat d'aquesta mena de comerç.

Vostè parla sovint de l'IVA (Idees, Valors i Actituds), uns conceptes que el botiguer català defensa amb la seva feina diària. Una part de la societat, però, sembla anar per un camí diferent. Què cal fer per recuperar aquest IVA?

Cal que tothom que tingui capacitat de magisteri defensi aquests valors d'una manera pràctica. Per exemple, ho poden fer la família, l'escola, els mitjans de comunicació, l'església, les associacions cíviques... Són valors necessaris perquè una societat funcioni. Un bon IVA és un bon conjunt de Idees, Valors i Actituds que dona coherència, convicció i energia a l'acció d'un país.

No creu que s'ha fet poca justícia amb la figura del botiguer com element d'integració dels barris i pobles, sovint introductor dels nous vinguts i nexes de grups i cultures diferents?

Sovint hi ha hagut uns sectors polítics que s'han expressat en termes despectius envers els botiguers. Jo mateix, pel fet d'haver sigut defensor dels botiguers, vaig ser titllat moltes vegades de manera menyspreativa:



### UNA VIDA LLIGADA A CATALUNYA

Nascut a Barcelona el 9 de juny de 1930, la vida de Jordi Pujol i Soley ha estat marcada per uns ideals catalanistes i cristians que encara defensa avui dia i que, a la Dictadura, el van portar a la presó durant dos anys. Pujol va ser President de la Generalitat de Catalunya des de 1980 fins el 2003, en una època molt important en la història de Catalunya, així com President de Convergència Democràtica de Catalunya. Llicenciat en Medicina i pare de set fills, en l'actualitat Jordi Pujol es dedica a donar conferències arreu de Catalunya, a més de treballar en la Fundació del Centre d'Estudis que duu el seu nom i que presideix. Recentment ha llançat el segon volum de les seves memòries, titulat "Temps de Construir" i editat per Proa.

"En Pujol és un botiguer", se'm deia. O "Convergència i Unió, el partit dels botiguers". Això no està superat del tot. Tot i que ara es reconeix més el paper que representen els botiguers i l'existència d'un teixit social sòlid.

L'arribada massiva d'immigrants al nostre país ens ha enriquit en molts aspectes, però ha generat una

problemàtica de competència amb el comerç català tradicional degut, principalment, als seus horaris i els seus costums. Com pot actuar l'Administració perquè no augmenti el sentiment de desprotecció del comerciant que compleix la Llei?

S'ha d'exigir el compliment estricte de la reglamentació: Horaris, dies festius i feiners, etc. Però cal ser consci-

## ALGUNS BOTIGUERS HAN PERDUT UNA MICA L'ESPERIT DE SACRIFICI QUE AJUDAVA A TIRAR ENDAVANT MOLTS COMERÇOS. S'HAN DE SUMAR ESFORÇOS, MALGRAT LES DIFICULTATS

ents que alguns botiguers han perdut una mica l'esperit de sacrifici que ajudava a tirar endavant.

**Les Unions i Associacions de Botiguers que integren l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya són un exemple de cohesió i de col·lectivitat. Hi està d'acord?**

Sí, hi estic d'acord. S'han de sumar esforços per tirar endavant, malgrat les dificultats.

**Recentment, el Govern de Catalunya ha donat el seu vist-i-plau al nou finançament de les Comunitats Autònomes, mesura que no ha comptat amb el suport de la seva coalició. Com pot afectar a Catalunya i, específicament, al nostre teixit comercial?**

Sincerament, no ens ajudarà gaire. Però recordem que durant molts anys, a Catalunya, amb mal finançament (pitjor que el que hem tingut aquests

últims anys i, segons com, del que pugui resultar del nou acord), vam fer molt a favor del comerç. El diner és molt important, però no ho és tot. Cal una política de comprensió i ajut envers el comerç, i cal que els comerciants tinguin aquelles idees i aquelles actituds que es necessiten per tirar endavant els seus negocis.

**El nostre teixit comercial es veu sovint afectat per les polítiques d'urbanisme i mobilitat de molts ajuntaments. No creu que aquests haurien de estar-hi més atents? No pensa que, de vegades, compten més els vots de la clientela dels partits que la pròpia riquesa tradicional mediterrània i catalana? No creu que falta certa sensibilitat envers el nostre teixit comercial per part dels municipis?**

Depen dels casos. La preocupació pels vots pot jugar en un doble sentit; de vegades, per comprar els botiguers,

els ajuntaments s'oposen a obrir una gran superfície, i altres cops, en canvi, per raons urbanístiques o perquè creuen que, des del punt de vista dels consumidors és bo que hi hagi una gran superfície, ho fan a l'inrevés. La política comercial ha de procurar trobar un equilibri entre l'interès dels botiguers i l'interès dels consumidors. Això ho ha de tenir en compte el govern i també les corporacions municipals.

**Ja se sap que el comerciant mira per ell i li costa sortir al carrer, però al cap i a la fi som com un sindicat de comerciants. Què podem fer, llavors, per estar tots més units per lluitar contra els vents que bufen?**

Les associacions, com l'ABC, han de seguir fent el que fa molts anys que fan: per una banda, la defensa dels interessos dels botiguers, i per l'altra, contribuir a què adquireixin una bona formació. ●





ARRIBA PER LA TRANSPOSICIÓ DE LA DIRECTIVA EUROPEA BOLKESTEIN

# LLUMS I OMBRES EN EL NOU DECRET LLEI DE COMERÇ CATALÀ

Acaba de fer-se pública la transposició de la directiva europea de serveis coneguda com Bolkestein, que en la pràctica ha esdevingut, a Catalunya, el nou Decret Llei de Comerç, aprovat a finals de desembre de 2009. Per al comerç de proximitat s'esbrinen llums i ombres...

**REDACCIÓ.** El Decret Llei d'ordenació dels equipaments comercials de Catalunya va ser aprovat pel Govern català el passat 22 de desembre. I ho va fer gairebé al límit del temps per complir amb el període requerit per la Unió Europea per adaptar-se a la seva directiva de serveis, coneguda com directiva Bolkestein.

La futura nova Llei de Comerç es basa en l'esperit de la directiva Bolkestein: unificar tota la normativa dels països membres de la UE per aconseguir un mercat interior de serveis que elimini les traves administratives i els "excessius" procediments que s'han de seguir per posar en marxa una activitat comercial del caire que sigui.

Durant aquest darrer mes s'ha parlat molt d'aquesta nova llei: quins canvis aportarà, si serà positiva o negativa per al comerç de proximitat o si donarà encara més força a les grans superfícies... En aquest article intentarem resoldre aquests i altres possibles dubtes.

## PRINCIPALS CANVIS QUE INTRODUEIX LA NOVA LLEI

Són diversos els canvis que preveu introduir aquesta nova llei, alguns dels quals poden afectar de forma directa els botiguers i petits comerços.

Un dels principals és la definició de les anomenades Trames Urbanes Consolidades (TUC). En aquest aspecte, el Decret preveu que les noves super-

## EL DECRET ESTABLEIX QUE NOMÉS LES POBLACIONS DE MÉS DE 5.000 HABITANTS PODRAN TENIR GRANS SUPERFÍCIES

fícies comercials s'implantin sempre dins aquestes Trames Urbanes Consolidades, és a dir, conjunts de sòl urbà on, d'acord amb el plantejament urbanístic vigent, existeixi continuïtat d'edificis amb ús residencial, en el qual els usos comercials estiguin integrats amb els residencials. Segons la Generalitat, l'objectiu d'aquest punt no és altre que preservar el model de comerç urbà de proximitat.

La llei també establirà una nova classificació dels establiments comercials d'acord amb la seva localització, partint de la classificació per superfície que us detallem en el quadre destacat de la següent pàgina.

En aquest sentit, els Petits Establiments Comercials (PEC) es localitzaran en sòl urbanitzable on l'ús residencial sigui dominant, sempre que no configuren un Gran Establiment Comercial (GEC) o un Gran Equipament Comercial Territorial (GECT).

Pel que respecta als Mitjans Establiments Comercials (MEC) i als GEC, es localitzaran a les trames urbanes consolidades dels municipis que superin els 5.000 habitants o siguin capitals de comarca. Els GECT s'ubicaran a les trames dels municipis de més de 50.000 habitants o capitals de comarca. Finalment, els Establiments Comercials Singulares (ECS) es podran localitzar en tots els àmbits, tant dins com fora de les trames urbanes.

Aquest ha estat un dels punts més importants del Decret Llei, ja que estableix que només les poblacions de més de 5.000 habitants, i no les ur-

banitzacions, podran tenir mitjanes i grans superfícies comercials, un aspecte que ha estat rebut amb dures crítiques per part de les grans superfícies, que veuen com els seus plans d'expansió territorial poden veure's seriosament condicionats, i també els comerciants de proximitat, que creuen que el tall per habitants és massa baix per als GEC. La Generalitat, per la seva banda, ha fet referència a les excepcions 'mediambientals i urbanístiques' que contempla la directiva europea de serveis per argumentar aquesta decisió.

Cal recordar, a més, que la entrada en vigor de la nova Llei de Comerç farà desaparèixer el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments, així com la Comissió d'Equipaments Comercials de Catalunya.

### GENERALITAT AMB MÉS COMPETÈNCIES

Però la futura Llei de Comerç no es limitarà a classificar els establiments i ni a delimitar-ne la seva ubicació, sinó que també introduirà canvis pel que fa a qui pot autoritzar la implantació d'aquests.

Els ajuntaments seran els principals perjudicats per aquest nou 'repartiment' de les competències, ja que ara la seva autoritat es limitarà només als establiments de fins a 1.300m<sup>2</sup>. En el cas d'establiments comercials de 1.300 a 2.500m<sup>2</sup>, i en els que superin aquesta darrera xifra, serà la Generalitat l'encarregada de donar el vist-i-plau. En el cas dels primers, mitjançant la Direcció General



de Comerç, que controlarà la implantació mitjançant comunicació amb Declaració Responsable, i en els segons de forma directa, sent la mateixa Generalitat qui haurà d'atorgar la llicència comercial.

Es tracta d'un canvi que donarà força més poder a l'executiu català per decidir sobre l'implantament de noves superfícies comercials. Recordem que fins ara només podia encarregar-se dels comerços de més de 2.500m<sup>2</sup>, i ara també ho podrà fer amb els comerços a partir de 1.300m<sup>2</sup>.

## QUI ÉS BOLKESTEIN?

Frederik (Frits) Bolkestein és un veterà polític holandès que, des del Partit Popular per la Llibertat i la Democràcia (VVD), va exercir diversos càrrecs al seu país, arribant inclús a ser Ministre de Defensa. A partir de 1999, i fins 2004, va ser membre la Comissió Europea i encarregat del mercat intern i la unió duanera, quan va aprofitar per desenvolupar la Directiva de Serveis que, per comoditat, pren el seu cognom entre els mitjans periodístics i els propis polítics. Després d'una primera versió de la Directiva que va rebre diversos canvis (el febrer de 2006, més de quaranta mil persones es van manifestar a Estrasburg contra la mateixa), els diferents governs nacionals dels països de la Unió Europea van haver de treballar a corre-cuita per adaptar les seves respectives lleis al que estableix la Directiva.





## NOVA CLASSIFICACIÓ DELS ESTABLIMENTS

La futura Llei de Comerç preveu establir una classificació dels establiments comercials, que diferencia fins a cinc tipus d'establiments a partir de la superfície que ocupen:

**Petits Establiments Comercials (PEC):** establiments individuals o col·lectius de fins a 800m<sup>2</sup>.

**Mitjans Establiments Comercials (MEC):** establiments entre 800 i 1.300m<sup>2</sup>.

**Grans Establiments Comercials (GEC):** establiments entre els 1.300 i els 2.500m<sup>2</sup>.

**Grans Equipaments Comercials Territorials (GECT):** establiments amb una superfície de més de 2.500m<sup>2</sup>.

**Establiments Comercials Singulars (ECS):** establiments com de venda a l'engròs, vehicles o maquinària, entre d'altres. Poden pertànyer alhora a la resta de categories.

