

COMERÇ ACTIU



La revista dels empresaris i els professionals del comerç català
Número 3 Setembre–Novembre 2010



ELS COMERCIANTS PLANTEGEN LES SEVES INQUIETUDS ALS POLÍTIQS



LA VENDA AMBULANT
IL·LEGAL, UN
PROBLEMA QUE
CAL SOLUCIONAR



ENTREVISTA AMB
NÚRIA BELTRÁN,
DIRECTORA GERENT DE
LA FUNDACIÓ ESCODI

REDSAT

☒ COMUNICACIONES

☼ CLIMA

⚡ ELECTRIC

RED SAT és una empresa inscrita amb nº 1032 al Registre d'Instal·ladors de Catalunya i homologada pel departament de Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya.

Oferim serveis d'instal·lacions, manteniments i reparacions de:

- ANTENES DE TELEVISIÓ
- PORTERS ELECTRÒNICS I VIDEOPORTERS
- EQUIPS D'ÀUDIO I VÍDEO
- CIRCUIT DE VIGILÀNCIA TANCAT DE TELEVISIÓ
- ELECTRICITAT
- AIRE CONDICIONAT
- CALEFACCIÓ
- AIGUA, LLUM I GAS
- BUTLLETINS D'ALTA D'INSTAL·LACIONS

RED SAT COMUNICACIONES, SL

C/Tarragona, 84-90 1º 8ª 08015 Barcelona.

Tel. 93 431 12 61 - Fax: 93 426 69 79

www.red-sat.com

info@red-sat.com



Jordi Vilaprinyó i Parellada
President de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya

Tots sabem que vivim un temps en el que tot canvia de manera molt ràpida i ens cal un sobre-esforç per adaptar-nos i anticipar-nos al que ens demanen els nostres clients.

Com si no en tinguéssim prou amb aquesta crisi de gran abast i tan llarga, hem d'estar amatents a modernitzar-nos, a reciclar-nos, a buscar productes i serveis cada vegada més innovadors, a fer la mateixa –o més gran encara– gestió dels nostres comerços i, potser, amb menys recursos, despertar l'enginy, l'efectivitat i treballar molt per sorprendre agradablement els nostres clients.

Si a tot aquest esforç l'hi sumem la "paperassa", la comptabilitat, les declaracions, les notificacions, l'excessiva burocràcia, l'excés de reglamentació, etcètera, la nostra tasca esdevé titànica.

Ara, amb les properes eleccions, tenim una bona arma, no la única però sí molt bona, que és el nostre vot. Per això en aquest número de la revista hem volgut donar veu als partits polítics per parlar sobre el nostre tema i les nostres necessitats.

Llegim-los i votem en conseqüència. ●



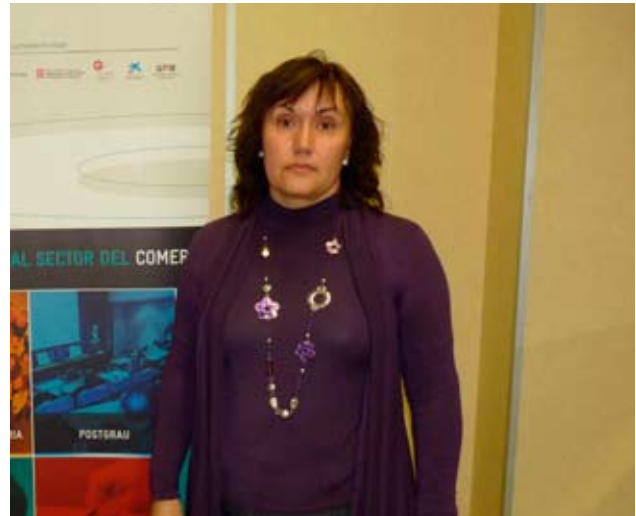
STAFF

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 Vilaprinyó, Emiliano Maroto, Ramón Creus, Agustí Gómez - **Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC):** Pg. de Gràcia, 20, 2ⁿ 1^a, 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 - <http://www.ideaseditoriales.com> / **Impremta:** Impremta Pagès / **Dipòsit legal:** GI-1422-2009

Col·laboració:  



06 Jornades Innova Comerç 2010.



16 Conversem amb... Núria Beltrán.



20 Les demandes del petit comerç.



26 Intercanvi d'experiències en promoció de comerç.

ACTUALITAT

06 Notícia destacada.

La informació més destacada sobre el comerç urbà. En aquesta ocasió, jornades Innova Comerç 2010.

08 Territorial.

Les últimes notícies, per territoris.

10 Breus.

Actualitat recollida de forma breu.

POLÍTIQUES PRO-COMERÇ

15 Opinió.

“Invisibles davant els poder públics”, per Evaristo Magaña, secretari de la Taula d'Autònoms de Catalunya.

16 Conversem amb...

Núria Beltrán, directora gerent de la Fundació ESCODI.

20 Legislació.

Les demandes del petit comerç al nou govern que sortirà de les eleccions al Parlament de Catalunya del 28-N.

26 Jornada.

“Intercanvi d'experiències en promoció de comerç”, organitzada per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya.

30 Fires.

Un estudi sobre el sector firal català analitza les tendències en la distribució i la comercialització de les fires.



30 Estudi sobre el sector firal català.



34 La imatge també ven.



38 Venda il·legal al carrer.



46 Butlletí El Botiguer.

MÀRQUETING I GESTIÓ COMERCIAL

32 Comerç Tradicional.

Premis a la Iniciativa Comercial i als Establiments Comercials Centenaris.

34 Tècniques de Venda.

Una bona imatge constitueix un important valor afegit que pot reportar molts beneficis al nostre negoci.

36 Cas d'èxit.

NKN Nekane.

EQUIPAMENT I SERVEIS

38 Venda ambulat.

Els problemes de la venda il·legal als carrers.

LLEURE

44 De Fira a...

64^a Fira de la Puríssima de Sant Boi de Llobregat.

45 Llibres.

Les lectures recomanades per conèixer l'altra cara dels polítics catalans.

EL BOTIGUER

46 Butlletí El Botiguer.

Butlletí sobre l'activitat de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) i les ubics associades.


 INNOVACIÓ, INTERNACIONALITZACIÓ I CARÀCTER EMPRENEDOR

INNOVA COMERÇ 2010: CAMÍ CAP A L'EXCEL·LÈNCIA

El Gran Teatre del Liceu va acollir el punt i final del Mes del Comerç a Catalunya amb la celebració de les jornades Innova Comerç 2010, que van aplegar més de 300 agents i experts del sector per debatre sobre innovació. Durant dos dies, els representants de l'àmbit del comerç van aportar els seus coneixements i experiència per reflexionar i ajudar al sector.

ÀLEX SÁNCHEZ. Amb l'objectiu de reflexionar amb els empresaris sobre la innovació, les vies de creixement i les últimes tendències, nombrosos experts del món empresarial i acadèmic de Catalunya es van donar cita durant dos dies a les jornades Innova Comerç 2010, organitzades per la Conselleria d'Innovació, Universitats i Empresa. Aquestes jornades van estar marcades pel context actual de crisi i van servir per proclamar la innovació, la internacionalització, el valor afegit i la impor-

tància d'assumir riscos i tenir un caràcter emprenedor com les vies adequades per sortir endavant.

Durant l'acte d'inauguració, presidit pel conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, i la directora general de Comerç, Gemma Puig, ja es van apuntar aquestes directrius com a eixos del debat. Huguet va ser el primer en parlar, fent palès que davant la conjuntura econòmica actual "ningú no pot quedar-se assegut a esperar que passi la tempesta; necessitem buscar els mecanismes per reconvertir el comerç català en una activitat econòmica de valor afegit". En opinió del conseller, la reconversió depèn del "creixement i la internacionalització, la col·laboració entre empreses, a nivell sectorial i territorial, i l'ús intensiu de les innovacions, tant les tecnològiques com les no tecnològiques".

LA VEU DELS EXPERTS

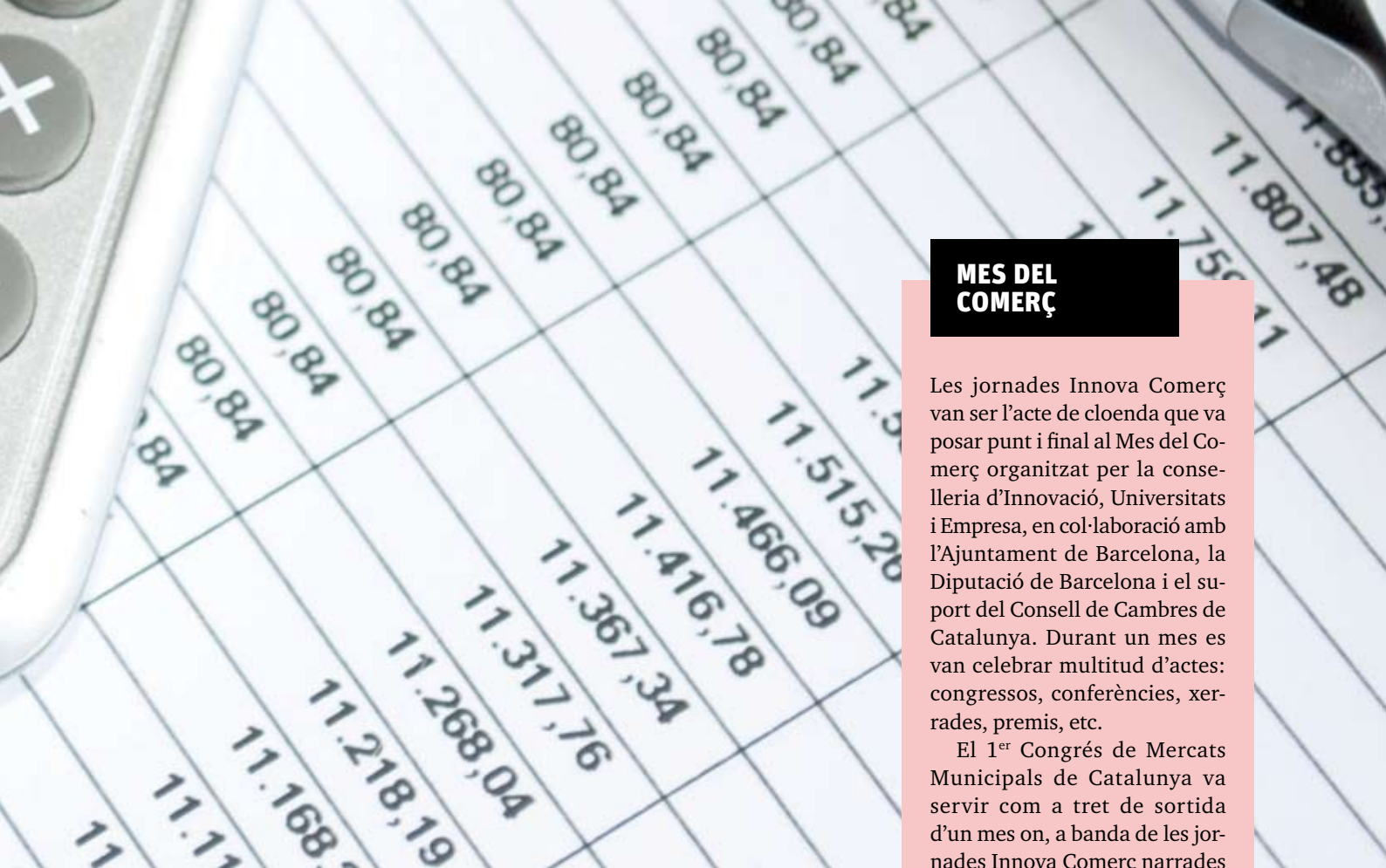
Les jornades estaven confeccionades al voltant de taules rodones amb temàtiques específiques diferents. La primera taula rodona portava per títol 'Context econòmic 2010-2011 i resposta empresarial', i va comptar amb la participació de Ramon Ollé, president exe-

cutiu de La Salle Engineering School; Oriol Amat, catedràtic d'Empresa de la Universitat Pompeu Fabra, i Quim Vila, propietari de Vila Viniteca.