## EL FET QUE SIGUI UN DECRET LLEI I NO HAGI PASSAT PEL PARLAMENT HA FET SENTIR DESPLAÇADA L'OPOSICIÓ, QUE CONSIDERA QUE S'HA ELABORAT DE FORMA UNILATERAL

### OPINIONS DE TOT TIPUS

El 'part' d'aquest Decret Llei ha estat força complicat. Cal tenir en compte que s'ha treballat contrarrellotge, ja que l'ombra d'una sanció planejada sobre el Govern català si superava el termini imposat per la UE per presentar la transposició de la Directiva, fixat en el 28 de desembre.

Precisament ha estat aquesta celebritat d'última hora la que ha provocat les queixes dels partits de l'oposició, en especial de Convergència i Unió, que han argumentat que aquesta normativa s'ha resolt amb pressions i d'una forma poc adequada. També critiquen el fet que sigui un Decret Llei i no una Llei pròpiament dita, és a dir, que sigui una normativa que no cal que passi pel Parlament per ser debatuda perquè el Govern la pot aplicar directa-

ment. Aquest fet, provocat degut al poc temps amb que comptava el Govern per no excedir el termini, ha fet sentir desplaçats els partits de l'oposició, que han considerat que converteix el Decret en una decisió "unilateral", per la qual cosa reclamen que es dugui al Parlament per tal de poder-la debatre. Mentre que l'Agrupament de Botiguers de Catalunya opina que

la normativa presenta "llums i ombres" i n'elogia alguns aspectes, l'Associació Nacional de Grans Empreses de Distribució (ANGED) ha qualificat la normativa de "restrictiva" per les grans superfícies comercials. A continuació, veurem l'opinió d'entitats i partits polítics respecte a aquesta futura Llei que pot marcar el futur del teixit comercial de Catalunya. ●

### A LA XARXA

<http://www.tv3.cat/seccio/3alacarta>

Enllaç de TV3 on trobem una interessant entrevista que va concedir recentment el Conseller d'Innovació, Josep Huguet, al programa 'Els matins de TV3' i on va parlar de la futura Llei de Comerç. El podeu veure també a <http://bit.ly/7y8b8z>.



## JORDI VILAPRINYÓ (ABC)

### “LA FUTURA LLEI DE COMERÇ PRESENTA LLUMS I OMBRES”



Jordi Vilaprinyó és el President de l'Agrupament de Botiguers de Catalunya, un col·lectiu especialment interessat en els canvis que pot introduir la futura Llei.

**Quina és la opinió de l'ABC respecte la futura Llei de Comerç?**

Per l'ABC, la transposició d'aquesta directiva presenta llums i ombres. Els botiguers estan satisfets amb què la Llei aposti per la consolidació de les trames urbanes consolidades, però no comparteixen el criteri mitjançant el qual es permeten les localitzacions.

**Hi ha coses a millorar, doncs.**

Sí. Creiem que el tall per habitants és molt baix per als grans establiments, i trobem que és un disbarat obrir la porta a l'excepcionalitat en colindància, és a dir, permetre les implantacions de mitjanes i grans superfícies fora de les TUC. Per molt que tingui caràcter excepcional, és quelcom que pot passar. A més, per tal d'exposar el nostre parer, l'ABC ha fet arribar una carta als consellers Huguet i Castells, responsables de Comerç i Economia.

## CARLES PELLICER (CIU)

### “EL DECRET LLEI ÉS UNILATERAL I UN PEDAÇ”



Antic Vicepresident de la Confederació de Comerç de Catalunya i actual diputat al Congrés, Carles Pellicer és el portaveu d'aquest sector a CiU.

**Està d'acord en la forma en la que s'ha aprovat el Decret llei?**

En cap cas. És una decisió unilateral i que no s'ha consultat amb la resta de formacions polítiques. És un pedaç, ja que s'han tingut tres anys per fer-la i no s'ha dut a terme fins al darrer moment i per complir amb els terminis de la Unió Europea.

**Vostè va dir que aquesta normativa pot provocar 'danys irreparables' al comerç català. Quins creu que poden ser?**

Fins ara, es mantenia el model català de comerç, que establia un equilibri entre grans superfícies i comerç de proximitat. Ara això es pot trencar, amb un model molt similar al existent a Madrid, que dóna molt més marge d'acció a les grans superfícies. Per això volem que es tracti en forma de Projecte de Llei, per tal d'arribar a un consens.

## ISABEL ATKINSON (ANGED)

### “L'ANGED ENCARA HA DE CONSENSUAR LA SEVA POSTURA”



Des d'aquesta revista vam intentar conèixer l'opinió oficial de l'Associació Nacional de Grans Empreses de Distribució (ANGED), però no ens va ser possible, ja que la seva portaveu a Catalunya, Isabel Atkinson, ens va confirmar que l'Associació encara està debatent amb els seus membres quina posició prendre de forma oficial.

Per tant, ens hem de remetre al comunicat que ANGED va emetre el dia 22 de desembre, amb el Decret llei tot just aprovat. En aquest text s'estableixen quatre punts que ens poden servir per començar a definir la seva futura posició respecte al Decret. En el document, ANGED critica que el text aprovat no és una transposició real de Bolkestein, ja que no aposta amb prou claredat per la liberalització dels serveis. També qualifica el Decret de “restrictiu” per les grans superfícies, i alerta que la nova normativa pot posar en perill els milers de llocs de treball que aquestes donen actualment. A més, opina que la futura llei perjudica a la modernització del sector, així com a les seves condicions de competència.

## RAFAEL LUNA (PARTIT POPULAR)

### “TINDREM EN COMPTE TOTES LES SENSIBILITATS”



Diputat al Parlament de Catalunya pel Partit Popular, Rafael Luna es mostra molt crític amb la futura Llei de Comerç.

**Quina és la posició del Partit Popular de Catalunya sobre la futura nova Llei de comerç?**

El Partit Popular encara no té una posició concreta perquè encara no hem pogut veure el text. Això succeirà quan el Decret Llei, al qual ha hagut de recórrer el Govern per poder arribar a temps, arribi al Parlament de Catalunya. Quan això succeeixi, tindrem en compte totes les sensibilitats. Però de moment encara no ens hi podem pronunciar, ja que ni tant sols sabem quin ‘color’ polític té el Decret Llei.

**Per tant, encara no tenen una postura definida.**

De moment, no. Com ja he dit, caldrà esperar a veure què diu el text de la futura Llei i comparar-ho amb el que diu la Unió Europea, per tal d'adequar-la correctament. Caldrà mirar-ho amb compte per fer una correcta interpretació de la Directiva Bolkestein.

GEMMA PUIG (DIRECTORA DE COMERÇ DE LA GENERALITAT)

# “LA CONVIVÈNCIA ENTRE FORMATS FA QUE UNA CIUTAT SIGUI RICA”



**Creu que el fet que el Govern hagi optat per formular la futura llei com un Decret ha deixat fora l'oposició i no ha permès un consens?**

La normativa s'ha formulat com a Decret Llei no per deixar de banda ningú, sinó per temporalitat. De fet, ens hem reunit amb l'oposició i diverses entitats. Però era impos-

possible tramitar-la com una llei normal, no hi havia temps. D'aquí a dues setmanes arribarà al Parlament, i serà llavors quan es ratificarà, i el Decret passarà a ser llei.

**S'han tingut tres anys per adaptar la Directiva Europea i en canvi s'ha acabat a darrera hora, només sis dies abans del termini. Es podria dir que s'ha anat massa a poc a poc?**

No crec que això sigui així. El sector comercial ha tingut una participació en la futura Llei com no havia tingut mai abans, i si haguéssim anat més ràpid, això no hauria estat possible, no hi hauria hagut tant de consens. Però dir que no s'ha fet bé em sembla un error, no hem perdut el temps i, de fet, hem arribat abans que el propi Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. Les dues úniques comunitats que van tenir la llei abans que Catalunya, que són Madrid i la Comunitat Valenciana, ho van aconseguir perquè simplement es van limitar a no regular.

**La localització comercial de les grans superfícies en les trames urbanes consolidades s'allunya de la proposta de la Taula de Comerç. No creu que això pot canviar la fesomia comercial i el model català en detriment del comerç urbà?**

Aquesta és l'opinió d'una part, i no estic d'acord que sigui així. El més important era salvar el model de proximitat, evitant models com el francès, que acumula tot el comerç a l'extrarradi, i s'ha aconseguit. Però estic convençuda que la convivència de diferents formats no és negativa. El comerç urbà no el formen només petites botigues, sinó una barreja de tot. La convivència entre formats és positiva i fa que una ciutat sigui rica.

**Les implantacions fora de les trames urbanes consolidades seran tan excepcionals com diu el Decret Llei?**

Sí, són casos excepcionals i molt regulats. De vegades, però, la trama urbana és tant densa que la implantació es fa inviable. Per això, la Llei preveu que, si es compleixen unes condicions molt exigents, es pugui buscar un territori colindant.

**Que tant les grans empreses de distribució com les associacions de botiguers hagin criticat punts de l'articulat és una mala senyal? O vol dir que s'ha sabut trobar un punt mitjà?**

Estic més d'acord amb aquesta segona interpretació, ja que en tot acord, tothom ha de cedir una mica. Aquesta Llei resulta molt equilibrada, però no sempre es pot satisfer tothom.

## QUÈ HAN FET LA RESTA DE COMUNITATS AUTÒNOMES?

**Madrid:** Ha fet suprimir la segona llicència autonòmica sobre grans establiments comercials. A més, ha llançat un paquet 'liberalitzador' que simplifica els tràmits administratius i redueix les despeses de la posada en marxa de nous negocis.

**Andalusia:** Ha aprovat un Decret llei que preveu modificar un total de 16 lleis per adaptar-les a la Directiva. Entre els canvis més importants, podem citar el fet que la instal·lació de grans superfícies comercials no requerirà llicència de la Junta, i que els ajuntaments podran autoritzar els grans serveis minoristes. A més, fins ara regulaven els establiments comercials des de 1.000 metres quadrats, i ara

podran regular-los a partir dels 2.500 metres de superfície útil.

**Castella-la Manxa:** Les seves modificacions estableixen que cada comerciant podrà decidir lliurement com determina l'obertura i el tancament del seu establiment. En quant al concepte 'centre comercial', la normativa atorga aquesta consideració a les superfícies que superin els 2.500 metres quadrats dedicats a la venda.

**Castella i Lleó:** Ha decidit suprimir la llicència comercial per als establiments de menys de 2.500 metres quadrats. A més, tots els requisits econòmics queden eliminats en els tràmits de grans projectes que estan subjectes a l'autorització i el si-

lenci administratiu serà a favor del sol·licitant.

**Galícia:** Els establiments comercials que s'instal·lin en sòl urbà no consolidable o sòl urbanitzable, amb una superfície superior als 2.500 metres quadrats, hauran d'obtenir la llicència administrativa de la Xunta. A més, el text modificat estableix la creació d'un Observatori del Comerç Gallec i d'una Mesa Local de Comerç.

La resta de comunitats autònomes, amb l'excepció de les Illes Canàries que sí que hi ha fet canvis, han decidit aplicar el projecte de llei aprovat pel Govern Central de manera íntegra i sense modificacions rellevants.



LES REBAIXES PRENEN EL RELLEU D'UN DESEMBRE BASTANT ACTIU

## ES TANCA UNA TEMPORADA DE NADAL PLENA D'OFERTES

**El 7 de gener és la data oficial d'inici de les rebaixes d'hivern. Just després de Nadal, les botigues ofereixen descomptes succulents per treure's de sobre l'estoc. Però aquest any és diferent. I és que, des del començament de la campanya de Nadal, han estat moltes les botigues que oferien productes a un preu menor per animar la gent a comprar. Però tot i així, molts comerciants van estar lluny d'obtenir les xifres esperades.**

**ITZIAR OTEO.** Les vendes més fortes de tot un any es registren des del 2 fins al 5 de gener, just abans de Reis, i malgrat els descomptes oferts per les botigues en aquells dies (des d'un 30 fins a un 50%), la facturació global va ser inferior a la d'altres anys. Com cada

any, les botigues de roba, les de complements per a la llar, les llibreries i les perfumeries són les que més vendes van registrar.

I és que vuit de cada deu catalans van reduir aquest Nadal la seva despesa nadalenca. Almenys això és el

que afirmava l'estudi sobre els hàbits de consum dels espanyols elaborat per la FUCI (Federació d'Usuaris-Consumidors Independents). Segons aquest informe, els catalans van gastar una mitjana de 757 euros per persona, 86 euros menys que el 2008.

### LES JOGUINES, AL CAPDAVANT

D'aquests 757 euros, 231 es van destinar a la compra de regals i joguines. Respecte a la compra de productes específics, cada català va fer una despesa mitjana de 220 euros, 25 euros menys que l'any anterior. També es va reduir la despesa en lleure: 165 euros, 44 euros menys que el 2008. Els locals



de lleure nocturn afirmen que no hi ha crisi de gent, però sí de consum. I és que si abans la gent prenia tres copes en una nit, ara només en pren una. A més, enguany s'han detectat alguns canvis d'hàbit en el consum. Segons la Associació Espanyola de Fabricants de Juguines (AEFJ), molta gent va anticipar les seves compres nadalenes als mesos d'octubre i novembre tement una possible pujada de preus al desembre.

Però no només les famílies van consumir menys; també les empreses van haver de retallar despeses, i ho van fer renunciant a dos elements típics del Nadal: els lots i els sopars d'empresa. La despesa que les empreses destinaven a les cistelles va caure a una mitjana de 45 euros, quan el 2007 se situ-

ava al voltant dels 200 euros. L'Associació d'Elaboradors de Lots i Paneres de Nadal de València, Alacant i Castelló (ASLOVAC) va denunciar que havien estat sobretot les grans empreses i els organismes públics els que havien decidit no compensar els seus treballadors amb aquest extra nadalenc. Les PIMES, al contrari, sí que van obsequiar, per norma general, els seus empleats amb cistelles i lots.

#### LA RESTAURACIÓ ES RESSENTEIX

D'altra banda, el sector hosteler també ha vist caure els seus ingressos. Moltes han estat les empreses que van reduir la seva despesa mitja als seus sopars nadalencs, i moltes altres no van fer la seva reserva fins a l'últim moment per saber quina quantitat

gastar-hi. Així, les despeses van caure un 15% i la mitjana per persona va ser d'entre 25 i 45 euros, segons ens va comentar en José Luis Guerra, adjunt al President de la FEHD.

#### I EL TÈXTEL RESSENTEIX

Els comerços tèxtils van iniciar amb cert pessimisme la campanya nadalenca, i el cert és que al final va resultar millor del que esperaven.

Encara que el volum de vendes ha estat el mateix que l'any 2008, la facturació global ha estat una mica menor per la caiguda dels preus. Per això, aquest any les botigues de roba han preparat unes rebaixes de escàndol, amb productes amb una rebaixa de fins i tot del 70% en alguns casos. Una circumstància que, sens

**NO NOMÉS LES FAMÍLIES VAN CONSUMIR MENYS; TAMBÉ LES EMPRESES VAN HAVER DE RETALLAR DESPESES, I HO VAN FER RENUNCIANT ALS LOTS I ELS SOPARS D'EMPRESA**



dubte, beneficia els consumidors, ja que aquest any podran emportar-se més peces gastant els mateixos diners que en altres anys. A més, l'endarreriment de l'arribada de l'hivern real ha fet que els comerciants donin sortida a tota la roba d'abric que tenien en estoc. Al tancament d'aquesta revista, i segons la Confederació de Comerç de Catalunya (CCC), la gent respondrà positivament a aquestes rebaixes, sobretot en els 10 primers dies, perquè si els preus ja eren baixos, amb els descomptes seran irresistibles per als clients.

#### QUÈ HAN FET ELS POLÍTICS

Que el consum va caure respecte a altres anys resulta quelcom bastant evi-

dent. Per aquest motiu, i amb l'ànim de fomentar el consum, els ens públics van prendre una sèrie de mesures.

Encara que pugui semblar contradictori, alguns ajuntaments van modificar els seus pressupostos per augmentar la despesa destinada a la decoració nadalenca. És destacable la forta inversió realitzada per molts consistoris en llums de Nadal, com per exemple a Girona, on es van implantar per primera vegada les llums LED, amb les quals es va aconseguir cert estalvi reduint de manera important la factura de la llum i sense renunciar a l'ambientació nadalenca dels carrers. Segons l'Associació Pro Drets Civils, Econòmics i Socials (ADECES), a altres zones de Catalunya va augmentar el

nombre d'hores que les llums romanrien enceses per animar la gent a sortir al carrer a comprar.

Però no tots van córrer la mateixa sort. I és que van ser molts els ajuntaments que aquest any van reduir o fins i tot van anul·lar per complet la despesa per a la il·luminació nadalenca dels carrers, ja que no podien assumir-la. Aquest és el cas de la localitat d'Esparreguera, que aquest any gairebé no ha il·luminat els seus carrers perquè no tenia els diners necessaris per assumir-ho. El cas és que al principi no van col·locar cap llum, i la Unió de Botiguers de Esparreguera, que fins fa pocs anys se n'encarregava, tampoc podia pagar-les. Fonts de l'ajuntament van assegurar a aquesta

**ENCARA QUE SEMBLI CONTRADICTORI, ALGUNS AJUNTAMENTS VAN MODIFICAR ELS SEUS PRESSUPOSTOS PER AUGMENTAR LA DESPESA DESTINADA A LA DECORACIÓ NADALENCA**

## OBRIR ELS FESTIUS: UNA ARMA DE DOBLE FIL

Moltes van ser les botigues i centres comercials que van obrir els diumenges i festius de Nadal i rebaixes a tota Catalunya. Els comerciants van obrir les seves botigues esperant una gran afluència de gent durant aquests dies, però finalment les coses no van resultar tal com ells esperaven. Per exemple, al pont de la Constitució molta gent es va quedar a Catalunya, i encara que sí que és cert que hi va haver força gent que es va animar a sortir al carrer, tot i el fred que va fer aquells dies, pocs van ser els que van decidir realitzar alguna compra. Però la gent que va sortir de compres el diumenge 3 de gener, just abans de reis, sí que van tornar a casa carregats de bosses. A més, el començament de les rebaixes ha estat diferent. I és que, tenint en compte que les rebaixes van començar un dijous i que molta gent va tenir pont, hi havia quatre dies per les compres, incloent-hi el diumenge. Per això, si l'obertura dels dies festius de desembre no va ser massa bona, obrir els dos primers diumenges de gener ha estat per als comerciants molt rendible.



revista, però, que finalment van cedir a les pressions dels botiguers i van instal·lar-hi unes quantes llums.

### UNA INICIATIVA DIGNA D'ENCOMI

Per la seva banda, la Generalitat també va posar de la seva part per tal d'ajudar al comerç català. Així, la Conselleria de Innovació, Universitats i Empresa va engegar una campanya per a la promoció dels productes

agroalimentaris locals. Amb el nom d' 'Aquest Nadal, tasta Catalunya' i mitjançant la web [www.gastroteca.cat](http://www.gastroteca.cat), la Generalitat va convidar per segon any consecutiu als ajuntaments a promocionar els productes catalans de qualitat utilitzant-los als seus lots nadalencs i als seus compromisos. Així, en aquesta web es podien consultar els establiments i empreses proveïdores que oferien aquest tipus de productes. Una interessant iniciativa per donar a conèixer els productes de les cooperatives que l'any passat va aconseguir que vendre uns 16.500 lots.

### LA SORT VA PER BARRIS

Malgrat que ni la grossa ni el segon premi de Nadal van caure a Catalunya (les vendes de loteria van ser menors que l'any passat), el cert és que la loteria de Nadal va deixar a Catalunya un bon 'pessic' a Barcelona, Sant Joan de Vilatorrada, Puig-reig, El Prat i Reus, que es van repartir més de 130 milions d'euros. Uns premis que, de ben segur, s'hauran fet notar als comerços de les poblacions esmentades, com de ben segur que també es farà notar el primer premi del sorteig del Nen a Castelldefels. ●

### A LA XARXA

[www.youtube.com/user/Comercactiu](http://www.youtube.com/user/Comercactiu)

Al nostre canal de vídeos de Youtube podeu veure una notícia emesa el mes de desembre a Europa Press sobre l'estudi realitzat per la FUCI sobre la previsió de la despesa nadalenca. El podeu veure també a <http://bit.ly/8wrSen>.



## LES JOGUINES: LES REINES DE NADAL



Amb crisi o sense ella, el cert és que els Reis sempre porten als nens joguines. Una bona part del pressupost es destina a la compra d'aquests productes, però cada any el sector es veu obligat a renovar-se i a invertir en investigació per no quedar-se estancat. Segons l'Associació Espanyola de Fabricants de Joguines (AEFJ) un parell de setmanes abans de reis les prestatgeries de les botigues començaven a buidar-se i molts fabricants ja veien esgotats els estocs de molts dels seus productes. Un 75% de la gent es va decantar per les joguines més tradicionals i es prefereix anar a comprar a les grans superfícies, encara que gairebé un 35% ha comprat els seus a les botigues de joguines de barri. El balanç final que van a fer des d'aquesta associació és molt bo amb un augment del 2% en les unitats venudes malgrat que el preu de les joguines ha caigut en un 3%.



QUÈ FER AMB LES DEIXALLES QUE GENEREM

# UN COMERÇ SOSTENIBLE AMB LA CORRECTA GESTIÓ DELS RESIDUS

És indubtable que, avui dia, la gran majoria de comerciants tenen molt present la problemàtica de la gestió de recursos. L'actual situació mediambiental hi obliga, però no sempre és fàcil fer-ho. Per aquest motiu, donarem alguns consells que us poden ser de gran utilitat.

**REDACCIÓ.** Davant la situació mediambiental actual, una de les principals preocupacions que es tenen a l'hora d'establir un comerç és saber què fer amb els residus que, en major o menor mesura, es produeixen. En aquest article donarem algunes pistes per la seva correcta gestió.

## EL QUE DIU LA LLEI

D'acord amb la Llei 15/2005 de 13 de juny, reguladora de residus, es consideren residus comercials tots els residus municipals generats per l'activitat pròpia del comerç al detall i a l'engròs, l'hoteleria, els bars, els mercats, les oficines i els serveis. Són equiparables a aquesta categoria, als efectes de la gestió, els residus originats a la indústria que tenen la consideració d'assimilables als municipals d'acord

amb el que estableix aquesta Llei. Actualment, s'estima que la generació de residus comercials a Catalunya representa el 15% dels residus municipals totals.

## QUINES OBLIGACIONS EM SUPOSEN?

La Llei estableix que tota persona titular d'una activitat que generi residus comercials els haurà de gestionar per sí mateixa, d'acord amb les obligacions pròpies dels posseïdors o productors de residus.

La persona titular de l'activitat haurà de lliurar els residus que generi o posseeixi a un gestor autoritzat perquè en faci la valoració, si aquesta operació és realment possible, o bé s'haurà d'acollir al sistema de recollida i gestió que l'ens local competent estableixi per a aquest tipus de

## RECOMANACIONS PER UN COMERÇ SOSTENIBLE

Tot seguit exposarem algunes recomanacions per millorar la gestió que l'Ajuntament de Barcelona proposa al seus comerciants:

**1** El millor residu és aquell que no es produeix; cal evitar embolcalls innecessaris, fer servir materials reutilitzables i comprar racionalment.

**2** Hem de reciclar el major nombre de materials possibles.

**3** Hem de dipositar els residus dins dels contenidors, mai a l'exterior.

**4** És important respectar els horaris de sortida de brosa.

**5** Cal recordar que la recollida es pot fer a través dels serveis municipals o bé es poden contractar el servei a empreses privades homologades.



correctament els residus i els justificants dels lliuraments efectuats.

### GESTIÓ DELS RESIDUS

Cal saber que per poder gestionar residus dins l'àmbit territorial català, cal disposar de l'autorització de l'Agència de Residus de Catalunya i cal estar inscrit al Registre de Transportistes. Tot i això, si ho desitgem, podem gestionar els residus comercials a través dels serveis de recollida de residus del nostre Ajuntament. En aquest cas, el servei es troba subjecte a la taxa corresponent.

Aquesta taxa de prestació del servei municipal complementari de recollida, tractament i eliminació de residus comercials té com a fet imposable el tractament i l'eliminació que els serveis municipals fan dels residus que genera l'activitat pròpia del

comerç, l'hoteleria, els bars, els mercats, les oficines i els serveis. La taxa es calcula en funció del tipus d'activitat i també de les dimensions del local on aquesta s'exerceix.