Per Oriol Amat, les empreses d'èxit són aquelles "que aposten per les persones, unes finances prudentes, un creixement equilibrat i tenen una actitud proactiva". A més, va destacar la importància dels emprenedors com persones amb un "projecte vital, humils, flexibles i que saben envoltar-se d'un bon equip per tal d'arribar a la innovació i l'excel·lència". Per la seva banda, Ramon Ollé va rescatar la necessitat de "superar la proximitat i millorar l'àrea d'influència, incorporar valors addicionals al producte i aconseguir millorar l'experiència de compra del consumidor a través del tracte i la confiança". Finalment, l'emprenedor Quim Vila va destacar com a elements clau de l'èxit la localització, l'especialització, la professionalització, les accions de promoció i publicitat, i la inversió.

TAULES RODONES

La resta de la jornada va girar al voltant de tres temàtiques més. En primer lloc, sobre 'La innovació en el retail',



MES DEL COMERÇ

Les jornades Innova Comerç van ser l'acte de cloenda que va posar punt i final al Mes del Comerç organitzat per la conselleria d'Innovació, Universitats i Empresa, en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona, la Diputació de Barcelona i el suport del Consell de Cambres de Catalunya. Durant un mes es van celebrar multitud d'actes: congressos, conferències, xerrades, premis, etc.

El 1^{er} Congrés de Mercats Municipals de Catalunya va servir com a tret de sortida d'un mes on, a banda de les jornades Innova Comerç narrades en aquest article, es van produir d'altres en més parts de la geografia catalana, com Manresa, Tortosa, Lleida, Tarragona, Girona o Reus. Tot plegat, amb l'objectiu de debatre sobre un dels sectors cabdals de l'economia catalana, el comerç.

un debat que va comptar amb la presència d'empresaris que van explicar la seva experiència al capdavant d'empreses que han estat innovadores. Tot seguit va tenir lloc una tercera taula rodona sobre la ubicuïtat dels comerços, en centres comercials oberts o tancats. Van assistir-hi diferents comerços i associacions de comerciants, que van ser els encarregats de conduir i dinamitzar el debat. La darrera taula rodona de la jornada va tenir lloc sota el títol 'Models organitzatius cap a l'excel·lència', i va comptar amb la participació internacional de Michel Depatie, cofundador i vicepresident de l'Eix Mont Royal de Mont-Real (Canadà), que va destacar el paper de les

associacions sectorials que "defensen els interessos del sector davant d'institucions, organitzacions, etc."

EL PAPER DE LES ADMINISTRACIONS

La segona jornada va començar amb la intervenció de la directora general de Comerç, Gemma Puig, que va destacar el paper de les administracions públiques. Segons Puig, "l'administració ha de ser una aliada de les empreses i ajudar-les a assolir els seus reptes". Tot seguit, va intervenir el president d'Españair, Ferran Soriano, que va explicar les raons per les quals Catalunya i Barcelona necessiten comptar amb un aeroport "per créixer".

Les taules rodones del segon dia

van tractar sobre les relacions entre fabricants i distribuïdors i el repte del creixement de l'empresa detallista.

El professor de l'IESE Business School Luis Huete va posar el punt final a unes jornades que van servir a tots els assistents per conèixer una mica més quines són les fórmules d'èxit d'una empresa del segle XXI. ●

ESPAIS PER A LA INNOVACIÓ I LA FORMACIÓ

Espai d'Innovació Empresarial: Un espai on els assistents van tenir l'oportunitat de conèixer les últimes novetats tecnològiques amb aplicació al sector comercial. Van destacar els QR, uns codis de barres de dues dimensions que permeten emmagatzemar molta informació. Aquest producte té una gran aplicació en la gestió i el màrqueting. Un altre dispositiu digital present a l'espai van ser els RFID, o identificadors per radiofreqüència, que permeten saber si una peça de roba, per exemple, entra molt als proveïdors o, ens al contrari, no entra gens. Finalment, una altra de les

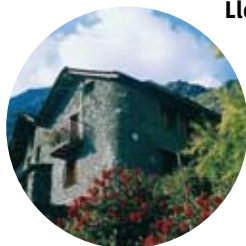
novetats que van poder veure va ser l'emprovador virtual, que mitjançant una càmera d'alta definició, una pantalla tàctil i un software específic pot detectar els moviments i patrons en temps real, permetent l'adaptació del complement o peça de roba al cos de la persona.

Espai de Recursos Humans i Formació: Diverses institucions van exposar la seva oferta formativa. Així, el segon dia d'Innova Comerç, els assistents van poder gaudir d'un retail tour i d'una passejada comentada per botigues singulars del centre de Barcelona.

LLEIDA

Nou empreses d'alimentació lleidatanes presenten els seus productes a Alemanya

Lleida. Entre el 20 i el 22 d'octubre, nou empreses agroalimentàries lleidatanes van promocionar els seus productes en un showroom gastronòmic a Düsseldorf, coincidint amb la celebració d'una mostra turística i gastronòmica de les terres de Lleida. Exquisitarium, Formatges Artesans de Ponent o Precuinats Àngel Bosch o van ser algunes de les firmes presents a la mostra. ●

El Congrés aposta per la promoció del turisme rural a la província de Lleida

Lleida. El passat 27 d'octubre, el Congrés va instar el Govern a reforçar la promoció turística de Lleida i del "Pobles amb encant". La proposició, del grup socialista, va aconseguir la unanimitat de tots els grups representats a la Comissió d'Indústria, Turisme i Comerç del Congrés dels Diputats. L'objectiu és estructurar els pobles rurals com a producte turístic alternatiu i afavorir la generació de rendes al territori. ●

TARRAGONA

Antoni Belmonte, reelegit president de la CEPTA pels pròxims quatre anys

Tarragona. El passat 10 de novembre, Antoni Belmonte va estar reelegit president de la Confederació Empresarial de la Província de Tarragona (CEPTA) pels pròxims quatre anys. La seva candidatura va ser l'única presentada oficialment, comptant amb un ampli suport per part de les empreses: va obtenir 23 avals, quan només són necessaris 10. ●

Reus serà zona d'excel·lència comercial a partir de principis de 2011

Reus. A principis de l'any vinent, Reus comptarà amb l'etiqueta d'excel·lència comercial, una distinció que atorga la Generalitat i amb la que el municipi podrà beneficiar-se de majors ajudes econòmiques per promocionar-se. L'obtenció del distintiu ha estat promoguda en gran part per la Unió de Botiguers i El Tomb de Reus, que el passat agost van fusionar-se per tal de dinamitzar el sector del comerç a la ciutat. ●

GIRONA

La província de Girona vol impulsar el seu turisme

Girona. La ciutat de Girona, vuit municipis més de la província (Cervià de Ter, Llagostera, Quart, Salt, Sant Julià de Ramis, Sarrià de Ter, Sant Gregori i Vilablareix) i la mancomunitat de la Vall de Llémena van signar el passat mes d'octubre uns acords de col·laboració amb la Conselleria d'Innovació, Universitats i Empresa per tal de promocionar el seu turisme. L'objectiu d'aquests protocols és impulsar la creació de productes turístics de referència que integrin les ofertes disperses i consolidin Catalunya com a destí turístic integral. ●



Salt demana canvis en la Llei de Comerç per construir un centre Ikea

Salt. Salt reclama canvis en la Llei de Comerç catalana per tal de fer possible l'arribada d'Ikea a la ciutat. La multinacional sueca està interessada en obrir un nou establiment a terres gironines, però la normativa exigeix que una gran superfície estigui ubicada a municipis de més de 50.000 habitants, requisit que Salt no compleix. Ikea va estudiar també la construcció d'un futur establiment a la també gironina Fornells de la Selva, però es va trobar amb els mateixos problemes. Les dues ciutats lamenten que la normativa de comerç de Catalunya freni aquestes iniciatives empresarials, que crearien 400 llocs de treball directes i 200 més de manera indirecta, la qual cosa suposaria una forta empenta a les economies locals. ●



Comerciants es queixen del canvi de sentit de varis carrers de la ciutat

Barcelona. Els propietaris dels negocis situats als carrers de Craywinckel, República Argentina i el passeig de Sant Gervasi de Barcelona es queixen del canvi de sentit d'aquestes vies, ja que consideren que aquesta acció ha estat la causa que ha produït un descens en el nombre de clients dels seus comerços.

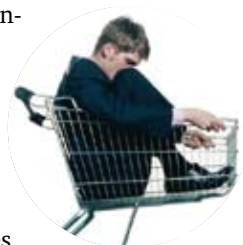


L'Ajuntament, per la seva part, diu que amb aquesta decisió pretenia tot el contrari, ja que creia que, amb menys cotxes, més vianants s'acostarien a les botigues. La realitat, però, ha estat que el canvi ha produït l'efecte invers, perjudicant l'activitat econòmica dels comerciants. ●

BARCELONA

La Segona Jornada d'Emprenedoria reuneix 160 nous empresaris

Terrassa. La Cambra de Comerç i Indústria de Terrassa va organitzar el passat novembre la Segona Jornada d'Emprenedoria, que va reunir 160 nous empresaris. La iniciativa vol consolidar-se com una trobada per fomentar l'intercanvi d'experiències i les col·laboracions entre comerciants. Va comptar amb quatre ponències i una sessió de treball centrada en la consolidació del negoci. En els últims anys, la Cambra ha promogut la creació de 440 noves empreses. La previsió per aquest any és de 150 noves companyies creades des d'aquesta institució. ●





Factorenergia implantarà el vehicle elèctric al Maresme

BARCELONA. La companyia elèctrica Factorenergia va anunciar el passat novembre la signatura d'un conveni de col·laboració amb l'empresa de disseny, fabricació i comercialització d'infraestructures de recàrrega Circutor i el Consell Comarcal del Maresme per promoure la utilització de vehicles elèctrics als trenta municipis de la comarca catalana. Segons l'acord, els ajuntaments de la zona es comprometen a incentivar l'ús entre la població dels cotxes elèctrics, reduint el consum i les emissions de gasos d'efecte hivernacle, per contribuir d'aquesta manera a lluitar contra el canvi climàtic. Factorenergia i Circutor assessoraran el Consell Comarcal del Maresme en l'àmbit de la mobilitat elèctrica, especialment en la instal·lació de terminals de càrrega als municipis i en l'adquisició de flotilles de vehicles d'ús municipal, com els cossos de policia o les brigades de manteniment. A més, les dues companyies col·laboraran en el desenvolupament de polítiques municipals de promoció dels vehicles elèctrics. ●

Barcelona elabora un nou cens de locals comercials

BARCELONA. L'Ajuntament de Barcelona prepara un nou cens de locals comercials, que espera tenir llistat a principis de 2011 i que substituirà l'actual, amb data de 2005. El consistori de la capital catalana vol comptar amb un registre que ofereixi dades actualitzades dels comerços de la ciutat, ja que el sistema de tributació de l'Impost sobre l'Activitat Econòmica ha canviat. A més, a causa de la crisi econòmica, és possible que hagin desaparegut alguns establiments. Per elaborar aquest cens, l'Ajuntament de Barcelona ha contractat 60 persones parades que estaven inscrites als plans d'ocupació de l'administració local. El regidor de Comerç i Petita i Mitjana Empresa del consistori, Roger Pallarols, assenyalava que tenir les dades al dia permetrà analitzar les noves tendències de comerç a la ciutat i veure com està evolucionant. ●