Pel que fa al pagament de la taxa, el subjecte passiu contribuent de la taxa és la persona física o jurídica que sol·liciti la prestació del servei o bé en resulti especialment beneficiada per la prestació d'aquest. Cal tenir present però que es considera subjecte passiu substituït del contribuent al propietari del local on s'ubica l'activitat. És a dir, l'Ajuntament liquidarà la taxa a la persona propietària del local i no a la persona titular de l'activitat.

En definitiva, si tenim presents els conceptes explicats fins ara, ben segur que aconseguirem una bona gestió dels residus i que compleixi la legislació vigent. ●

residus, incloent-hi el servei de deixalleria.

En tot cas, el titular de l'activitat generadora de residus haurà de mantenir els residus en condicions adequades d'higiene i seguretat mentre els posseeixi, els haurà de lliurar en condicions adequades de separació per materials, haurà de suportar-ne les despeses de gestió i haurà de tenir a disposició de l'Administració el document que acrediti que ha gestionat

## EL MODEL DEL MAB

Per a parlar d'iniciatives per aconseguir un comerç sostenible de forma més amena, hem decidit posar un exemple real. Es tracta d'una iniciativa que va dur l'any passat el Manlleu Associació de Botiguers (MAB), membre de l'ABC, basada en la reducció de residus. Consistia en el repartiment de bosses reutilitzables de no teixit amb un disseny exclusiu als 500 primers clients que van omplir una cartilla que els comerços anaven timbrant cada vegada que no s'utilitzava una bossa de plàstic. Entre totes les cartilles omplertes es van sortejar 100 carrets de compra. Es calcula que aquesta campanya va servir per estalviar 10.000 bosses de plàstic.

A més, el MAB va establir també un conveni amb l'Agència Local de l'Energia del Consell Comarcal d'Osona per tal que els comerços associats que ho volien es podien acollir a unes auditories energètiques. Amb les dades obtingudes, es va poder elaborar un informe amb la valoració de la millor tarifa disponible, de la potència total contractada i de millores a implantar per reduir el consum energètic.



INICIATIVA 'MEDITERRANEAN SHOPPING WAY'

# UN EIX COMERCIAL TRANSVERSAL A LA COSTA BRAVA

Palamós, Platja d'Aro i Sant Feliu de Guíxols són les tres poblacions protagonistes d'una de les iniciatives comercials més interessants de les realitzades a Catalunya en els darrers temps. Es tracta de l'anomenada Mediterranean Shopping Way, un eix comercial compartit. En aquest article ens disposem a conèixer els objectius d'aquesta iniciativa i les diferents accions que s'han realitzat per donar-la a conèixer.



**EDGAR BALLARÍN.** El Mediterranean Shopping Way és un eix comercial que uneix els tres municipis i que té com a objectiu crear una “marca” comercial pròpia a la zona que obtingui projecció exterior i serveixi per donar a conèixer la oferta comercial i els serveis que ofereixen les tres poblacions. Podríem dir que és la suma de l’oferta dels establiments que, sota una mateixa imatge i amb uns objectius comuns, donen més qualitat comercial a la Costa Brava Centre. A més, és un producte que complementa l’oferta turística del territori, i pel que s’han elaborat unes treballades estratègies de comunicació i promoció, que veurem més endavant.

#### UNS OBJECTIUS CLARS

Com ja hem comentat abans, la federació Mediterranean Shopping Way,

que comprèn gairebé 1.000 establiments, neix amb uns objectius molt clars, resumits tots ells en la projecció exterior de l’eix comercial dels tres municipis que la componen.

#### CONSCIÈNCIA DE MARCA

Però aquest no és l’únic objectiu. També es vol dotar la nova ruta MSW d’una imatge de marca amb personalitat pròpia que els permeti diferenciar-se de la competència, es vol estimular els establiments associats perquè notin que se’ls dóna suport i es vol fomentar la qualitat tant dels productes com dels serveis comercials que s’ofereixen. A més, una iniciativa d’aquest estil resulta molt interessant ja que es pot utilitzar per complementar i incloure en qualsevol iniciativa de promoció turística, ja sigui a nivell local, comarcal o provincial.

Aquests serien els objectius a curt termini, però un projecte d’aquesta envergadura també s’ha de marcar objectius finals a llarg termini, sent el més important aconseguir més vendes i de més qualitat. Per això, cal dur a terme un pla estratègic que cobreixi àrees d’acció, com poden ser la realització d’un estudi de mercat o el desenvolupament d’una estratègia de comunicació que serveixi per implementar la imatge de marca, captar clients, implicar institucions i organismes en el projecte o vetllar per l’oferiment d’un producte de qualitat.

#### EL SEU PÚBLIC OBJECTIU

Hem parlat doncs dels diferents objectius que el projecte Mediterranean Shopping Way s’ha plantejat, tant a curt com a llarg termini. Però també cal explicar quin és el públic al qual es



## MEDITERRANEAN SHOPPING WAY NEIX AMB UN OBJECTIU CLAR: LA PROJECCIÓ EXTERIOR DE L'EIX COMERCIAL DELS TRES MUNICIPIS

### LA CAMPANYA DE L'AEROPORT DE GIRONA

Una de les accions que es van dur a terme per donar a conèixer el nou eix comercial va ser la inauguració d’un pòster lluminós a l’aeroport de Girona Costa-Brava, una acció emmarcada en la campanya de Nadal de l’any 2007. A través del lema: “See you for Christmas Shopping”, la campanya es marcava com a principals objectius potenciar les compres de Nadal als municipis membres de l’eix comercial i oferir més força al producte donant-lo a conèixer a tots aquells que visitin l’aeroport i facilitant-los informació de les campanyes que vagi desenvolupant la Federació al llarg de l’any.

A més per trobar informació més detallada del producte, es van editar 30 mil plànols amb informació comercial i turística de les tres poblacions del Mediterranean Shopping Way, en català,

castellà i anglès, que es podien trobar a l’oficina de Turisme de l’aeroport.

Sens dubte, es tractava d’una iniciativa molt interessant duta a terme en un punt neuràlgic de la geografia gironina, porta d’entrada a molts turistes estrangers, que servia per donar a conèixer el Mediterranean Shopping Way aprofitant la proximitat de l’eix i volia evitar el tradicional èxode dels visitants a Barcelona.



## EL TRET DE SORTIDA DE L'EIX MEDITERRANEAN SHOPPING WAY ES VA DONAR A LA 'FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO' DE MADRID 2007. ALLÀ ES VAN DISTRIBUIR 15 MIL FULLETONS PROMOCIONALS

vol adreçar aquesta proposta, ja que sempre que es realitza una campanya de màrqueting, cal tenir el mercat molt delimitat.

En aquest cas, estariem parlant d'un públic primari, compost pels usuaris finals; és a dir, el turisme majoritàriament estranger procedent d'hàbitats urbans, així com el que arriba per l'aeroport de Girona i que es desplaça per a estades curtes. Però també cal citar l'existència d'un públic secundari important, format pels intermediaris. Aquests són els intermediaris que participen en la comercialització ('touroperadors', per exemple), els professionals tant del sector turístic com del sector comerç i finalment les institucions.

### DONANT A CONÈIXER EL PROJECTE

El tret de sortida de la promoció de la MSW es va fer a Madrid. Concretament va ser el dia 2 de febrer de 2007 a la 'Feria Internacional de Turismo'. L'acte, que va comptar amb la presència de nombroses autoritats, entre elles els alcaldes de les tres poblacions així com els seus regidors de comerç, va servir per començar a donar a conèixer la nova iniciativa. Per aconseguir-ho, es van distribuir fins a 15 mil fulletons promocionals amb tota la informació referent a la Mediterranean Shopping Way.

Al cap de dos mesos, es va realitzar la presentació a Catalunya. Va ser durant el Saló Internacional del Turisme de Barcelona, i l'actual directora del Patronat de Turisme de la Costa Brava va ser l'encarregada del discurs de presentació davant les diverses autoritats convidades.

2008 va ser un any de consolidació del projecte, amb accions encaminades a fidelitzar els clients (amb punts de llibre, per exemple), iniciatives a diversos indrets (l'aeroport i el carrer, principalment), i una estratègia de comunicació amb la distribució d'un plànol per donar a conèixer l'eix comercial que uneix les tres poblacions i una guia d'activitats de Nadal.

COMPRES ARRAN DEL MAR  
TOT L'ANY  
YOU BUY CLOSE TO THE SEA

Christmas Shopping!

Carnaval Shopping!

Rebaixes - Soldes - Sale  
-50% -60% -30%

Spring Shopping!

Mediterranean Shopping Way

UN 2010 MOLT ACTIU

### MEDITERRANEAN GOLFING WAY

Un dels darrers actes realitzats per la Mediterranean Shopping Way, ja al 2009, va ser un torneig de golf per parelles, anomenat Mediterranean Golfing Way. Celebrat el passat 10 de maig al Club de Golf d'Aro-Mas Nou, comptava amb un original sistema d'inscripció: per poder participar-hi, calia presentar una targeta-promoció que s'aconseguia realitzant compres en els establiments col·laboradors. A més, 2009 va servir per seguir amb les accions de difusió a l'aeroport gironí, al carrer i per encetar noves idees de comunicació i publicitat, com el patrocini d'un bus que promocionava el MSW pels voltants de l'eix. ●

El pla d'acció del Mediterranean Shopping Way per a l'any 2010 passa per diverses accions encaminades a consolidar el projecte engegat fa tres anys.

De fet, una de les primeres decisions és establir una gerència per a la gestió del projecte, a més d'encarregar un estudi de l'impacte econòmic del turisme a les tres poblacions.

També es farà un seguiment de les activitats dutes a terme fins a la data: la senyalització individual dels establiments adherits a la iniciativa, una reedició dels plànols de situació de l'eix, campanyes publicitàries, etc., així com formació als associats.

## EL RÈNTING

# L'EINA QUE PERMET DISPOSAR DE BÉNS D'ÚLTIMA GENERACIÓ

El rënting és un producte que encara s'utilitza poc en el nostre mercat, malgrat la seva antiguitat sobretot fora d'Espanya. En aquest article intentarem resoldre els principals dubtes al seu voltant.



**Miguel Ángel Galván**  
Dtor. Comercial  
de Renting

El desig de propietat, molt arrelat al nostre país, és un dels principals obstacles culturals per al desenvolupament del rënting, però, en realitat, un vehicle, una màquina o un equip es compra, s'utilitza i al cap

de poc temps es ven o es substitueix. Així doncs, el benefici principal sorgeix del seu ús.

Hi ha alguns aspectes del producte que acostumen a ser recurrents en qualsevol consideració sobre el seu

ús per part de les empreses i que intentarem desgranar al llarg d'aquest article.

## EL RÈNTING O ARRENDAMENT DE BÉNS

El rënting, per mitjà d'un contracte d'arrendament, permet llogar béns i serveis durant un període de temps determinat que va d'un any a set anys de manera estàndard, i s'assegura poder-ne disposar al llarg de tot el contracte. Aquesta fórmula permet no haver d'immobilitzar recursos financers i, a més a més, fer externa tota la gestió (manteniment, assegurances, pagament d'impostos, assistència, etc.), que va a càrrec de l'entitat de rënting. L'empresa usuària només pagarà una única quota amb tot inclòs.

## A BANC SABADELL CANVIEM EL CRITERI DE PROPIETAT PEL D'ÚS

A Banc Sabadell oferim diverses modalitats de producte i ens adaptem a totes les necessitats. Per a més informació o assessorament financer, es poden adreçar a qualsevol oficina de SabadellAtlàntico o bé trucar al 902 120 504. ●

## AVANTATGES QUE OFEREIX EL RÈNTING

- 1 Facilita l'adquisició del bé, ja que s'evita un gran desemborsament inicial.
- 2 No s'immobilitzen recursos i amb això l'immobilitzat no augmenta.
- 3 Alleugera el balanç perquè els béns en rënting no s'hi reflecteixen.
- 4 L'operació no consta com a deute.
- 5 Gestió externa dels béns, la qual cosa permet alliberar recursos humans.
- 6 Eliminació de costos variables (manteniments, assistència i assegurança inclosos en la quota).
- 7 Permet una renovació constant dels béns.
- 8 Com que es tracta d'un lloguer, la quota és fiscalment deduïble.
- 9 La quota es dedueix íntegra (IVA i IRPF en el cas d'autònoms).



BS AutoRenting

## Honda Accord Sedan / Accord Tourer

2.2 i-DTEC Elegance 150 CV

Quota calculada per a 15.000 km/any. Duració del contracte: 48 mesos. Oferta vàlida a la Península i Balears. Les imatges són purament il·lustratives i alguns equipaments pot ser que no formin part de l'oferta. Oferta amb caràcter no vinculant ni contractual.

Triï el que més li agradi

**442€**  
al mes  
IVA no inclòs

**La quota inclou:** Llums davanters antiboira • Retrovisors exteriors elèctrics • Climatitzador bizona • Ràdio CD amb Bluetooth • Control d'estabilitat ESP • Direcció assistida amb regulació en funció de la velocitat • Llantes d'aliatge lleuger • Ordinador de bord • Control de creuer • Pintura metal·litzada

Més informació a [bsautorenting.com](http://bsautorenting.com)

**Sabadell Atlàntico**  
El valor de la confiança





RESOLEM ELS DUBTES DELS USUARIS

# CLAUS PER ENTENDRE LA NOVA TARIFICACIÓ ELÈCTRICA

L'aplicació el passat mes de juliol de la nova tarifa elèctrica va generar certa confusió entre els usuaris, tant particulars com empreses, al voltant dels canvis que podia comportar. En aquest article intentarem aclarir els principals dubtes.

**REDACCIÓ.** Com ja sabem, la tarifa elèctrica per als consumidors és més cara des del passat 1 de juliol. Tot i que s'ha repetit molt durant aquests darrers mesos que aquest canvi de tarifes no suposava canvis importants, hem volgut fer un repàs de què ha comportat la nova tarifa i quins canvis ha obligat a fer a les petites i mitjanes empreses, ja que els dubtes creats entre els usuaris al voltant d'aquest tema han estat molts.

## ELS ANTECEDENTS

Si tornem una mica cap enrere, veurem que fins fa uns mesos existien més de deu tipus de tarifes de llum, que afectaven a 25 milions de con-

sumidors domèstics i pimes (fins a 15kW de potència). Aquesta situació va acabar el dia 1 de juliol, quan va entrar en vigor una única tarifa, l'anomenada de darrer recurs (TUR), fixada pel Ministeri d'Indústria.

Fins el 30 de juny eren les companyies distribuïdores d'electricitat les encarregades de gestionar els contractes dels clients a tarifa, però a partir del dia següent van ser les empreses filials de les companyies elèctriques (anomenades empreses comercialitzadores de darrer recurs), com ara Iberdrola, Endesa o Unión Fenosa, les encarregades de subministrar l'energia elèctrica als consumidors domèstics acollits a la tarifa

## ALTRES DUBTES

A més de la suposada pujada de preus, la nova tarifa elèctrica també va crear altres dubtes entre els usuaris. Per exemple, si aquest nou sistema comportaria una modificació de les característiques dels contractes vigents: en principi, aspectes com la potència, la periodicitat de lectura o la discriminació horària no havien de canviar. Molts usuaris també es preguntaven sobre si firmaven un contracte amb una comercialitzadora de mercat lliure, però no en quedaven satisfets, després podien tornar al subministrament de darrer recurs, una opció que era perfectament possible. Finalment, també van sorgir preguntes sobre si a partir de l'1 de juliol, els usuaris encara podien canviar de companyia elèctrica, una opció a disposició dels consumidors des de 2003.

tricitat als consumidors que estiguessin al mercat lliure, és a dir, que haguessin escollit lliurement la seva comercialitzadora i pactat amb ella unes condicions de contracte.

### EFFECTES ENTRE ELS USUARIS

La gran pregunta que es van fer els consumidors en conèixer la creació d'aquesta nova tarifa era saber si comportaria alguna variació en el preu de la llum. A la pràctica no va suposar cap diferència per als usuaris, tot i que el Ministeri d'Indústria va decidir apujar la tarifa de la llum per compensar les despeses de les companyies elèctriques en assumir el "bonus social", descompte que va beneficiar a gairebé cinc milions de llars. A més, el Ministeri es va comprometre a què seria la darrera pujada de tarifes de l'any.

Pel que respecte al canvi de tarifes, les companyies elèctriques van enviar cartes als seus clients per explicar-los detalladament aquesta modificació. En aquestes es diferenciava els casos dels consumidors amb una po-

tència contractada inferior o igual als 10kW i els consumidors que superaven aquesta quantitat.

En el cas dels primers, que eren la gran majoria dels usuaris domèstics del país, se'ls explicava que tenien dues opcions: o quedar-se com estaven, amb la qual cosa el seu contracte passaria de forma automàtica a la filial de la companyia que els estava donant servei (per exemple, un contracte d'Iberdrola Distribución passava a Iberdrola Comercialización de Último Recurso); o bé contractar una comercialitzadora del mercat lliure.

Pel que fa als consumidors amb una potència superior als 10kW, grup constituït per les petites i mitjanes empreses, se'ls va explicar que els convenia fer un nou contracte amb una comercialitzadora de mercat lliure, ja que en cas de no fer-ho, el seu contracte passaria automàticament a una comercialitzadora de darrer recurs, que els aplicaria un preu progressivament més car que fixaria el Ministeri d'Indústria. ●

de darrer recurs, així com d'emetre els rebuts. Pel que fa a la gestió de la xarxa de distribució elèctrica a la seva zona d'actuació, la qualitat del subministrament, la lectura de comptadors i l'equipament de mesura, seguien sent encara responsabilitat de les companyies distribuïdores.

També eren protagonistes companyies comercialitzadores del mercat lliure com ara Factor Energía. La funció d'aquestes era subministrar elec-

## ACORD AMB FACTOR ENERGÍA

Davant la quantitat de consultes dels seus associats al voltant de la nova tarifa elèctrica, l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya va decidir tancar un acord molt beneficiós per a tots els associats amb l'empresa elèctrica comercialitzadora Factor Energía S.A. Aquesta proposta consisteix en un descompte d'un 15% sobre la tarifa actual per a tots aquells comerciants que tinguin contractada una potència superior als 10kW, que es pot fer extensiu a la seva dependència i familiars. En aquesta mateixa revista hi trobareu un contracte per gaudir d'aquest descompte. Fundada l'any 1999 i amb seu a l'Avinguda Diagonal de Barcelona, Factor Energía és una empresa de serveis per al client la principal missió de la qual és oferir productivitat a l'empresa, mitjançant un procés d'anàlisi sobre cinc objectius: reduir el consum elèctric, reduir el cost per kilowatt, assegurar la qualitat del subministrament, facilitar el control i l'autogestió elèctrica i analitzar altres necessitats.





UNA PROBLEMÀTICA CREIXENT AMB LA CRISI

## L'AMENANÇA DELS BITLLETS FALSOS: COM DETECTAR-LOS

Trobar-se amb un o diversos bitllets falsos és una de les sorpreses més desagradables per a un botiguer, però, per desgràcia, és un fet cada cop més comú. Per tal d'evitar aquest problema i poder identificar a temps aquest tipus de moneda il·legal, donem una sèrie de consells i trucs que us poden ser molt útils i que reduiran el risc de patir aquest tipus d'estafa.

**EDGAR BALLARÍN.** El primer semestre de 2009 es van retirar 413.000 bitllets en euros falsos, el que suposava un increment d'un 17% respecte a la segona meitat de 2008. Tot i que podríem considerar que la quantitat és petita, tenint en compte que el terme mitjà de bitllets autèntics va superar els 12.000 milions d'euros, no deixa de resultar preocupant per a la gent que viu del comerç, que es converteix en un blanc fàcil per aquells que acostumen a pagar amb bitllets falsos.

La majoria dels bitllets falsos són de denominacions intermèdies, sent els de 20, 50 i 100 euros els més comuns, amb un 94% del total l'any passat. En els darrers temps ha pres especial protagonisme el bitllet de 20 euros que ha superat al de 50, fins ara el més falsificat.

### LES RECOMANACIONS DEL BCE: TOCAR, GIRAR I MIRAR

Tot i que la majoria de botiguers ja tenen el bon costum de tocar els bitllets

i mirar-ne els colors i els dissenys per detectar que siguin autèntics, la creixent exactitud de les falsificacions que estan arribant a Europa fa que aquest mètode sigui insuficient.

Per aquest motiu, l'anomenat Eurosistema, que engloba el Banc Central Europeu i els bancs centrals de cada país, ha llançat una campanya d'informació, anomenada "Toqui, Giri, Miri" en què dona una sèrie de consells per reconèixer les marques d'autenticitat dels bitllets i que ens permetrà identificar inclús les falsificacions més exactes.

Com el seu nom indica, el procés a seguir es basa en tres passos. El primer consisteix a tocar el bitllet. Hem de recordar que el paper del que estan fabricats els bitllets està compost de fibres de cotó, cosa que fa que la seva textura sigui ferma, resistent i aspra al tacte. A més, el bitllet és més gruixut en tres parts: el disseny principal, els caràcters gràfics i la xifra que apareix a l'anvers.



## DETECTORS HOMOLOGATS PEL BCE

Durant el reportatge hem comentat que el Banc d'Espanya té certificats tots els models de detectors de bitllets en funció del seu grau d'efectivitat. Doncs bé, el Banc posa a disposició dels usuaris un informe amb referències a cada model on en detalla el nom, el fabricant i el resultat que ha obtingut en la prova de detecció a la que se l'ha sotmès. Per poder veure i descarregar-se aquest informe en format PDF hem d'anar a l'adreça següent: <http://bit.ly/2L9IAAn>.

El següent pas serà girar, on haurèm d'estar atents a diverses marques. Per exemple, la zona hologràfica dels bitllets de 50, 100, 200 i 500 euros alterna, quan girem el bitllet, la representació del valor del bitllet amb una finestra o una porta. A més, apareixen de fons cercles concèntrics.

La banda hologràfica dels bitllets de 5, 10 i 20 euros alterna el valor del bitllet i el símbol de l'euro sobre un fons multicolor, encara que en els extrems roman el valor sense importar l'angle des del que el mirem. També cal fixar-se en la banda iridescent, situada al revers dels bitllets de 5, 10 i 20 euros, consistent en una banda daurada que mostra el valor del bitllet i el símbol de l'euro.

Mirar serà el tercer i últim pas a realitzar en aquest procés de comprovació, i també es basa en identificar una sèrie d'elements que ens permetran saber si el bitllet és fals o verdader. Una de les més importants és la marca d'aigua, que només s'aprecia si mirem el bitllet a contrallum. El paper té diversos graus de gruix que confereixen una transició gradual de la zo-

na fosca a la clara si el mirem d'aquesta manera.

El motiu de coincidència es localitza en un dels cantons del bitllet, on apareix el seu valor al mirar-lo a la llum i si sumem les traces inconexes de l'anvers i el revers. El fil de seguretat també s'ha d'apreciar a contrallum: consisteix en una línia fosca en que trobem escrit el valor del bitllet i la paraula 'euro'. Finalment ens hem de fixar en el puntejat, que apareix a la banda del bitllet i en la zona hologràfica. Aquesta marca consisteix en l'aparició del símbol de l'euro puntejat al mirar-lo a contrallum.

### MÉS PROCEDIMENTS VÀLIDS

A més d'aquestes comprovacions manuals, també tenim altres sistemes fiables que ens poden ajudar en el procés d'identificació. Emprar una lupa pot ser molt útil, ja que en diversos punts del bitllet trobem petits caràc-

ters gràfics que són difícils de veure a simple vista. Per exemple, en la paraula ΕΥΡΩ (euro, en grec), escrita a l'anvers, apareixen les lletres del bitllet molt nítides. Si les veiem borroses, el bitllet serà fals.