L'Agència Catalana del Consum presenta el nou Codi de Consum

BARCELONA. L'Agència Catalana del Consum ha estat portant a terme durant els darrers dos mesos un Pla de Difusió i Formació sobre el nou Codi de Consum de Catalunya. L'objectiu de la iniciativa era donar a conèixer les novetats que impliquen els canvis de la normativa. Per tal d'aconseguir-ho, l'ACC va realitzar, durant el mes d'octubre, diferents sessions informatives adreçades als professionals de les administracions públiques i d'altres organitzacions de consumidors. Les activitats van continuar durant el mes de novembre, amb jornades per informar als representants del món empresarial i als comerciants. A les sessions informatives realitzades durant aquests dos mesos es van tractar els aspectes més rellevants del codi, l'objectiu de la norma, els canvis més significatius i el pla d'acció que se'n deriva. ●



La Cambra de Comerç de Barcelona vol reformar el model aeroportuari

BARCELONA. La Cambra de Comerç de Barcelona ha proposat una reforma del model aeroportuari espanyol, plantejant un nou tipus de gestió dels aeròdroms de Barajas (Madrid) i El Prat (Barcelona), considerats pel Ministeri de Foment com a "aeroports singulars". La Cambra aposta per aconseguir que la gestió recaigui sobre una societat mercantil, amb capital privat o públic-privat, que treballi en règim de concessió. La societat mercantil hauria de pagar a l'Estat un ingrés inicial i un canon periòdic i s'encarregaria de gestionar les operacions aeroportuàries, el manteniment i serveis, el disseny del pla director de l'aeroport i la fixació de preus. El president de la Cambra, Miquel Valls, assenyala que aquest model, més eficaç i modern, s'aproparia a les tendències que s'observen a altres països europeus. ●



Isaac Sanromà, nou president de la Borsa de Comerç Europea

REUS. El passat mes d'octubre, Reus va acollir la celebració del 50^è aniversari de la Borsa de Comerç Europea. Un dels actes més rellevants de l'agenda va ser l'elecció del president de la Llotja i de la Cambra de Reus, Isaac Sanromà, com a nou president de la Borsa, càrrec que exercirà durant els propers dos anys. A la presentació van estar presents l'alcalde de la ciutat, Lluís Miquel Pérez, i l'encara president de la Borsa, Christian Plössl. Es preveu que la Borsa, que s'ubicarà a les noves instal·lacions del Palau de Fires i Congressos, tingui un impacte econòmic en el territori de sis o set milions d'euros. Al recinte hi haurà 67 stands i 22 taules de contractació, on estaran representades més de cent empreses. A dia d'avui, s'han superat ja les 2.000 inscripcions de brokers de més de 40 països diferents. ●



2,4 PER CENT va ser el valor de la inflació durant el mes de setembre a Catalunya, una xifra que no s'assolia des de novembre de 2008.

El TC admet el recurs del PP contra el Codi de Consum de Catalunya

BARCELONA. El Ple del Tribunal Constitucional ha admès a tràmit els recursos interposats pel PP i el Defensor del Poble contra el Codi de Consum de Catalunya, que obliga als comerciants a retolar els seus locals en català. El Codi, aprovat el 30 de juny pel Parlament autonòmic, contempla la sanció dels establiments que no compleixin la normativa amb multes que poden arribar fins als 10.000 euros. La normativa de consum es basa en l'article 34 de l'Estatut català, dedicat als drets lingüístics dels consumidors. Segons el Tribunal Constitucional, l'article necessita d'interpretació per considerar-se constitucional. El PP i el defensor del Poble van recórrer alguns articles d'aquesta norma al·legant que l'obligació de retolar en català suposa una vulneració dels drets lingüístics proclamats a la Constitució. ●

Comerç aprova la construcció d'un centre Ikea a Sabadell

SABADELL. La Direcció General de Comerç ha resolt atorgar la llicència comercial sol·licitada per Ikea Ibèrica per a la implantació d'un establiment Ikea a Sabadell. El centre s'instal·larà al Parc empresarial de la ciutat i tindrà una superfície de venda de 23.657 m², distribuïts en dues plantes. Es preveu també la construcció d'un aparcament soterrat de dues plantes i una zona d'aparcament descoberta. El projecte s'adequa al Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials de Catalunya 2006-2009 i la seva llicència està condicionada al compliment d'una sèrie de prescripcions sobre mobilitat i vies d'accés. ●



Barcelona celebrarà la seva primera nit de botigues obertes

BARCELONA. El 2 de desembre, la capital catalana celebrarà al Passeig de Gràcia la seva primera Barcelona Shopping Night. Les botigues de la zona romanen obertes fins a les dotze de la nit, acollint més tipus d'esdeveniments un cop tancades. Els hotels del passeig celebraran festes i còctels, sumant-se a tan singular celebració. La iniciativa, amb caràcter públic i privat, compta amb el suport de l'Ajuntament, l'Associació d'Amics del Passeig de Gràcia i l'Associació d'Empreses de Retail de Espanya. L'objectiu d'aquesta proposta de consum, que ja es celebra a ciutats com Madrid o Nova York, és fomentar el consum entre els ciutadans i millorar la projecció internacional de Barcelona com a ciutat de compres. La Barcelona Shopping Night, que vol convertir-se en una cita anual, estava prevista inicialment per al 4 de novembre, però finalment l'Ajuntament i les associacions comercials participants van decidir posposar la celebració per que coincidís amb l'encesa de les llums de Nadal. ●

Falset, seu itinerant de l'Escola del Consum de Catalunya

FALSET. Entre el 25 d'octubre i el 5 de novembre, Falset va convertir-se, per segona vegada, en la seu de l'Escola del Consum de Catalunya (ECC). Durant aquests dies, al municipi tarragoní es van oferir varis tallers i docències dirigits als alumnes de primària i secundària de la comarca. L'ECC és un servei públic gratuït de l'Agència Catalana del Consum de la Generalitat, que té com a objectiu afavorir la presència de l'educació del consum dins de l'àmbit educatiu català. Tracta de divulgar els drets i els deures dels consumidors al món educatiu, oferint tallers sobre educació del consum a més de 400 alumnes de diferents comarques catalanes. Durant aquest curs escolar 2010-2011, la seu itinerant de l'ECC estarà oferint els seus tallers a les comarques del Pla d'Urgell, el Pallars Jussà, l'Alt Urgell, l'Alt Penedès i el Baix Penedès. ●



Noves etiquetes amb informació útil per a celíacs i diabètics

BARCELONA. La Generalitat de Catalunya, en col·laboració amb l'Associació Catalana de Celíacs i l'Associació de Diabètics de Catalunya, porta a terme la iniciativa "Pacte per al celíac i el diabètic", registrant un nou model d'etiqueta adaptat a les necessitats d'aquests col·lectius. A les noves etiquetes s'indica si la composició nutricional dels productes alimentaris conté la informació bàsica que necessiten els diabètics i s'assenyala si l'aliment en qüestió conté gluten, una proteïna que no toleren els celíacs. L'objectiu del pacte és millorar la informació de l'etiquetatge dels productes alimentaris en favor d'aquests col·lectius. Diferents empreses de distribució d'aliments han signat un conveni d'adhesió a aquesta iniciativa amb el que es comprometen a incloure aquest tipus d'informació als seus productes. ●



Fnac obrirà a Mataró i estudia instal·lar-se a Girona i a Tarragona

BARCELONA. Fnac prepara l'expansió del seu negoci a Catalunya amb l'apertura d'un establiment a Mataró i la possibilitat d'instal·lar-se també a Girona i a Tarragona. La cadena de distribució de productes tecnològics i culturals, que a més obrirà un nova botiga al centre comercial Las Arenas de Barcelona a finals del primer semestre de 2011, espera que tots el projectes estiguin llestos abans de 2015. A la capital del Maresme, el grup francès vol instal·lar-se al complex comercial Mataró Park, o a peu de carrer si les negociacions no prosperen. A Tarragona, Fnac estudia la ubicació del seu local a la zona de la Rambla Nova, a prop del nou centre El Corte Inglés. Amb l'apertura d'aquestes noves botigues, Fnac vol fer créixer el seu negoci a Catalunya, sortint per primera vegada de Barcelona ciutat. ●



Campanya europea per promoure el comerç electrònic de confiança

BRUSSEL·LES. El 22 de novembre, el Parlament Europeu va celebrar la conferència "Economia del comportament, i què: s'haurien d'amoïnar els polítics?". El debat, centrat en els serveis d'inversió al detall, va proposar la creació d'una marca europea de confiança per promoure el comerç electrònic. L'objectiu del projecte és garantir als passatgers de trens i avions un accés més fàcil a la informació sobre els seus drets quan viatgin amb aquests mitjans de transport. Abans de la temporada de Nadal, la Comissió Europea posarà en marxa una campanya de publicitat a nivell europeu en aeroports i estacions de trens de tots els Estats membres que inclourà la difusió de cartells, tríptics informatius i la creació d'una pàgina web dissenyada per donar a conèixer als usuaris quins són els seus drets quan viatgen. ●



45

MILIONS de bosses de plàstic es distribueixen cada setmana a Catalunya, i cadascuna té un temps d'ús inferior als 15 minuts. Els botiguers apliquen mesures per a reduir-ne el consum.

Joan Armangué proposa la creació d'una Cambra de Comerç de l'Empordà

FIGUERES. En una conferència celebrada el passat novembre a l'agrupació Atenea del Casino Menestral de Figueres, l'ex alcalde de la ciutat gironina, Joan Armangué, va proposar la creació de la Cambra de Comerç de l'Empordà. La institució sorgiria com a resultat de la fusió de les cambres que hi ha actualment, amb seu a Figueres, Palamós i Sant Feliu de Guíxols. Armangué va fer aquesta proposició dins el cicle de presentacions del seu darrer llibre digital, *Una idea de l'Empordà*. L'ex alcalde i economista va explicar als presents els detalls d'aquesta proposta. Segons Armangué, quan l'Alt i el Baix Empordà superin la seva divisió administrativa, podran enfortir-se com a xarxa d'àrees urbanes i avançar per institucionalitzar-se com un espai de centralitat dins l'arc mediterrani transpirinenc. ●

El producte artesà, tema de debat al cicle 'Parlem de comerç!'

BARCELONA. El passat 23 de novembre es va celebrar a l'Espai Francesca Bonnemaison de Barcelona la primera de les trobades del quart cicle de debats *Parlem de comerç!*, organitzat per la Diputació de Barcelona. L'acte portava per títol "Producte artesà. Un valor afegit a tenir en compte i potenciar en el territori". En ell hi van estar presents diferents experts del món de l'artesanía, l'antropologia, el comerç, el desenvolupament econòmic i el màrqueting per parlar-ne sobre els productes artesans, les seves vies de distribució i comercialització i les oportunitats d'innovació que ofereixen. ●



Acord entre el Banc Sabadell i la Cambra de Comerç de Valls

VALLS. El passat 4 de novembre, la Cambra de Comerç de Valls i el Banc Sabadell van signar un acord de col·laboració per finançar el circulant de pimes i autònoms, i l'accés a productes de finançament a mitjà i llarg termini, a més d'altres productes i serveis financers, que també se'ls oferiran en condicions preferents.

El conveni, que van signar Marcel·lí Morera, president de la Cambra de Comerç de Valls, i Cèsar Suárez, director de zona de Banc Sabadell, també estableix que les empreses que formen part de la cambra podran beneficiar-se de l'assessorament de l'entitat bancària en temes de comerç internacional, tant des de l'àmbit operatiu com des del punt de vista de la formació.

La Cambra i Banc Sabadell han acordat constituir un grup de treball conjunt per desenvolupar productes i serveis per a les pimes, amb l'objectiu de millorar la competitivitat, activar la innovació tecnològica i facilitar l'accés a les línies de finançament. ●

La CCC reclama als partits polítics un pla d'acció per a les pimes

BARCELONA. La Confederació de Comerç de Catalunya (CCC) ha demanat als partits polítics que es presenten a les eleccions al Parlament de Catalunya un pla d'acció per a les petites i mitjanes empreses del sector del comerç, que estan patint la greu crisi del consum.

L'organització reclama un pla que eviti que es destrueixin llocs de treball en el sector comercial; una estratègia que estimuli el reforçament de l'activitat de les pimes comercials, i una base per reforçar el diàleg entre el Govern i les organitzacions empresarials i sindicals més representatives.

La CCC també ha adreçat a les forces polítiques 10 qüestions sobre els temes que més preocupen el sector comercial, com la competitivitat de les pimes, la venda il·legal i les falsificacions, o els horaris comercials, entre d'altres. ●



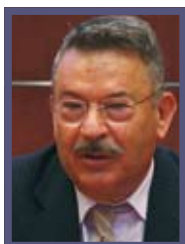
El Vendrell presenta un programa per activar els locals tancats del centre

EL VENDRELL. La regidora de Comerç, Indústria, Turisme i Platges d'El Vendrell, Àngels Turdiu, ha presentat als agents immobiliaris de la localitat tarragonina un nou programa per reactivar els locals tancats del nucli antic. Aquesta iniciativa, que s'emmarca en el projecte del Pla de Barris, vol fomentar l'ocupació dels locals que estan tancats amb l'establiment de nous comerços, ja sigui de serveis, restauració o lleure.

En una primera fase, l'Ajuntament ha elaborat un cens dels locals tancats a la zona del nucli antic, que són més de 180. En la segona fase, el consistori d'El Vendrell divulgarà l'oferta dels locals disponibles en una web, que incorporarà un cercador per orientar els possibles emprenedors interessats sobre la superfície útil i el preu orientatiu de lloguer. ●



INVISIBLES DAVANT ELS PODERS PÚBLICS



Evaristo Magaña
Secretari
de la Taula
d'Autònoms de
Catalunya

La situació dels autònoms en el context econòmic de crisi actual és especialment negativa. Així ho demostren les xifres. El darrer 30 de juliol, el nombre de cotitzacions dels autònoms a la Seguretat Social va disminuir un 9% respecte al desembre de 2007. En el còmput global, la xifra només arriba al 7%. Aquesta dada manifesta clarament que a Catalunya els autònoms pateixen d'una manera especialment dura els efectes de la crisi econòmica actual.

I què fan els poders públics al respecte? Des de la Taula d'Autònoms de Catalunya es va enviar a la conselleria de Treball el juny passat un document amb propostes concretes per donar suport als autònoms. Hores d'ara encara no tenim cap resposta. Però no és només això el que ens ocupa, volem denunciar que el govern de la Generalitat ha estat incapaç de constituir el Consell del Treball Autònom de Catalunya i d'iniciar el procés d'acreditació de la representativitat de les organitzacions d'autònoms del nostre país. I més sorprenent i indignant encara és el fet que la Generalitat aprofita aquesta conjuntura per evitar reunir-se amb les organitzacions d'autònoms, analitzar la seva problemàtica i cercar solucions als problemes plantejats.

L'única política activa que desenvolupa el Govern respecte als autònoms és l'impuls a l'establiment de nous au-

tònoms mitjançant el programa INICIA. Aquest fet suposa tota una contradicció, ja que en temps de crisi caldria més suport als sectors en crisi. No tenim cap política activa per evitar més abandonament d'activitats. Aquesta gran iniciativa de la Generalitat, anomenada 'Ajut Temporal Extraordinari', que dota amb 425 euros durant sis mesos als autònoms obligats a cessar la seva activitat, suposa una mostra clara del desconeixement de la realitat que té el govern respecte als autònoms. Més d'un terç d'aquestes presenciacions han estat denegades als autònoms per tenir deutes amb organismes com la Seguretat Social o Hisenda. Que potser algú es pensa que els autònoms faran front a aquestes obligacions abans de deixar de menjar?

I el govern de l'Estat? Tampoc està tractant la situació amb cap política activa de suport al món dels autònoms. No existeix cap solució pel crèdit que permeti que el finançament arribi als autònoms i les petites empreses.

En conclusió, els autònoms i autònomes d'aquest país seguim sent els grans oblidats del nostre govern tant a Madrid com a Catalunya. Per això continuem creient fermament que només serem respectats i se'ns tindrà en compte en funció de la nostra capacitat d'autoorganitzar-nos i demostrar la nostra força de manera col·lectiva. Amb la finalitat d'aconseguir aquest objectiu continuem treballant des de la Taula d'Autònoms de Catalunya, com a organisme unitari i independent de qualsevol força política, i únicament compromès amb la defensa dels interessos dels autònoms i autònomes de Catalunya. ●





NÚRIA BELTRÁN, DIRECTORA GERENT DE LA FUNDACIÓ ESCODI

“FORMEM ESPECIALISTES EN EL SECTOR DEL COMERÇ”

El passat mes de setembre, es va celebrar l'acte de graduació de la primera fornada d'alumnes de Direcció de Comerç i Distribució, la culminació d'un projecte pioner no només a Catalunya, sinó a tota Espanya, que va començar a tirar endavant fa tot just ara deu anys amb l'objectiu de formar professionals del retail comercial, un tipus d'ensenyament que no existia a nivell universitari.

JOSE ÓSCAR PLAZA. Quan es va crear, ESCODI es va marcar com a fita la creació d'uns estudis universitaris específics pel sector del comerç al detall. Aquest any ja en tenim la primera promoció, el que demostra que el nostre sector, com d'altres, requereix un reciclatge constant.

Què és ESCODI? Com arrenca aquesta iniciativa?

Es tracta d'una fundació que es dedica, única i exclusivament, a la formació al sector del comerç. Va néixer l'any 2000, amb l'impuls de l'Ajuntament de Terrassa i de la Cambra de Comerç de la ciutat, a més de la Generalitat (a condició que s'adrecés el

projecte a tota Catalunya). Un any després, ens va recolzar La Caixa, i el 2006, va entrar la Universitat Autònoma de Barcelona.

I quin balanç fa d'aquests deu anys d'activitat?

Ens hem dedicat a la formació de la gent del comerç, procedent de més de tres-cents municipis i inclús de fora de Catalunya, de llocs com les Illes Balears, la Comunitat Valenciana o el País Basc. Han estat prop de disset mil persones les que han passat per algun curs o seminari d'ESCODI.

Quins són els seus objectius?

Partint de la idea que el sector del

HEM BUSCAT LA IMPLICACIÓ D'EMPRESES DIVERSES, APARADORISTES, PUBLICITARIS, CAÇADORS DE TENDÈNCIES... I ALS ALUMNES SE'LS PLANTEGEN CASOS REALS

comerç és molt important pel nostre país, ens vam trobar, quan vam néixer, que la formació relacionada amb el sector era molt semblant a la que es donava quinze anys abans, quan l'evolució del comerç havia estat importantíssima, amb l'arribada de la globalització i l'augment de la competència, i teníem clar que, a llarg termini, el que ens havia d'ajudar era tenir gent preparada a nivell universitari que fos especialista en el sector del comerç.

Malgrat que l'ESCODI es va fundar l'any 2000, la carrera universitària es va engegar el setembre de 2007.

Va ser un projecte que va costar una mica de fer creure al sector, a la Universitat. Encara avui hi ha gent que té una concepció del sector del comerç molt feble, que no veu necessària una formació universitària per al sector del comerç. Pensen que, més enllà de la venda, no hi ha res. Però un professional ha d'entendre on ubicar la botiga, on exposar el seu producte, ha de saber manar gent... I aquí tenim eines de recursos humans, de psicologia, de merchandising, d'arquitectura comercial, etc.

La primera promoció d'estudiants universitaris es va graduar el passat mes de juny. Els estudiants van poder fer pràctiques a empreses per accedir més fàcilment al món laboral?

Aquesta carrera va néixer ja en el marc del Pla de Bolonya, la qual cosa ha portat a que els estudiants surtin de la Universitat amb coneixements i també amb competències. Hem buscat la implicació d'empreses diverses, aparadoristes, publicitaris, caçadors de tendències... Els alumnes, en aquests tres anys, coneixen a prop de seixanta ponents convidats que no són els seus professors, sinó gent relacionada amb el comerç que ve a l'aula. I a més de visitar centres co-



UN PROGRAMA ADAPTAT A LA REALITAT CATALANA

Que existeix un model comercial català és quelcom que ningú no pot discutir. Però ens calia saber si l'ESCODI ho havia tingut en compte a l'hora de dissenyar els plans d'estudi del Graduat. Segons la Núria Beltrán, "es va fer una reflexió prèvia sobre el que necessitàvem amb la Universitat i directius i empresaris ubicats a Catalunya". I com reconeix la pròpia Directora Gerent de l'ESCODI, els reptes dels comerciants són locals, però cada vegada més també globals, amb l'augment de la competència i l'hegemonia de l'anglès.

"Evidentment, quant a paisatge urbà, podem dir que hi ha un model català de comerç, diferent al d'altres parts d'Espanya", hi afegeix Beltrán.

merciars, als alumnes se'ls plantegen casos reals, ja que establim una col·laboració amb diversos comerciants (no importa la mida) perquè ens deixin fer treballs d'investigació de mercat. També tenim una assignatura de pràctiques a empreses; de fet, és optativa, però l'agafen la majoria dels estudiants.

Ens podria donar algun exemple?

Vam tenir el cas d'una empresa familiar de Premià de Dalt, que volien conèixer per quins motius no hi compren els que no són clients. Els estudiants van fer un treball que els ha servit per identificar els problemes de la botiga. Però hem tingut molts

altres casos en què els comerciants han volgut millorar en aspectes com el merchandising o d'altres.

A la resta d'Espanya hi ha alguna iniciativa similar?

Hi ha una titulació que per nom pot sonar semblant, Direcció Comercial i Màrqueting, però es troba enfocada a la direcció industrial, a les empreses que comercialitzen un producte. Nosaltres tractem del que els anglesos anomenen 'retail', del comerç al detall. Hem de tenir en compte que el nostre professorat té experiència al sector del comerç perquè hi ha treballat com a assessor o consultor.

Com s'hi accedeix?

La nostra carrera segueix el mateix procés que la resta, amb accés des d'un ampli ventall de cicles formatius que hi donen pas al Graduat

(com els de Comerç i Màrqueting), i també mitjançant la Selectivitat. Enguany, la nota de tall ha estat un cinc, perquè no hem cobert la totalitat de les places.

És una titulació privada o pública?

És un títol propi de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), amb matrícula a preu de privat, però l'import anual no es paga de cop, i a més hi ha beques a les que poden accedir la gent que ho necessita. També molts estudiants ho compaginen amb una feina de tardes i/o caps de setmana.

Com ha funcionat la inserció laboral dels graduats?

Amb la situació econòmica actual, estem contents de les ofertes que han rebut els graduats a les poques setmanes d'acabar els seus estudis, tant pel

tipus de feines com per les retribucions que han aconseguit. N'hi ha que s'han inserit com a directors de botiga o caps de secció d'establiments de certa envergadura (sobretot ha estat gent que ja tenia experiència com a venedors), i un parell han rebut ofertes per ser tècnics als departaments de màrqueting i de logística de les centrals de gestió de dues empreses catalanes del sector de gran consum. També n'hi ha que s'han reincorporat al negoci dels seus pares, però aportant noves idees que segur que revolucionaran i donaran nova vitalitat a aquests comerços. També cal destacar el cas d'una de les noies, que ha creat el seu propi negoci, sobre el que va basar el treball final de carrera.

A més de la carrera universitària, teniu programes d'especialització i postgrau relacionats amb el comerç. De què tracten?

HI HA GENT QUE TÉ UNA CONCEPCIÓ DEL COMERÇ MOLT FEBLE, QUE NO VEU NECESSÀRIA UNA FORMACIÓ UNIVERSITÀRIA



EL SEGÜENT PAS QUE FARÀ ESCODI SEGURAMENT SERÀ OFERIR ALGUN MÀSTER O PROGRAMA D'ESPECIALITZACIÓ ADREÇAT A PROPIETARIS D'ESTABLIMENTS COMERCIALS



Sí, en tenim varis que toquen temes com la Direcció d'Establiments Comercials, la Direcció de Centrals de Compres i la Gestió de Fires, tots ells reconeguts per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). El Curs d'Especialització de Direcció d'Establiments Comercials ja va per la seva sisena edició (el proper mes de febrer) i han passat per ell més de 150 persones. Normalment, són encarregats de botiga, i també alguns fills o familiars dels propietaris. En el curs toquen temes comercials, de direcció de persones i de gestió, i la gent en surt molt contenta per l'aplicabilitat pràctica. Ara estem treballant per poder treure al llarg de 2011 una edició presencial *on line* (professors i alumnes es veuran i parlaran cada un des de casa seva a través de programes de missatgeria i comunicació *on line* com Skype).