Un sistema més avançat i també molt fiable consisteix a exposar el bitllet a la llum ultraviolada, utilitzant un llanterna de llum negra. Si fem això, al bitllet han d'aparèixer fibres de color vermell, blau i verd, la bandera de la Unió Europea s'ha de veure en verd i les estrelles de color taronja. També apareixerà verd a la firma del president del BCE, Jean Claude Trichet, i les estrelles grans i els cercles de l'anvers han de brillar, així com el mapa d'Europa i el pont del revers. Cal tenir en compte que en molts bitllets la firma que apareix pot ser la de Willem F. Duisenberg, predecessor de Trichet en la presidència de l'organisme monetari. Tot i això, es tracta

**UN SISTEMA MOLT FIABLE DE COMPROVACIÓ CONSISTEIX A EXPOSAR EL BITLLET A LA LLUM ULTRAVIOLADA, UTILITZANT UNA LLANTERNA DE LLUM NEGRA PER VEURE UNS DETERMINATS COLORS**



de bitllets verídacs i perfectament legals.

### ELS DETECTORS DE BITLLETS

Malgrat que aquestes recomanacions són molt interessants i s'han de tenir en compte, els botiguers no tenen temps de fer tantes comprovacions en el curt temps que dura una transacció i necessiten un sistema més ràpid i efectiu. La resposta a aquesta demanda i en la que ja confien molts botiguers té un nom: els detectors de bitllets.

Aquests aparells destaquen per la seva fiabilitat i estan certificats pel Banc d'Espanya i/o el Banc Central Europeu, que els classifiquen en funció del seu percentatge de detecció, sent 100% la valoració més alta i que indica que l'aparell ha superat amb èxit totes les proves de detecció, sense haver generat cap fals positiu, o el que és el mateix, sense haver pres un bitllet fals per autèntic.

Que una màquina sigui homologada o compti amb el certificat CE no significa, però, que detecti tots els bitllets falsos, així que el certificat d'homologació d'una entitat bancària és una de les millors eines a l'hora d'escollir un estri així.

Altres factors que hem de tenir en compte a l'hora d'adquirir un detector

de bitllets són les seves garanties, que sigui fàcil de fer servir o que la validació dels bitllets sigui àgil, per no alen- tir i complicar la feina del botiguier.

### QUÈ FER?

Si malgrat tot acabem trobant a la nostra caixa un bitllet fals, haurem de seguir un procediment per ajudar a la seva retirada de la circulació.

Les entitats de crèdit, els establiments de canvi de moneda i altres entitats que participen en la manipulació i entrega de bitllets i monedes a títol personal estan obligades per llei a retirar i entregar al Banc d'Espanya tot bitllet o moneda que hagin rebut i sigui sospitós de ser fals.

Per tant, és a aquestes entitats a qui hem d'acudir en cas de tenir un bitllet o moneda d'aquestes característiques. També podem anar a una sucursal del Banc d'Espanya o enviar

el bitllet per correu al Departament d'Emissió i Caixa del Centre Nacional d'Anàlisi, pertanyent al Banc d'Espanya. La seva direcció és: c/Alcalá, 522, 28027, Madrid.

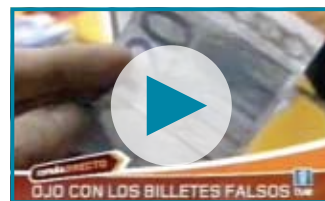
En cas que el bitllet sigui autèntic, tant les entitats bancàries com el Banc d'Espanya ens el retornarà sense problemes. Però si, per desgràcia, es tracta d'una moneda o un bitllet falsificat, el retindran per a la seva destrucció, i perdrem els diners.

Per tant, per evitar disgustos i pèrdues econòmiques, és molt important vigilar bé les monedes i bitllets que rebem, ja sigui mitjançant els procediments que hem explicat, o bé utilitzant un detector de bitllets. Sempre és una bona mesura de prevenció penjar un cartell a l'entrada que digui: "Aquest establiment disposa de mitjans per a detectar bitllets falsos". I més en temps de crisi. ●

### A LA XARXA

[www.youtube.com/user/Comercactiu](http://www.youtube.com/user/Comercactiu)

Al nostre espai a Youtube hem seleccionat un reportatge de l'informatiu de TVE 'Espanya Directo' que alertava sobre la proliferació de bitllets falsos ara fa tres anys. El podeu veure també a <http://bit.ly/5jyb0u>.



## EL CAS DE LES MONEDES



També arriben al nostre país un cert nombre de monedes falses però, pel seu menor pes econòmic, resulten menys interessants pels falsificadors i són cada cop menys comunes. Resulten menys complicades de detectar i de vegades la qualitat dels gravats o el color del metall les delata, però cal anar amb compte perquè també ens poden fer perdre diners. Sense anar més lluny, fa pocs mesos la policia va detectar un increment de l'arribada a Espanya de monedes tailandeses de mateix pes i mida que les de 2 euros, i amb un disseny que amb la rapidesa de la transacció podria convidar a la confusió. Però les semblances s'acabaven aquí, ja que el valor d'aquestes monedes era de 40 de les antigues pessetes, molt inferior a les 332,78 pessetes a les que equivalen 2 euros. Com podem veure, fins i tot les petites confusions poden perjudicar la nostra butxaca...

tot el nostre comerç

A LA XARXA

ALIMENTACIÓ

SALUT I COSMÈTICA

EQUIPAMENT DE LA LLAR

TÈXTIL-MODA

EQUIPAMENT DE LA PERSONA

LLEURE I CULTURA

RESTAURACIÓ I HOSTALERIA

SERVEIS PERSONALS



Agrupament de Botiguers  
i Comerciants de Catalunya

[www.catalunyacomerc.com](http://www.catalunyacomerc.com)

EL GRAN PORTAL DEL COMERÇ CATALÀ

LA NOVA LLEI ANTITABAC QUE EL GOVERN PREPARA

# RESTAURACIÓ SENSE FUMS

**Aquest 2010 que acabem d'estrenar es pot fer molt dur per als fumadors. I no només per l'annual pujada d'imposos, sinó pel fet que el Ministeri de Sanitat té previst aplicar la prohibició total de fumar en tots els espais públics tancats. En aquest reportatge explicarem què diu aquesta nova iniciativa i veurem les primeres reaccions que ha provocat.**

**EDGAR BALLARÍN.** El tabaquisme provoca al voltant de 50.000 morts a l'any entre els fumadors actius i de 1.000 a 3.000 morts entre els fumadors passius. Aquestes demolidores xifres, acompanyades els bons resultats que havia tingut fins ara la Llei Antitabac aprovada el 2005, són els principals arguments que el Ministeri esgrimeix per justificar un enduriment. Però... Què establirà exactament aquesta nova Llei, un cop hagi estat tramitada per part de la Comissió de Sanitat del Congrés?

Segons ha anunciat el Ministeri de Sanitat espanyol, i així ho ha explicat la ministra Trinidad Jiménez, la futu-

ra nova Llei Antitabac prohibirà fumar en qualsevol espai públic tancat, sense excepcions, una decisió per a la qual, en paraules de Jiménez, "la societat ja està madura".

Es tracta d'una normativa severa, que els fumadors veuran com una limitació de les seves llibertats, però que els no-fumadors consideraran un adéu, per fi, als locals plens de fum. Les reaccions no s'han fet esperar.

## ELS METGES APLAUDEIXEN AQUESTA NOVA MESURA...

L'Organització Mèdica Col·legial (OMC) ha estat una de les primeres institucions que ha comentat aquest



futur canvi en la legislació, i ho ha fet amb una gran aprovació. En declaracions a Comerç Actiu de Serafín Romero, Secretari General de l'OMC, "estem a favor de qualsevol mesura que disminueixi el consum de tabac i endureixi la normativa vigent, que darrerament s'havia relaxat una mica". A més, Romero va comentar que des d'Andalusia han arribat veus que volen proposar al Consell Interterritorial que els locals que ja es van adaptar a l'antiga llei puguin conservar un estatus 'mixte' amb zones per fumadors i no-fumadors.

### ... I ELS HOTELERS LA REBUTJEN AMB INDIGNACIÓ

No tant contents s'han mostrat els hotelers i restauradors, principals afectats per aquesta nova mesura. Segons

ha comentat a aquesta revista José Luis Guerra, President de la Federació Espanyola d'Hosteleria (FEHR), aquesta llei "farà la situació insostenible per a la major part dels establiments", a més que "suposarà un 10% de pèrdues addicionals sobre la pèrdua mitjana d'entre el 15 i el 20% que ja arrosseguen molts comerços". Guerra també es va pronunciar sobre

el fet que el Govern s'hagi negat a indemnitzar els propietaris que, en el seu moment, van fer una inversió per habilitar els seus establiments. Sobre aquest aspecte, el President de la FEHR ha dit que aquests establiments "tenen tot el dret a que se'ls indemnitzi, ja que van fer una inversió per adaptar-se a una llei que es canvia de la nit al dia". ●

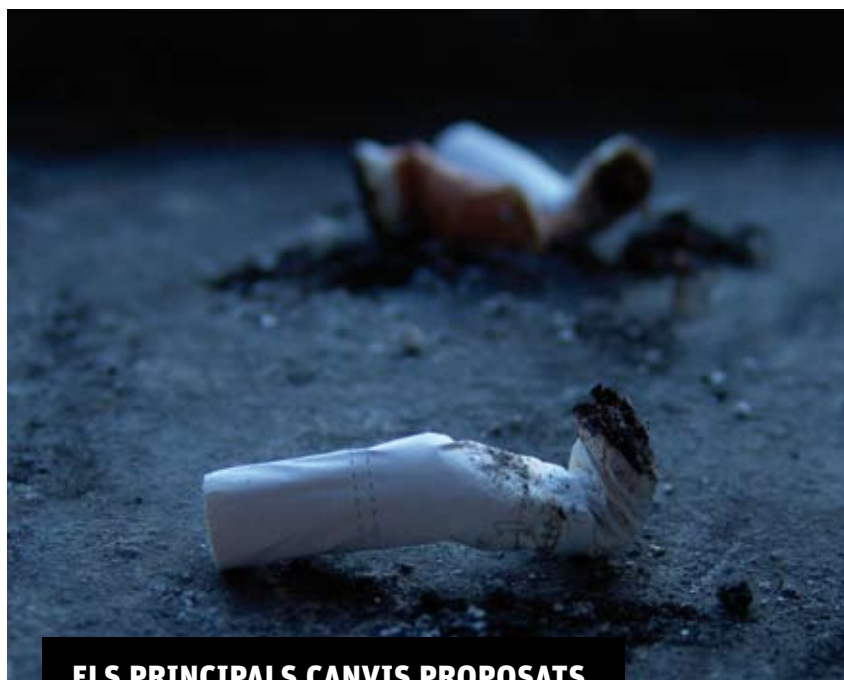
### A LA XARXA

[www.tv3.cat](http://www.tv3.cat)

Programa de TV3 on es va debatre la nova llei antitabac amb un cara a cara entre la Dra. Carmen Cabezas, del Departament de Salut de la Generalitat, i Gaietà Farràs, president del Gremi de Restauració de Barcelona. <http://bit.ly/7psOZV>.



## LA FUTURA NOVA LLEI ANTITABAC PROHIBIRÀ FUMAR EN QUALSEVOL ESPAI PÚBLIC TANCAT, UNA DECISIÓ QUE HA POSAT EN PEU DE GUERRA ELS RESTAURADORS



### ELS PRINCIPALS CANVIS PROPOSATS

#### La normativa actual diu...

Queda prohibit fumar als llocs de feina (excepte els espais a l'aire lliure), recintes on accedeixin menors i altres edificis públics. Els locals de més de 100m<sup>2</sup> han d'habilitar una zona per no-fumadors

separada físicament. Els de menys de 100m<sup>2</sup> poden decidir si permeten fumar o no als seus clients.

#### La Llei probablement dirà...

Queda prohibit fumar en qualsevol recinte públic tancat.



‘PLA RENOVA’T’ DE L’INSTITUT CATALÀ DE L’ENERGIA

## NOUS AJUTS PER MODERNITZAR EL NOSTRE ESTABLIMENT

La Generalitat de Catalunya, mitjançant l’Institut Català de l’Energia (ICAEN) ha posat en marxa aquest mes de gener el ‘Pla Renova’t’, que inclou ajuts econòmics per aquells establiments que renovin el seu enllumenat.