Però el següent pas que haurà de fer ESCODI segurament serà oferir algun màster o programa d'es-

pecialització adreçat a propietaris d'establiments comercials. I és que, després de la posada en marxa del Graduat en Direcció de Comerç i Distribució, ens hem trobat amb molts comerciants de la franja dels 35 als 45 anys que s'hi han interessat, però que ja no poden tenir la dedicació d'un estudiant, perquè tenen responsabilitats empresarials i familiars i no poden deixar la seva feina.

El que aquest col·lectiu ens demana és un programa que toqui les matèries de la carrera universitària, però amb un format més condensat, i a distància o semi-presencial (només tres o quatre dies intensius de classe al mes). Són comerciants que tenen molts anys per davant, i que són conscients que els cal una base tècnica més forta per poder competir i fer evolucionar els seus negocis. ●

A LA XARXA

www.escodi.com

TV3 va emetre un reportatge titulat 'La Universitat del Comerç', on s'explica el funcionament de la carrera impartida a l'ESCODI, les seves sortides professionals i, en definitiva, es defineix bé la importància de comptar a Catalunya amb formació específica per a un sector que dona feina a més de tres-centes mil persones. <http://bit.ly/9LpRTL>





EL SECTOR PLANTEJA LES SEVES INQUIETUDS ALS POLÍTICS CATALANS

EL COMERÇ VOL SER ESCOLTAT

Davant les imminents eleccions legislatives al Parlament de Catalunya, el sector del petit comerç planteja les seves demandes al nou govern de la Generalitat que esdevindrà dels comicis electorals del proper 28-N.

ÀLEX SÁNCHEZ. S'apropen eleccions legislatives al Parlament de Catalunya i és moment de grans promeses per part dels partits polítics, però també d'efectuar demandes per part de la ciutadania. Els botiguers i comerciants del petit comerç representats per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) han publicat un comunicat on presenten 11 demandes del petit comerç davant les eleccions autonòmiques d'enguany.

La primera de les reivindicacions

va relacionada amb la normativa de llei sobre riscos laborals, la qual consideren massa restrictiva. Davant d'aquesta sol·licitud, els partits polítics es mostren comprensius, però entenen que cal contundència per tal d'evitar accidents. Josep Maria Recasens, president de la sectorial de CDC, dóna màxima importància a qualsevol mesura "encaminada a garantir la salut i seguretat dels treballadors". Tot i així, des de CDC es pretén conju- gar la sensibilitat "envers la preven-

ció de riscos laborals amb les especificitats i els condicionaments de les petites empreses". Per la seva banda, ERC, a través de Maria Àngels Cabasés, secretària de Política Econòmica, considera l'aplicació de la normativa no "excessiva" però sí "difícil", mentre que ICV-EUiA la considera "correcta" perquè, segons el seu parer, "la seguretat va per davant de tot. L'únic problema pot ser la seva aplicació en determinats casos pel quals l'administració hauria d'assessorar i si cal ajudar als comerciants". El PPC, a través de la seva candidata, Alicia Sánchez-Camacho, considera que en temps de crisi no es pot exigir a un comerciant que prou feines té per sortir endavant que "apliqui una normativa



CONSELL ASSESSOR DE COMERÇ

Una de les reclamacions de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) per a la propera legislatura és recuperar el Consell Assessor de Comerç, un òrgan de representació de les principals organitzacions del sector per tal de poder dirigir, recomanar i debatre polítiques comercials del sector. Davant d'aquesta voluntat de l'ABC, els partits polítics mostren opinions contràries. Convergència, a través del president de la sectorial de comerç, ha manifestat la seva voluntat de "revitalitzar la participació del sector en la presa de decisions" i ha afegit que el Consell Assessor de Comerç "no pot limitar-se a una reunió sobre els vuit dies festius d'obertura". Els membres del Govern tripartit s'han mostrat una mica més reticents i ambigus. Pel PSC, el nou Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) ja es considera com a comissió sectorial. ERC aclareix que la direcció del sector ja està limitada, per normativa europea, a l'administració pública. ICV-EUiA reclama més participació a nivell local. El PPC aposta per potenciar l'Observatori del Comerç i dels Serveis. C'S sí aposta pel Consell.

cupa, i molt, al petit comerç és l'excés de control administratiu per part de l'administració, especialment en les administracions locals en matèria de llicències comercials, d'activitat, d'incendis i sanitàries. Per aquest motiu, demanen una simplificació de les declaracions fiscals i la facilitació de les tasques administratives. Davant d'aquesta problemàtica, la majoria de partits es posicionen a favor d'una simplificació dels procediments administratius. CDC parla d'una "finestreta única", mentre que el tripartit format per PSC, ERC i ICV-EUiA argumenten que el govern ja fa temps que treballa en aquesta línia. Per exemple, el PSC recorda que la simplificació de l'administració "està recollida en tots els documents de treball i és una de les mesures del pacte per a la competitivitat de l'economia catalana". No opinen el

mateix els partits de l'oposició, com el PPC, que promet crear "una finestra única", i Ciutadans, que es mostra contundent i creu que "les tasques administratives i les obligacions fiscals s'han de simplificar".

UNA NOVA LLEI DE CONSUM

Tot i així, el punt fort de la polèmica en torn a les peticions del petit comerç per a les properes eleccions és el seu desig que es legisli una nova Llei de Comerç que substitueixi i reconsideri alguns punts polèmics del recentment aprovat Codi de Consum. Cal recordar que l'actual Llei de Comerç va ser aprovada pel Parlament català el passat mes de juliol amb els vots favorables del Govern tripartit i els vots contraris de tots els partits de l'oposició. És per aquest motiu que la voluntat de crear una nova llei només

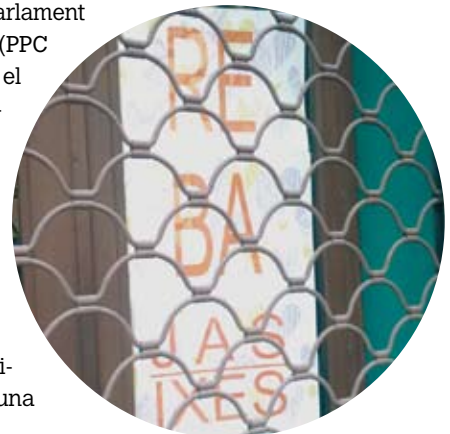
tan estricta". Ciutadans és l'únic partit que obertament titlla la normativa "d'excessiva". Al voltant d'aquesta qüestió, el Partit dels Socialistes de Catalunya no s'ha posicionat.

EXCÉS DE BUROCRÀCIA

Una altra de les qüestions que preo-

LLEI DE CODI DE CONSUM DE CATALUNYA

El projecte de Llei del Codi de Consum de Catalunya va ser aprovat pel Ple del Parlament el passat 30 de juny amb 68 vots a favor (PSC-CpC, ERC i ICV-EUiA), 16 en contra (PPC i C's) i 48 abstencions (CiU). El projecte de llei, que va arribar al ple després que el Consell de Garanties Estatutàries n'avalés la constitucionalitat, unifica les disposicions existents en la matèria i incorpora noves maneres de comprar i de vendre, com el comerç electrònic i les noves formes de contractació de béns i serveis. Entre altres punts, el projecte de llei inclou el dret dels consumidors a ser atesos oralment i per escrit en català, i obliga les empreses a tenir una adreça a Catalunya on els consumidors puguin dirigir les seves queixes. Tot i així, la nova normativa no satisfà l'Agrupament de Botigues i Comerciants (ABC), entre d'altres coses perquè exigeix tot un seguit de deures als comerciants però no cita enlloc cap deure pel consumidor. A més, l'ABC considera desproporcionades les quanties de les multes que imposa el nou Codi. Per aquest motiu i altres, l'ABC reclama una nova llei que substitueixi la vigent per tal d'adaptar-la al seu model de comerç.





ELS PARTITS DEL GOVERN DEFENSEN LA FEINA FETA DAVANT LES CRÍTiques I VOLUNTATS DE CANVI DE L'OPOSICIÓ EN TEMES COM LA SIMPLIFICACIÓ DE L'ADMINISTRACIÓ O UN NOU CODI DE COMERÇ

cinc mesos després de la seva aprovació comporta una greu polèmica entre partits. Convergència promet portar al Parlament el debat sobre la necessitat de crear una nova llei “que regularà també l'exercici de l'activitat, les modalitats de venda i les activitats de promoció de vendes, entre altres coses”.

Per la seva banda, el PSC reconeix que “tot i no compartir de forma absoluta els acords presos a la Taula de Comerç durant l'elaboració de la llei, aquesta recull en gran mesura les consideracions del partit”, i no considera oportú tornar a obrir un debat tan intens. Els socis de Govern, tant ERC com ICV-EUiA, justifiquen la llei i recorden la dificultat que va comportar l'elaboració d'una llei que estava condicionada per les exigències de la Directiva

europea de Serveis en el Mercat Interior (DSIM), una normativa de caràcter fortament liberalitzador. Per la seva banda, la resta de l'oposició, PPC i C's, també veu necessari tornar a debatre una llei que titllen de “negativa” pels comerciants en molts punts. El PPC es mostra rotund i molt contrari a unes sancions que poden suposar “fins a 10.000 euros per un iogurt caducat o per retolar en castellà”. A més, es mostren partidaris d'eliminar les sancions lingüístiques. “Tothom podrà retolar en ambdues llengües sense sancions”, afirma Espinosa.

L'ASSOCIACIONISME

Finalment, l'última de les qüestions que neguitegen als petits comerciants és la necessitat de potenciar l'associacionisme i la planificació urbanís-

tica comercial. Davant d'aquesta inquietud, els partits responen tots en la mateixa línia: cal recolzar el paper vertebrador de l'associacionisme. Així ho constaten partits com CiU, que anuncia que farà un programa de suport i assistència tècnica als gremis i empresaris, o el PSC, que veu necessari “fomentar i consolidar les associacions com a eixos indispensables per a l'estructuració del comerç del futur”. ERC i ICV-EUiA es mostren en la mateixa línia. Així, ERC treu pit de la feina feta: “Nosaltres hem potenciat les associacions comercials com mai s'havia fet abans”. ICV-EUiA es mostra partidària de la participació de l'associacionisme, remarquant la importància del nivell local. Pel PPC i per Ciutadans “l'associacionisme fa més competitiu el petit comerç”. ●

JOSEP MARIA RECASENS (PRESIDENT DE LA SECTORIAL DE COMERÇ DE CDC)

“IMPULSAREM UNA NOVA LLEI DE COMERÇ”



La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord?

Nosaltres considerem que el Codi de Consum era una llei necessària. No obstant, el resultat final és francament millorable. Cal recordar que la Llei va ser aprovada amb els únics vots

favorables del govern tripartit. Ens hagués agradat poder votar a favor del Codi de Consum. Si ho haguéssim pogut fer, és a dir, si el govern tripartit s'hagués mostrat més disposat a negociar, bona part dels punts de desacord que ara expressa el petit comerç no existirien.

És, per tant, el seu partit partidari d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent?

Decididament sí. El nostre programa recull el compromís de portar al Parlament una nova Llei General de Comerç i dels serveis de Catalunya que unificarà, actualitzarà i completarà la normativa actualment dispersa, per tal de recuperar i potenciar el model català de comerç. Per tal que aquesta futura Llei que volem impulsar constitueixi un nou marc normatiu vàlid per al segle XXI, caldrà un procés previ d'anàli-

si i reflexió, així com la recerca del màxim consens possible. Òbviament, el Consell Assessor de Comerç haurà de jugar-hi un paper cabdal.

S'han de facilitar les tasques administratives i fiscals, simplificant les declaracions fiscals i l'excés de control administratiu que pateix el petit comerç?

Cal una finestra única que tingui en compte les necessitats específiques del sector, per tal de facilitar les relacions amb tots els departaments de la Generalitat i altres administracions. I cal oferir tant atenció telefònica o electrònica, com atenció presencial, amb punts d'atenció arreu del territori. Cal aprofundir en la simplificació dels procediments.

L'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya està a favor de potenciar l'associacionisme i la planificació urbanística comercial. Què pensa d'aquestes propostes?

Els governs de CiU han estat clarament sensibles a l'associacionisme per tal que el comerç pugui avançar, tant individualment com col·lectivament. La nostra proposta electoral preveu explícitament un programa de suport i assistència tècnica als gremis i associacions. Pel que fa a la dinamització territorial, cal recordar que va ser CIU qui va concebre i va impulsar el suport a les associacions de comerciants. El nostre programa preveu mesures tant per potenciar la cooperació empresarial en les zones rurals, com per promoure la consolidació dels eixos comercials urbans.

MONTSERRAT CAPDEVILA (PORTAVEU DE LA COMISSIÓ DE COMERÇ PEL PSC)

“SOM PARTIDARIS D'UNA REVISIÓ EN ELS ASPECTES LINGÜÍSTICS”



La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord?

La nova llei de consum que ha entrat en vigor aquest any marca uns barems adaptats al segle XXI. Considerem que els imports de les sancions s'ajusten al grau d'incompliment. En

cap cas es planteja una sanció de grau màxim a un comerç que ha comès una infracció lleu. Ara bé, quan parlem d'aspectes lingüístics, des del PSC ens plantegem tractar el tema sempre en positiu, per tant, respecte a aquest apartat, som partidaris d'una revisió.

És, per tant, el seu partit partidari d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent?

Fer una nova llei implica obrir un nou debat intens i cal tenir present que la DSMI condiona qualsevol legislació que puguem abordar. El model de comerç és molt divers i ha de poder tenir formats i ofertes variades i equilibrades per garantir un principi, que és la llibertat d'elecció dels ciutadans, basada, és clar, en el consum responsable. La llei actual va ser aprovada fa poc i, per tant, recull en gran mesu-

ra les consideracions del PSC, tenint en compte que per a nosaltres la concreció ha d'estar el més a prop possible del territori, donat que és allà on es coneixen millor les necessitats i mancances dels ciutadans. Cal desplegar-ne el reglament, així com la competència municipal d'ordenació del comerç. Dit això, el PSC és molt respectuós amb els acords treballats en el sí de la Taula del Comerç, tot i no compartir-los de forma absoluta.

Considera el seu partit que s'han de facilitar les tasques administratives i fiscals?

Des del PSC i el mateix Govern ja fa temps que fomentem la simplificació administrativa. En el nostre programa forma part de l'eix central de l'àmbit d'impuls econòmic.

Quins punts contempla el seu programa electoral per acabar amb aquesta burocràcia excessiva?

Amb l'aplicació correcta de la DSMI, tota aquesta percepció i reiteració de les càrregues administratives ha de desaparèixer, ja que els tràmits que en el seu moment eren obligatoris ara passen a ser tràmits de comunicació responsable.

És necessari establir una normativa que garanteixi els drets i deures entre les empreses subministradores i de serveis i establiments comercials minoristes?

Defensem al màxim l'acord i el pacte entre privats, i, si no és possible, la mediació. La judicialització ha de ser l'última opció. Una nova normativa implica més complexitat.

M. ÀNGELS CABASÉS (SECRETÀRIA DE POLÍTICA ECONÒMICA D'ERC)

“ERC ÉS GARANTIA D'UNA INTERPRETACIÓ RIGOROSA DE LA LLEI”



La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord?

La llei està pensada per evitar i castigar els abusos de les grans empreses, de cap manera respecte al petit comerç, tot i que aquest també ha de complir la normativa.

Per tant, el seu partit no és partidari d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent i adaptar-la d'una manera real al nostre model de comerç?

La normativa actual és vigent des de fa encara no un any i garanteix la preservació i l'enfortiment del nostre model comercial, tot respectant els nous requeriments que la nostra pertinença a l'espai europeu ens obliga. L'evolució del propi sector, així com l'esdevenir de la situació econòmica actual i de la normativa europea, ens ha de fer amatents a nous canvis, si aquests són fruit del consens social i polític. Tanmateix, la llei, que s'adapta en termes generals a la nostra realitat, pot ser aplicada i interpretada segons la sensibilitat de qui governi. Esquerra és garantia d'interpretació rigorosa segons el seu esperit i no forçar-la i deformar-la per

vulnerar-la, com estem segurs que farien les altres forces polítiques. Exemples no en falten.

Considera el seu partit que s'han de facilitar les tasques administratives i fiscals, simplificant les declaracions fiscals i l'excessiu control administratiu que pateix el petit comerç?

D'una manera rotunda, sí. De fet, la nostra presència al Govern ha significat el desenvolupament de la finestra única empresarial i la simplificació de la tramitació administrativa. Cal seguir en aquesta línia, compaginant la seguretat jurídica d'empreses i consumidors amb el necessari foment de l'activitat econòmica.

Quins punts contempla el seu programa electoral per acabar amb aquesta burocràcia excessiva de les administracions locals?

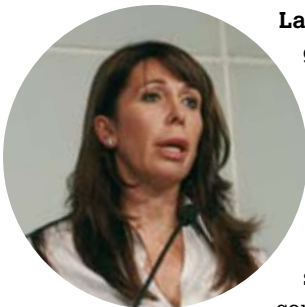
A grans trets, Esquerra vol impulsar una administració pública moderna i eficaç, que vetlli pels interessos col·lectius de la ciutadania sense penalitzar el desenvolupament de les activitats econòmiques, Esquerra ha estat en aquest govern la defensora de les petites empreses.

Creu necessari establir una normativa que garanteixi els drets i deures entre les empreses subministradores i de serveis i establiments comercials minoristes?

Entenem que sí, tot i que no només per al comerç minorista, sinó per qualsevol activitat econòmica que es presti.

ALICIA SÁNCHEZ-CAMACHO (PRESIDENTA DEL PPC)

“NO ES PODEN IMPOSAR SANCIONS DE FINS 10.000 EUROS”



La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord?

El Partit Popular de Catalunya ja va presentar esmenes al Codi de Consum per reduir substancialment l'import de les sancions. No pot ser que un botiguer pugui ser sancionat amb fins a

deu mil euros per tenir un iogurt caducat ni que per retolar el seu comerç en una de les dues llengües oficials de Catalunya, com és el castellà, també pugui ser sancionat amb 10.000 euros. Des del PPC pretenem reclamar la igualtat dels comerciants catalans amb tots els petits i mitjans empresaris de la resta d'Espanya.

Per tant, són partidaris d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent i adaptar-la d'una manera real al nostre model de comerç?

La regulació del comerç està sent molt afectada per la normativa que s'està aprovant a Europa. La nova llei aprovada al Congrés ha estat conseqüència de la transposició d'una directiva europea. Al mateix temps que s'aproven les normes hem d'aprofitar per protegir el nostre model de comerç.

S'han de facilitar les tasques administratives i fiscals, simplificant les declaracions fiscals i l'excessiu control administratiu que pateix el petit comerç?

A Catalunya els tràmits per obrir un negoci s'allarguen més enllà de 47 dies de mitjana i suposen, almenys, 10 procediments. Aquest excés de burocràcia fa que només el 14% dels emprenedors que decideixen posar en marxa una empresa o un negoci arribi fins al final del procés. Hem de reduir l'excessiva regulació administrativa i les traves que incrementen els costos econòmics de les empreses i perjudiquen la seva competitivitat. El compromís del PPC és retallar un 30% la burocratització a la que es veuen sotmeses les empreses a Catalunya.

Quins punts contempla el seu programa electoral per acabar amb aquesta burocràcia excessiva?

Gairebé un any i mig després, encara no sabem res del paquet de 48 mesures fins al 2010 per reduir la paperassa burocràtica que suporten les empreses que va aprovar el Govern de Montilla. La tasca d'unificació de la normativa és complicada, però necessària. Per contribuir a aquest objectiu, el PP vol fer efectiva la finestra única empresarial amb l'objectiu d'unificar tots els procediments administratius. També volem un procés de des-regularització de la normativa autonòmica que afecta les empreses per eliminar duplicitats i normes innecessàries.

“LES NORMATIVES NO PERJUDIQUEN AL PETIT COMERÇ ”



És partidari el seu partit d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent i adaptar-la d'una manera real al nostre model de comerç?

Des d'Iniciativa recolzem la llei aprovada pel Govern. Creiem que hi hagué una gran habilitat per part del Govern en presentar una llei que permetés complir

la Directiva de Serveis europea (DSIM) i que no perjudiqués al petit comerç. Cal recordar que la DSIM pretén bàsicament una liberalització total del comerç. Gràcies a la nostra negociació, ara un gran centre comercial no pot obrir al centre d'una ciutat com Vic o Terrassa. La llei del Comerç té com a principal objectiu regular les grans superfícies per defensar el petit comerç. Malgrat tot, estic segura que els comerciants voldrien encara més restriccions.

La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord?

Nosaltres no fem cap valoració respecte als imports de les multes. Creiem que si les coses es fan bé i la normativa es compleix, no hi hauria cap motiu per multar ningú.

Considera el seu partit que s'han de facilitar les tasques administratives i fiscals, simplificant les declaracions fiscals i l'excessiu control administratiu que pateix el petit comerç?

El nostre govern ha treballat molt en aquesta matèria. S'ha creat una finestreta única, s'ha aprovat la llei de serveis electrònics de les administracions públiques, s'han creat aplicacions a Internet per fer quantitat de coses. Per tant, no creiem que sigui excessiu. S'haurà de continuar treballant-hi, però ja s'han donat moltes passes per millorar-ho.

Per al nostre Agrupament, les administracions locals apliquen un excés de normativa en matèria de llicències comercials, d'activitats, d'incendis, sanitàries i de residus. Quins punts contempla el seu programa electoral per acabar amb aquesta burocràcia excessiva?

La nostra aposta és pel comerç de proximitat, que és el que crea cohesió social i relacions veïnals molt importants pels barris, pobles i ciutats. Per això, pretenem potenciar-lo a través de la reducció de tràmits, aconseguint que tots els elements obligatoris i necessaris per obrir un comerç siguin més fàcils. Per nosaltres, el que fa mal al petit comerç no és la quantitat de normatives de residus, incendis o seguretat, ja que són molt importants i necessàries. El que perjudica al petit comerç és la presència de gran comerç dins les superfícies urbanes.

ANTONIO ESPINOSA (SECRETARI D'ACCIÓ POLÍTICA DE C'S)

“SOM ELS ÚNICS QUE HEM DENUNCIAT LES MULTES DE LA NOVA LLEI”



La nova llei de consum conté alguns punts molt negatius per al petit comerç, com són els referits als imports de les multes. Hi està d'acord? C's

és probablement l'únic partit que ha denunciat les multes que es contemplen en la nova llei de consum. No únicament per la seva excessiva quantia, sinó també pels motius o causes

per les que poden ser imposades.

Per tant, és partidari Ciutadans d'elaborar una nova llei de comerç per substituir la vigent i adaptar-la d'una manera real al nostre model de comerç?

Sí, el comerç és un sector econòmic en què predominen els autònoms i les petites i mitjanes empreses, base econòmica de Catalunya. El sector està patint molt especialment la crisi per la contenció i disminució del consum; per la situació de grans dificultats mereixen una especial atenció i suport de l'administració i una nova regulació.

Considera el seu partit que s'han de facilitar les tasques administratives i fiscals?