**EDGAR BALLARÍN.** Sempre és important tenir en compte les subvencions i ajuts econòmics que la Generalitat ofereix als establiments comercials, i més quan es tracta d’iniciatives del pes del ‘Pla Renova’t’. Aquest projecte contempla tres tipus de subvencions, totes elles basades en què els comerços i les empreses renovin i modernitzin les seves instal·lacions. Malgrat que la primera, centrada en electrodomèstics, no afecta en gran mesura

el botiguer, això sí que succeeix en els altres dos camps del pla: l’enllumenat en comerços i les finestres, obertures i protecció solar. Com que són dos aspectes que ens poden tocar de prop, des d’aquestes pàgines intentarem resoldre’n tots els dubtes.

### DOCUMENTACIÓ I TERMINIS

A part de complir amb els requisits que citem en l’apartat destacat d’aquest article, per a sol·licitar aquest ajut

econòmic haurem de presentar una sèrie de documents. Concretament, cal comptar amb un formulari segellat per l’empresa comercialitzadora o instal·ladora i signat pel beneficiari, una còpia del pressupost de la renovació, la factura de la llum del darrer mes i una fotocòpia del NIF o document equivalent.

Cal tenir en compte que el termini de presentació d’aquestes sol·licituds va del dia 11 de gener del present 2010 fins el dia 11 d’abril del mateix any. Qualsevol petició realitzada fora d’aquest termini no serà acceptada. Pel que fa la compra i instal·lació dels equips subvencionats, s’haurà pogut realitzar a partir de l’1 de ge-



## ALGUNS REQUISITS

**1** Trobar-se al corrent del compliment de les obligacions tributàries i de Seguretat Social i no tenir deutes amb la Generalitat de Catalunya.

**2** No haver estat sancionats, per la comissió d'infracció greu en matèria d'integració laboral de disminuïts o molt greu en matèria de relacions laborals o en matèria de seguretat i salut en el treball.

**3** Complir els requisits establerts per la Llei 1/1998 de política lingüística.

**4** En empreses, no complir amb requisits com la ocupació de treballadors amb disminució o la indicació dels mitjans que l'entitat utilitzarà per prevenir l'assetjament sexual.

ner de 2010 i fins l'acabament del període de vigència del pla.

### QUÈ CONTEMPLA LA SUBVENCIÓ?

En relació a les lluminàries, làmpades i equips, podrem rebre ajuts per la substitució del conjunt per un altre amb lluminàries de major rendiment, làmpades de major eficiència i reaccions electròniques regulables que permetin reduir la potència almenys en un 30% anual. Pel que fa als sistemes de control d'encesa i regulació de la llum, seran subvencionables aquells sistemes de regulació que reportin, almenys, un estalvi elèctric d'un 20% anual. Finalment, també podrem rebre ajuts si canviem el siste-

ma d'il·luminació, reubicant els punts de llum amb utilització de les tecnologies anteriors, de manera que es redueixi el consum elèctric anual respecte al sistema instal·lat, almenys, en el 30%.

La quantia de l'ajut serà com a màxim d'un 30% del cost elegible de la nova instal·lació, i la quantia màxima que es podrà rebre per la suma de les accions relacionades no superarà el límit de 15.000 euros per beneficiari. El cost elegible inclou el preu de material i la col·locació, però no els treballs del ram de paleta. Finalment, la inversió mínima que s'ha de realitzar per poder sol·licitar subvenció és de 500 euros. ●

## PER A PORTES I FINESTRES

De la mateixa manera que amb les instal·lacions d'enllumenat, el Pla també dona ajuts per a la renovació de finestres i altres obertures com portes vidrieres o claraboies per d'altres més eficients. També es contempla la substitució o incorporació de sistemes de protecció solar d'obertures, com poden ser les persianes, les gelosies, lamel·les i tendals. Les obertures han d'estar en un recinte habitable en contacte amb l'exterior o amb contacte amb un espai no habitable. En el cas d'establiments comercials, es podran rebre subvencions en les obertures renovades, amb una quantitat màxima de 100 euros pel metre quadrat d'obertura renovada. En el cas de la protecció solar, l'ajuda econòmica màxima és de 40 euros per metre quadrat. Cal tenir en compte que la quantia màxima que es podrà rebre en concepte d'ajut per la suma d'ambdues accions relacionades no superarà el límit de 100.000 € per beneficiari.





## DADES PRÀCTIQUES

**Dates:** 27-28 febrer 2010

**Més informació:** 97 226 01 52

### ON MENJAR

#### Restaurant Volcanet

Avinguda Morrot , 1

Tel: 97 227 28 33

#### La Perla d'Olot

Carretera La Deu, 9

Tel: 97 226 23 26

### ON DORMIR

#### Hotel Borrell

C/ Nonet Escubós, 8

Tel: 97 227 61 61

### ON COMPRAR

#### Patisserie Cropic's

C/ Bolós, 10

Tel: 97 227 11 51

### QUÈ VEURE

#### La Fageda d'en Jordà

Situada al bell mig de la zona volcànica de La Garrotxa, la Fageda és el principal atractiu de la comarca. Amb un encant natural gairebé màgic, aquest enorme bosc de faigs captiva tots els visitants que decideixen endinsar-s'hi.

## FIRA DE L'EMBOTIT D'OLOT

# PER GAUDIR DE LA GASTRONOMIA

**EDGAR BALLARÍN.** Més enllà de l'atractiu dels seus paratges naturals, si per alguna cosa és coneguda la ciutat d'Olot és per la seva excel·lent gastronomia. Aprofitant aquesta fama, deguda sobretot a les anomenades 'especialitats volcàniques' fetes amb carn a la brasa, la capital de La Garrotxa organitza cada any una fira alimentària realment interessant. Es tracta de la Fira de l'Embotit, on po-

dem trobar una gran varietat de productes d'aquest tipus, a més d'altres aliments típics de la comarca, com els fesols o els bolets.

En aquesta fira el visitant podrà trobar gairebé un centenar d'expositors on poder comprar el bo i millor de la gastronomia garrotxina, amb especial protagonisme de la botifarra, una de les grans estrelles de la cuina d'Olot. ●

## CALENDARI DE FIRES PELS PROPERS TRES MESOS

**Fira de la Candelera** (del 5 al 7 de febrer a Molins de Rei. Telèfon: 93 680 33 40). Fira dedicada a la jardineria i la mostra de bestiar, que ofereix també alimentació i brocanters...

**Fira de la Mel** (del 27 al 28 de febrer a Crespià. Telèfon: 972 59 70 65). Fira que data de l'Edat Mitjana i que s'especialitza en la venda de mel de Mil·lors. També hi trobem artesanía.

**Fira del Trumfo i la Tòfona** (del 6 al 7 de març a Solsona. Telèfon: 636 41 93 80). Organitzada pels botiguers de la ciutat, aquesta fira ofereix una atractiva jornada gastronòmica.

Per a més informació sobre fires a Catalunya, consulteu: [www.gencat.cat/diue/ambits/comerc/fires/calendari/index.html](http://www.gencat.cat/diue/ambits/comerc/fires/calendari/index.html)

## LLIBRES AMB IDEES INNOVADORES

# NARRATIVA SOBRE GESTIÓ EMPRESARIAL

En una època com l'actual, on el pessimisme és un sentiment generalitzat entre comerciants, és quan més atractius poden ser els llibres de narrativa empresarial. Aquestes obres

ens aporten idees innovadores que poden suposar un glop d'aire fresc al nostre negoci i poden invertir una tendència negativa gràcies a la creativitat. En repassarem alguns.

**LA ECONOMIA LONG TAIL****CHRIS ANDERSON**

Ediciones Urano – Colección Empresa

**Activa (2009)****384 pàgines****18€**

Un article a la revista que dirigeix, la prestigiosa Wired, va ser la llavor que va donar forma a aquest llibre. Aquell escrit defensava la tesi del 'Long Tail',

la cua llarga, que és una manera gràfica de dir que, amb Internet, el mercat de masses s'ha convertit en un mercat de nínxols ple d'oportunitats per als qui apostin per les petites quantitats i la fragmentació de públics i d'estils de vida. Anderson exposa una sèrie de casos per exemplificar la seva teoria que resultaran molt interessants per aquells més familiaritzats amb les noves tecnologies. Llibre especialment recomanat per qui busqui saber cap a on dirigeix Internet la nova economia. ●

**LA PILOTA NO ENTRA PER ATZAR****FERRAN SORIANO****Ara Llibres****272 pàgines****16,95€**

Vicepresident del FC Barcelona durant cinc anys i actual president de l'aerolínia Spanair, el de Soriano és un llibre que va més enllà de la literatura de gestió empresarial per endinsar-se

en la lògica dels clubs de futbol, i que de retruc serveix per conèixer els secrets d'un club que és quelcom més que això. I de pas, serveix per saber com és un bon líder, com es construeix un equip (de persones, i també de futbol) campió, com es gestionen el talent i la vida. A més, Soriano posa com a exemples situacions reals que ell i la directiva de Joan Laporta es van trobar en arribar al club blaugrana i fan d'aquest llibre molt amè de llegir, a més d'interessant per les idees que recull sobre gestió d'empreses. ●

**LA CRISIS NINJA****LEOPOLDO ABADÍA**

Espasa Calpe

**224 pàgines****17,90€**

Aquest ex professor d'economia jubilat es va donar a conèixer al ciberespai gràcies a la propagació d'un article sobre els efectes de la globalització en la crisi actual. El llibre és la conseqüència

esperada de la seva fama televisiva i de la seva manera d'explicar perquè aquí patim els efectes de la concessió d'hipoteques als 'ninja' (No Incoming, No Jobs, No Assets – sense ingressos, sense feina, sense propietats). Abadía desenvolupa de forma molt planera i entenedora tot tipus de conceptes econòmics i empresarials que fan d'aquest llibre una obra molt atractiva i especialment recomanada a aquell públic més 'profà' però interessat en el perquè de l'actual situació econòmica. ●

**COOLHUNTING****VÍCTOR ALEJANDRO GIL MÁRTIL**

Ediciones Urano – Colección Empresa

**Activa (2009)****192 pàgines****12,00€**

El llibre de Víctor Alejandro Gil Mártil aborda una preocupació habitual entre empresaris i comerciants: saber què passarà en el futur i preveure què

demanaran els consumidors. Fins ara, per poder endevinar-ho, només ens podíem confiar de l'experiència i del nostre olfacte professional, ja que molt sovint les tendències, en qualsevol tipus de producte i mercat, són totalment imprevisibles. "Coolhunting" ens permetrà jugar amb un cert avantatge, ja que explica quines són les eines necessàries per poder preveure amb altes probabilitats quins seran els productes i serveis que demanarà el públic en un futur immediat. ●

## L'EX PRESIDENT MOSTRA EL SEU RECONeixEMENT A LA NOSTRA TASCA

# JORDI PUJOL REP ELS REPRESENTANTS DE L'ABC

**REDACCIÓ.** El passat 1 de setembre, amb motiu de l'entrevista que es publica en les pàgines d'aquesta revista, el Molt Honorable ex President de la Generalitat de Catalunya, Jordi Pujol, va rebre en Jordi Vilaprinçó i n'Emiliano Maroto, President i Secretari General de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya.

L'ex President es va mostrar molt interessat en les activitats de l'Agrupament, i va destacar els 23 anys del seu mandat, un temps en què sempre es va mostrar especialment preocupat per la conservació i el foment del teixit comercial català.

Jordi Pujol, que ara dirigeix el Centre d'Estudis que porta el seu mateix

nom, va fer gala d'una memòria prodigiosa, així com d'un coneixement molt profund de les problemàtiques del nostre sector, com la nova Llei del Comerç que adapta a la legislació catalana la Directiva de Serveis europea coneguda com 'Llei Bolkestein', i que en aquestes mateixes pàgines analitzem amb tot detall. ●



D'esquerra a dreta: Jordi Vilaprinçó, President de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC); Jordi Pujol, President de la Fundació Centre d'Estudis Jordi Pujol, i Emiliano Maroto, Secretari General de l'ABC.

## L'ACTIVITAT DE L'AGRUPAMENT



**Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya**

**Taula de Comerç:** L'Agrupament, dintre de la Taula de Comerç, ha mantingut una sèrie de reunions amb tots els partits polítics durant els mesos de novembre i desembre, sent un dels temes tractats l'entrada en vigor de la Directiva de Serveis europea. La Taula també s'ha reunit amb la Directora General de Comerç, Gemma Puig, i el Secretari General de la Conselleria,

Enric Aloy, per ser informats sobre el projecte final de Llei que es presentava al Parlament en forma de Decret.

**Taula d'Autònoms:** Com a membre de la Taula d'Autònoms, l'ABC ha assistit a reunions amb la Junta Directiva d'aquest organisme per tractar temes d'actualitat, i va assistir el mes de novembre a l'Assemblea General del Sindicat del Taxi de Catalunya.

# COL·LABORACIÓ AMB L'AGÈNCIA CATALANA DE CONSUM

**REDACCIÓ.** El passat 8 de setembre, l'Agrupament de Botiguers de Catalunya es va reunir amb representants de l'Agència Catalana de Consum amb l'objectiu de fer un seguiment de l'acord de col·laboració pel foment d'actuacions en matèria de consum i la millora de la transparència del mercat.

En aquesta trobada, les dues entitats van acordar fer reunions bilaterals per tractar amb les diferents organitzacions dels diversos aspectes de desenvolupament de l'acord i identificar actuacions concretes a dur a terme en els cinc eixos d'actuació establerts. Pel que respecta a l'Agrupament, es va comprometre a dur a terme xerrades per al sector empresarial, col·laborar amb l'ACC i fer arribar als seus associats l'escrit conjunt de foment de l'arbitratge juntament amb el compromís d'adhesió. ●



# ASSISTÈNCIA A LA CONFERÈNCIA EMPRESARIAL 2009 DE LA CEOE

**REDACCIÓ.** La Confederació Espanyola d'Organitzacions Empresariales (CEOE) va celebrar el passat 2 de desembre a Madrid la seva Conferència Empresarial 2009, un acte al qual va assistir l'Agrupament mitjançant la presència del seu Secretari General, Emiliano Maroto. En aquesta conferència, celebrada al Palacio Municipal de Congressos de Madrid, es van presentar les diferents alternatives que la CEOE proposa per fomentar la competitivitat, el creixement i el treball. Amb el lema 'Camins per la recuperació i l'ocupació', aquest acte va servir per a què empresaris d'arreu del país i de tots els sectors, autònoms, joves empresaris i institucions empresarials exposessin les seves pròpies experiències i inquietuds, així com també els seus èxits en aquests temps econòmicament adversos. ●



## NOTÍCIES UBICS

### Campanya de Nadal de l'Associació de Calella

L'Associació de Comerciants Calella Centre Comercial va organitzar aquest passat Nadal la campanya "Per Nadal, un escenari d'il·lusió", on es podien descobrir les obres de teatre més famoses del món. Aquesta campanya, que va anar del 5 de desembre al 8 de gener, sortejava viatges arreu del món.

Per entrar en aquest sorteig, els clients havien d'omplir uns 'sumaquilòmetres' amb punts que obtenien realitzant les seves compres als comerços associats. Entre els destins possibles n'hi havia de tant atractius com Roma, Disneyland París, Dubai o Nova York. A més, també es van sortejar 14 sopars per a dues persones en alguns dels millors restaurants de Calella.

### La Unió de Botiguers d'Artés celebra el seu 30è aniversari

La Unió de Botiguers d'Artés (UBA) va celebrar el passat mes d'octubre els seus trenta anys amb una festa que va comptar amb la presència del conseller d'Innovació, Universitats i Empreses, Josep Huguet, i del President de l'ABC, Jordi Vilaprienyó. Abans de la celebració, el conseller i l'alcalde van visitar els comerços de la població i després van assistir al sopar, on es van entregar obsequis als membres de les diferents juntes que ha tingut l'entitat.

**Confederació de Comerç de Catalunya:** A l'octubre, l'ABC va realitzar diferents visites de treball a les delegacions de la Confederació de Comerç de Catalunya a Tarragona i a Girona per trobar-se amb els Delegats respectius; en el cas de Girona, també es va reunir amb el seu President, Domènec Espadaler. Al novembre, membres de la Junta Directiva de l'Agrupament

van assistir a la IV Convenció de la Confederació de Comerç de Catalunya, celebrada a Lleida.

**Organismes de la Generalitat:** L'Agrupament ha mantingut aquests dos darrers mesos diverses reunions amb organismes com el Departament de Política Lingüística i el d'Economia i Finances de la Generalitat, o la Comissió de Comerç Interior de la Cam-

bra de Barcelona. La Comissió de Comerç també va mantenir una trobada amb el Conseller Huguet i la Directora General Gemma Puig.

**Altres activitats:** L'Agrupament també ha assistit a diferents reunions a Banyoles, Ripoll i Olot amb les respectives Juntes Directives, per tractar temes d'activitats comercials, serveis i dinamització.

# SUBSCRIPCIÓ A COMERÇ ACTIU

## DADES PERSONALS

Nom i cognoms .....

Empresa .....

Direcció ..... Província .....

Població ..... País .....

Telèfon ..... Correu Electrònic .....

## FORMA DE PAGAMENT

Envio, juntament amb el butlletí de subscripció,  
un xec a

Ideas Editoriales 3003, S.L. C/ Tarragona, 84 - 90 1º 8º 08015  
BARCELONA

Transferència Bancària

Ideas Editoriales 3003, S.L.  
La Caixa: 2100 3267 43 2200125410

Domiciliació Bancària

Entitat Oficina DC Nº Compte

\_\_\_\_ | \_\_\_\_ | \_\_\_\_ | \_\_\_\_\_

Banc / Caixa \_\_\_\_\_

Dia de pagament \_\_\_\_\_

Càrrec a la meva Targeta

Número Targeta \_\_\_\_ | \_\_\_\_ | \_\_\_\_ | \_\_\_\_

Caduca el \_\_ | \_\_

\* Per la seva comoditat li renovarem anualment la subscripció a la revista, domiciliant-li el pagament. Vostè podrà cancel·lar-la simplement trucant al 93 423 84 04 o bé enviant un e-mail a [info@ideaseditoriales.com](mailto:info@ideaseditoriales.com)

Segons la Llei 15/1999, les dades que vostè ens facilita seran incloses al fitxer de Ideas Editoriales 3003, SL per la seva gestió comercial amb vostè. Si no desitja que les seves dades siguin publicades a la nostra publicació "Comerç Actiu", per favor, marqui aquesta casella.

Vostè té el dret d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, que podrà executar comunicant-lo per carta a: Ideas Editoriales 3003, SL. C/ Tarragona, 84-90 1º 8ª. 08015 – Barcelona.

**SUBSCRIU-TE  
A COMERÇ ACTIU  
PER 16 EUROS L'ANY**

(quatre números, amb un 20%  
de descompte sobre el preu de portada)

**ENVIANT AQUEST CUPÓ  
AL FAX**

**93 426 69 79**

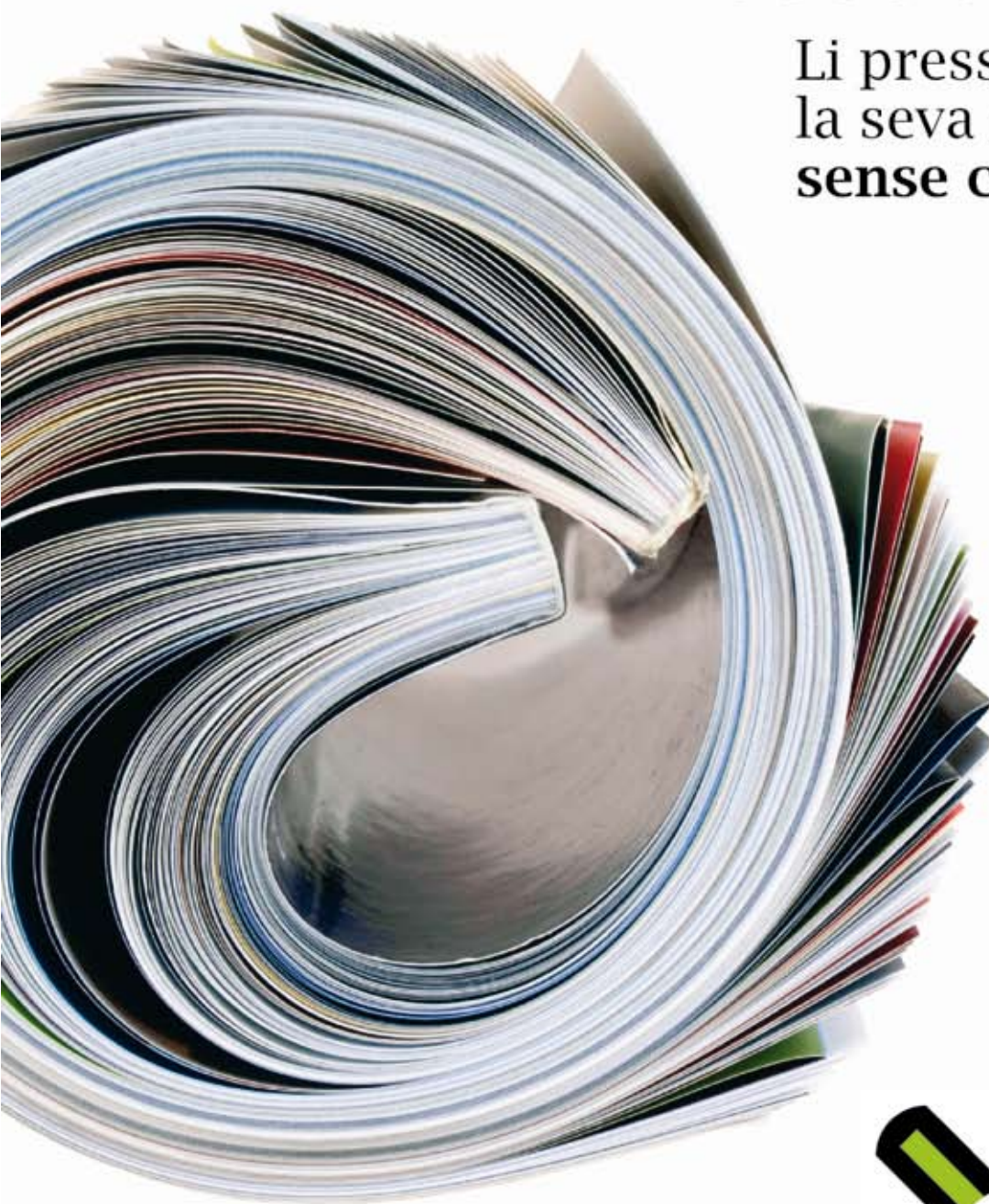
**TRUCANT  
AL TELÈFON  
93 423 84 04**

**PER MAIL A  
[info@ideaseditoriales.com](mailto:info@ideaseditoriales.com)**

**ENVIANT AQUEST CUPÓ  
PER CARTA A  
Ideas Editoriales  
C/ Tarragona, 84-90 1º 8ª  
08015 Barcelona**

# Quina revista corporativa necessita la seva Associació?

Li pressupostem la seva revista sense compromís



- Una revista és un **element bàsic de comunicació** per a qualsevol entitat
- **Ideas Editoriales** està especialitzada en l'**assessorament editorial** a Associacions, Gremis, Federacions, Col·legis...
- **No es preocupi de res:** la nostra editorial s'encarrega de tot, des de la seva posada en marxa fins a la seva impressió i distribució.



**IDEAS**  
EDITORIALES

Ideas Editoriales 3003 SL  
C/Tarragona 84-90, 1-8  
08015 Barcelona  
Tel. 93 423 84 04  
comercial@ideaseditoriales.com

*La Targeta de Compra  
més complerta.*

# *Descobreixi-la*



*I pagui les seves compres  
fins en 6 mesos sense interessos.*

*Targeta gratuïta el primer any  
Més de 12.000 comerços de tot Catalunya  
Més de 100.000 targetes*

**DEMANI LA SEVA TARGETA PUNTO ORO  
COMERÇ CATALA A QUALSEVOL SUCURSAL  
DEL BANC POPULAR. TEL. 902 301 000**

**Un servei conjunt amb l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya**

**ABC Serveis: 93 342 41 29 - 93 318 52 52**

**[www.abccat.com](http://www.abccat.com) - [www.puntooro.com](http://www.puntooro.com) - [www.comerccatala.com](http://www.comerccatala.com)**

**[www.bancopopular.es](http://www.bancopopular.es)**



**Demaneu la vostra targeta Punto Oro – Comerç Català  
a l'ABC o a qualsevol sucursal del Banc Popular**