Per a Ciutadans les tasques administratives i les obligacions fiscals s'han de simplificar al màxim, ja que són una càrre-

ga per a la petita empresa i els autònoms en general i per al petit comerç en particular, que incrementa les seves despeses de gestió.

Quins punts contempla el seu programa electoral per acabar amb aquesta burocràcia excessiva?

C's promourà la finestreta única, la simplificació de tràmits, l'eliminació de traves i barreres administratives i les despeses burocràtiques per a l'inici de les activitats econòmiques.

L'ABC està a favor de potenciar l'associacionisme i la planificació urbanística comercial. Què en pensa?

C's es mostra a favor de l'associacionisme perquè fa més competitiu al petit comerç en relació a les grans superfícies. Igualment, és partidari de la planificació urbanística comercial per garantir la supervivència del petit comerç de proximitat i també és partidari que, des del compliment de la legalitat, els nous venidors puguin desenvolupar una activitat comercial, pròspera per a ells i per a la resta de catalans.

També consideren que s'haurien d'establir un parell de plans de regulació, en relació als horaris comercials i les pretensions de la SGAE. Què opineu?

Som partidaris de liberalitzar els horaris comercials, però estem disposats a escoltar els possibles inconvenients. Quant a la pretensió de la SGAE de cobrament d'un cànon, estem absolutament en contra.

INTERCANVI D'EXPERIÈNCIES EN LA PROMOCIÓ DE COMERÇ

UNA EMPENTA AL COMERÇ

El passat 17 d'octubre, l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) va organitzar a Solsona el primer 'Intercanvi d'experiències en la promoció de comerç'. En aquesta jornada, els directius d'associacions de comerciants i unions de botiguers van explicar als assistents les claus de l'èxit de les campanyes d'animació comercial que han portat a terme.

CELIA LÓPEZ. La crisi que sacseja el consum i la necessitat de potenciar el comerç minorista han despertat l'enginy dels comerciants i botiguers de Catalunya, que han engegat innovadores campanyes comercials per donar-li una empenta als seus negocis.

Algunes d'aquestes curioses iniciatives les vam poder conèixer a la jornada "Intercanvi d'experiències en la

promoció de comerç", que es va celebrar el passat 17 d'octubre al Palau Llobera de Solsona, seu del Consell Comarcal del Solsonès. Organitzada per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC), aquesta trobada de responsables d'associacions i dinamitzadors tenia com a objectiu compartir informacions i experiències en qüestió de campanyes i activitats de promoció comercial, a més d'orientar els assistents per aconseguir els millors recursos d'administracions, patrocinadors i proveïdors de serveis.

La jornada va començar amb un esmorzar per gentilesa de les pastisseries associades a la Unió de Botiguers de Solsona, l'amfitriona de la trobada. El seu president, Josep Pelegrina, i el president de l'ABC, Jordi Vilapriñó, van ser els encarregats de donar la benvinguda a les 140 persones que van assistir-hi. Acte seguit, els acompanyants dels assistents que així ho desitjaven podien fer una visita guiada pel nucli antic de Solsona i els llocs més emblemàtics de la ciutat.

SORTEIG D'ENTRADES

La primera ponència va córrer a càrrec de Soledad Jiménez, presidenta de l'Associació de Comerciants i Empresaris (ACE) de Sant Joan Despí, qui va explicar la reeixida experiència de la campanya "Dissabte a la tarda, el comerç dóna espectacle". Aquesta iniciativa, que es va portar a terme el mes de novembre de 2009, volia aconseguir que els comerciants obrissin els dissabtes a la tarda i que els clients s'animessin a fer les compres aquest dia a Sant Joan Despí. Per assolir aquest doble objectiu, les persones que compressin els dissabtes a la tarda a les botigues adherides a la campanya podrien entrar en el sorteig de dues entrades per a concerts (Depeche Mode i El Canto del Loco), espectacles (l'obra d'òpera *Il Trovatore*, de Giuseppe Verdi, al Liceu) i esdeveniments esportius (Barça-Madrid, sens dubte el regal estrella).

Segons Soledad Jiménez, aquesta campanya comercial no només va aconseguir el doble objectiu inicial, sinó que també va fer incrementar les



1



2



3



4

❶ Josep Pelegrina, president de la Unió de Botiguers de Solsona, i Jordi Vilaprinyó, president de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya. ❷ Soledad Jiménez, presidenta de l'Associació de Comerciants i Empresaris de Sant Joan Despí. ❸ Pilar Solera, dinamitzadora de Prat Gran Comerç, d'El Prat de Llobregat. ❹ Mercè Pinto i Carme Peix, dinamitzadores de Manlleu Associació de Botiguers (MAB).

adhesions a l'ACE de botigues que volien aprofitar les avantatges d'aquesta iniciativa.

FORA ESTOC

Un dels problemes amb què es troben les botigues al finalitzar una temporada és desprendre's dels estocs. Amb la finalitat de liquidar aquests produc-

tes de temporada, Prat Gran Comerç, amb la col·laboració de l'Àrea de Promoció Econòmica i Comerç de l'Ajuntament d'El Prat de Llobregat, va engregar la Fira Fora Stock, que es va celebrar el cap de setmana del 4 i 5 de setembre d'aquest any.

Pilar Solera, dinamitzadora de Prat Gran Comerç, va assenyalar que

l'èxit de la campanya va estar més relacionat amb la disposició de les carpes a un lloc tan cèntric com la plaça de Pau Casals, on també hi havia un castell inflable per als més petits, que amb la inversió que es va fer en publicitat. Els comerciants participants a la fira, sobretot dels sectors vinculats amb la decoració i la llar, van fer

FIRA D'EXPERIÈNCIES

Al Palau Llobera, els assistents podien visitar la Mini Fira d'Experiències Comercials, on les diferents associacions disposaven d'un espai on exposaven el material de suport de campanyes d'animació o esdeveniments. Així, tenien taula les ubics d'Artés, Corbera, El Prat de Llobregat, La Seu d'Urgell, L'Hospitalet de Llobregat, Manlleu, Moià, Molins de Rei, Platja d'Aro, Ripollet, Sallent, Sant Joan Despí, Sant Sadurn d'Anoia o Solsona.

Al mateix espai s'ubicaven els estands d'algunes organitzacions i empreses que col·laboren amb l'ABC, com el Banc Sabadell, Factorenergia, el centre de formació Evosfera o el Fons d'Imatges del Comerç a Catalunya (FICC).

L'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) també disposava al Palau Llobera d'una taula on els assistents podien consultar els serveis que ofereix l'organització als seus membres.





❶ María Villariño, presidenta de la Unió de Botiguers de Ripollet (UBR). ❷ Cecilio Blanco, membre de l'Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro i S'Agaró. ❸ Xavier Serramalera Lladó, regidor de Planificació i política econòmica, Treball i indústria, Comerç-Consum i turisme, Món rural, Tecnologies informatives i Comunicació de l'Ajuntament de Sallent, i Josep Puig, president de Comerç Associat de Sallent. ❹ Emiliano Maroto, secretari general de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya.

un balanç positiu d'aquesta iniciativa, que ha portat a Prat Gran Comerç a preveure una segona edició per liquidar els estocs de la propera temporada d'hivern.

UN COMERÇ QUE ENAMORA

Una de les iniciatives comercials més imaginatives va ser la que van presentar Mercè Pinto i Carme Peix, dinamitzadores de Manlleu Associació de Botiguers (MAB). Sota el nom "Manlleu t'enamora", l'Ajuntament i el MAB van organitzar el 24 d'abril a la tarda una campanya que volia donar a conèixer el comerç de la ciutat i que va engalanar 160 establiments amb la imatge comuna de l'activitat: uns cors amb paraules, frases i poemes d'amor.

Durant dues hores, qui s'acostés a Manlleu podia gaudir d'onze teatralitzacions i de música en viu, a més de

poder participar en el sorteig de regals *romàntics* cedits per més de 70 establiments i assaborir els petons de Manlleu, uns llavis de xocolata creats per una empresa de la ciutat.

Amb aquest bon sabor de boca va posar-se fi a la primera tanda de ponències i es va fer una pausa perquè els assistents poguessin gaudir d'un bon cafè i visitar la Mini Fira d'Experiències Comercials.

ÀLBUM DE CROMOS

Després de la pausa, María Villariño, presidenta de la Unió de Botiguers de Ripollet (UBR), va presentar una altra curiosa iniciativa. Per celebrar el 20^e aniversari de l'UBR, al 2007, es va editar "Ripollet pas a pas", un àlbum de cromos que recull fotografies antigues de la ciutat. L'àlbum es podia aconseguir a qualsevol dels establiments associats a l'UBR i s'havia de

completar amb els 138 cromos que repartien, sense necessitat de comprar, els 136 comerços de la campanya, el Centre Cultural i el Centre d'Interpretació del Patrimoni. Entre tots aquells que van completar l'àlbum, l'UBR va sortejar tres premis el 20 d'abril de 2008. Aquesta campanya, que va despertar l'interès dels assistents, va tenir molt èxit i va aconseguir promocionar la ciutat i els comerços associats.

A CEL OBERT

A Platja d'Aro, ja fa deu anys que van engegar una campanya batejada amb el nom de "La Botiga al Carrer", el primer "centre comercial a cel obert" de Catalunya, segons va explicar Cecilio Blanco, membre de l'Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro i S'Agaró. Aquesta iniciativa va néixer a l'estiu de 2000 i, des de llavors, es celebren dues edicions a l'any, coin-

TENIR UNA COMUNICACIÓ FLUIDA ENTRE L'AJUNTAMENT I L'ASSOCIACIÓ DE BOTIGUERS D'UN POBLE ÉS "FONAMENTAL", SEGONS XAVIER SERRAMALERA, REGIDOR DE COMERÇ DE SALLENT

LA PRIMERA, PERÒ NO L'ÚLTIMA

La jornada "Intercanvi d'experiències en la promoció de comerç", que es va celebrar el passat 17 d'octubre a Solsona, va ser la primera, però probablement no serà l'última. Aquesta primera edició va ser tan ben acollida pels assistents que l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC) té la ferma intenció de tornar a repetir la iniciativa el proper any.



Els assistents a la jornada organitzada per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC).

cidint amb el final de les temporades d'hivern i estiu.

En aquesta fira, un centenar d'establiments exposa als mostradors instal·lats al carrer tota mena de productes a un preu immillorable. Amb l'objectiu d'unificar la participació dels comerços, es fan mantells personalitzats per cobrir i protegir les taules, i es distribueixen bosses ecològiques promocionals entre els comerciants per poder col·locar-hi els productes que els visitants adquireixen.

Aquesta mostra, organitzada per l'Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro i S'Agaró i la regidoria de Comerç, Turisme i Desenvolupament Econòmic, té com a objectiu mostrar l'oferta comercial i de serveis de la localitat, i donar a conèixer cada botiga participant i els seus productes.

UNA COMUNICACIÓ FLUIDA

L'última ponència va córrer a càrrec de Josep Puig, president de Comerç Associat de Sallent (CAS), i Xavier Serramalera Lladó, regidor de Planificació i política econòmica, Treball i indústria, Comerç-Consum i turisme, Món rural, Tecnologies informatives i Comunicació de l'Ajuntament de Sallent, que van explicar als assistents la bona relació que hi ha entre els comerciants i el consistori a Sallent. Per a Xavier Serramalera, tenir una comunicació fluida entre l'ajuntament i el CAS és fonamental i no es pot enten-

dre que no sigui així en altres municipis, ja que tots dos busquen els mateixos objectius, que no són altres que dinamitzar el comerç i l'economia, i aconseguir que Sallent sigui una localitat competitiva.

Emiliano Maroto, secretari general de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC), va posar punt final a la jornada de ponències amb un resum de les experiències exposades i va agrair als participants que hagin compartit les seves iniciatives per aconseguir donar-li una empena al comerç minorista. ●

DINAR DE GERMANOR

Un cop finalitzades les ponències al Palau Llobera, cap a les dues de la tarda, tots els assistents es van desplaçar al restaurant de l'Hotel Gran Sol de Solsona, on ja els estaven esperant les persones que havien fet la visita guiada per conèixer els secrets turístics del nucli solsoní. Al restaurant es va celebrar un dinar on els assistents van poder compartir en un ambient més distès les seves experiències comercials, aconseguint idees i consells per poder adequar de la manera més adient les diferents activitats i campanyes als seus municipis.

No hi van faltar les paraules d'agraïment de Jordi Vilaprinyó, president de l'ABC, Josep Pelegrina, president de la Unió de Botiguers de Solsona, o David Rodríguez, alcalde de Solsona, així com tampoc els moments d'humor quan va arribar el gran pastís que li va donar un gust encara més dolç a la jornada.



ESTUDI DE PROSPECTIVA DEL SECTOR FIRAL CATALÀ

FIRES: UNA EINA FONAMENTAL DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL

Un estudi sobre el sector firal català analitza les tendències en la distribució i la comercialització de les fires, així com el seu rol, les claus de l'èxit i el paper de les institucions firals. L'estudi també ens presenta 10 recomanacions per consolidar la competitivitat de les fires a Catalunya.

ÁLEX SÁNCHEZ. La Direcció General de Comerç va encarregar a la consultora Axis Consultants i a ESADE un estudi amb l'objectiu de conèixer els elements que defineixen una oferta firal competitiva. El treball, que proposa una prospectiva del sector firal català, és un punt de referència inicial per orientar i treballar conjuntament amb el sector futures polítiques que afavoreixin la competitivitat de les fires. L'estudi identifica les tendències i les causes dels canvis que es donen en els

processos de distribució de béns i serveis, i les conseqüències que les aplicacions tecnològiques poden tenir sobre l'economia en general i sobre les fires en particular.

LES CLAUS DE L'ÈXIT

No existeix cap dubte que les fires són una eina imprescindible per optimitzar l'activitat comercial de qualsevol empresa. Per aquest motiu, les institucions firals han de tenir molta cura a l'hora d'organitzar-les. Segons l'es-



tudi, la clau de l'èxit d'una fira resideix en la seva organització i coherència amb el tipus d'objectius que li corresponen i una coordinació intel·ligent entre els actors públics i privats que intervenen en l'àmbit firal. L'èxit d'aquesta coordinació és clau per l'eficàcia econòmica i social del sistema firal.

Un altre aspecte clau en el bon funcionament de les fires és tenir-ne molt present les seves potencialitats i limitacions, és a dir, les seves dimensions, especialitzacions i àmbits territorials adequats d'actuació. Cal justificar-ne aquests paràmetres d'acord amb el teixit empresarial que rodeja la fira.

EL ROL DE LES FIRES

Les institucions firals juguen un paper vital en l'ajuda en l'estructuració dels sectors a qualsevol nivell. Les fires són el mitjà adient que facilita a la majoria de les pimes obrir-se camí a mercats exteriors a través dels contactes que es duen a terme en la ce-

lebració dels esdeveniments firals. Per a les pimes, les fires són essencials. Les fires també són un instrument comercial molt important per les microempreses, ja que faciliten els acords comercials per relacionar-se i trobar noves formes de comercialització amb altres operadors. Alhora permeten que el fabricant pugui estar en contacte amb el consumidor final, obtenint així un feedback que els hi és molt difícil d'aconseguir de qualsevol altra manera.

Els redactors de l'estudi, a més d'analitzar el perquè de les fires, han publicat unes conclusions on assenyalen quines accions haurien de portar a terme els responsables de les institucions firals: pilotar amb un sentit global de país la reestructuració, racionalitzar l'ús de recursos públics invertits en el fenomen firal i projectar la realitat firal catalana, competint cap a l'exterior. Tot des de la trobada de tots els agents firals: sectors, ajuntaments, societat civil, etc. ●

QUI HA FET L'ESTUDI?

Sota el títol 'Fires: una eina fonamental de Desenvolupament Empresarial', la consultora Axis Consultants, en col·laboració amb un grup d'investigadors d'ESADE, és la responsable d'aquest interessant estudi sobre la importància de les fires comercials com a element d'optimització econòmic per a empreses. L'estudi desvetlla les claus de l'èxit de les fires i la necessitat de coordinació entre institucions firals i administracions públiques. Axis Consultant és una empresa dedicada a l'anàlisi i millora de negoci de l'empresa. Per la seva banda, el grup d'investigadors d'ESADE està especialitzat en el món empresarial.

LES FIRES SÓN UNA EINA IMPRESCINDIBLE PER A L'OPTIMITZACIÓ ECONÒMICA DE LES EMPRESES. LA CLAU DE L'ÈXIT RESIDEIX EN L'ORGANITZACIÓ I COORDINACIÓ INTEL·LIGENT ENTRE ACTORS

10 RECOMANACIONS PER A LA COMPETITIVITAT

L'estudi elaborat per la consultora Axis Consultants i ESADE ha realitzat 10 recomanacions per a la política pública envers la fira. De la llista destaquen diferents punts, com recuperar l'essència de les fires, prioritzar el desenvolupament de sectors i empreses, així com millorar el desenvolupament territorial i dels sectors artesans per les fires mercats. Tot seguit, l'estudi resalta la importància de fer prevaler una política d'oferta per sobre de la política de demanda. Segons l'estudi, cal prioritzar sectors, ser actius en l'estructuració dels mateixos en la dimensió que requereix la tasca exportadora i fomentar la seva sortida als mercats exteriors complementant la fira local amb les fires a l'estranger.

A més, destaca la rellevància de reestructurar una oferta sobredimensionada a rols sostenibles i adequats a cada sector per tal de permetre la continuïtat als esdeveniments, ajudant la seva consolidació en períodes llargs i entroncar la fira amb l'economia local. Entendre la fira com un element clau per guanyar dimensió empresarial és el següent punt, que enllaça amb la idea de liderar un procés d'integració i de coordinació d'esdeveniments firals.

Tot plegat per redefinir una política firal a Catalunya que integri els serveis de suport per a les pimes amb el conjunt de serveis de suport comercial que dona l'administració pública, com la Generalitat, les diputacions o les cambres de comerç, de manera que els recursos es vegin concentrats en augmentar l'eficàcia a nivell intern.

Finalment, l'aplicació de la tecnologia i l'increment de serveis de suport al màrqueting són també fonamentals per tal que els recintes firals es posicionin com a líders a nivell competitiu tant nacional com internacional. La llista finalitza les seves recomanacions amb la necessitat d'ampliar la col·laboració de Fira Barcelona amb altres recintes firals i la voluntat d'incrementar la participació dels agents privats en les institucions de govern i/o en la gestió dels recintes firals.





PREMIS A LA INICIATIVA COMERCIAL I ALS ESTABLIMENTS CENTENARIS 2010

INICIATIVA COMERCIAL I TRADICIÓ

El passat mes de juny es van celebrar els XI Premis a la Iniciativa Comercial i als Establiments Comercials Centenaris, que reconeixen la contribució dels comerciants i entitats representatives del sector a la consolidació del comerç urbà a Catalunya.

ÁLEX SÁNCHEZ. El passat 21 de juny es va celebrar al Palau de la Generalitat l'onzena edició dels Premis a la Iniciativa Comercial i als Establiments Comercials Centenaris. L'acte, que va ser presidit pel conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, va reconèixer la contribució de les empreses i entitats representatives del sector a la consolidació del comerç urbà de Catalunya a través dels Premis a la Iniciativa Comercial. A més, va distingir la trajectòria de 54 comerços catalans amb més d'un segle d'història. Finalment, es van atorgar també cinc reconeixements a persones i entitats que han contribuït d'una forma especial a prestigiar l'activitat comercial a Catalunya a través

de diferents projectes. L'acte va estar emmarcat dins del Mes del Comerç, que va tenir lloc entre els dies 17 de maig i 22 de juny amb diferents actes repartits per tota la geografia catalana.

PREMIS A LA INICIATIVA COMERCIAL

La primera part del certamen va guardonar empreses i/o entitats que es caracteritzen per la seva iniciativa. Els premis reconeixen l'esforç de les empreses que han impulsat estratègies comercials innovadores, i també la tasca realitzada per les entitats en una determinada zona o sector. Les 11 empreses guardonades són: la Federació Anoienca de Comerç i Serveis, la Federació de Comerç d'Alcanar, la

Unió de Botiguers i Comerciants de Berga, la Federació d'Associacions de l'Eix Comercial de Lleida, L'Associació de Venedors del Mercat Central de Tarragona, L'Herbolari Pamllum, Mel Múria, Nekane NKN, Tot-Hom, Ofiexperts i el Gremi de Flequers de les Comarques Gironines.

Enguany, els premis s'atorguen a les següents categories, amb els respectius guanyadors: Singularització (Federació Anoienca de Comerç i Serveis), Proximitat (Federació de Comerç d'Alcanar), Comerç Urbà (Unió de Botiguers i Comerciants de Berga), Excel·lència Comercial (Federació d'Associacions de l'Eix Comercial de Lleida), Mercats Municipals (Associació de Venedors del Mercat Central de Tarragona), Reforma i adequació de l'establiment comercial per a la millora competitiva en el seu entorn territorial i sectorial (L'Herbolari Pamllum i Mel Múria), Projecte de petites i mitjanes empreses (NKN Nekane i Tot-Hom), Projecte de Centrals de Compres i Serveis (Ofiexperts) i Projecte de Sectors Agrupats (El Gremi de Flequers de les Comarques Gironines).

RECONeixEMENTS ESPECIALS

A banda dels premis a la Iniciativa Comercial, el departament d'Innovació, Universitats i Empresa, com ja va fer l'any passat, va voler reconèixer la tasca de cinc persones i/o entitats que han destacat per la seva trajectòria professional o pel desenvolupament d'activitats que contribueixen a la millora del prestigi de l'activitat comercial a Catalunya.

Els reconeixements van ser atorgats, entre d'altres, a Pere Llorens, actual president de la Confederació de Comerç de Catalunya. Llorens va ser l'impulsor de la Unió dels Botiguers i Comerciants catalans i els ha representat durant més de cinquanta anys. La figura de Llorens ha estat clau per l'elaboració de lleis i normatives que han vetllat pels interessos dels seus representats. A més, a l'àmbit estatal, Llorens va presidir la Confederación Española de Comercio, i, a l'àmbit europeu, va ser vicepresident de la patronal europea de comerç, Europe Commerce.

Altres guardonats per la conselleria van ser l'Ajuntament de Girona

per haver solucionat la manca de producte fresc al barri de Can Gibert del Pla, un dels més poblats de la ciutat, instal·lant un nou mercat; la Unió de Botiguers i Comerciants de Sant Celoni, pels plans de dinamització del comerç del municipi; l'Associació Xarxa Empresarial i Comercial de Castelldefels, per haver aconseguit aglutinar quasi el 100% del col·lectiu de comerciants i professionalitzar la gestió de l'entitat, i, finalment, l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat pel pla de dinamització dels mercats municipals.

SINGULARITAT HISTÒRICA

Els últims guardonats van ser un total de cinquanta-quatre establiments centenaris d'arreu del territori català. D'aquesta manera, la conselleria d'Innovació, Universitat i Empresa no va voler oblidar el mèrit de tot un seguit de comerços catalans amb més d'un segle d'història. Els establiments guardonats, la llista dels quals podem veure en aquesta mateixa pàgina, provenen de fins a 17 comarques diferents. ●

ESTABLIMENTS CENTENARIS GUARDONATS

- Abelló Moda Ètnica, de El Prat de Llobregat.
- Af Sol Group, de Barcelona.
- Aubert, de Barcelona.
- Bacallans Germans Duran, de Tortosa.
- Ca la Manela, d'Arenys de Munt.
- Cal Ramonet del Nara, de El Prat de Llobregat.
- Cal Xulat, de Torrelles de Foix.
- Calçats Baldiret, d'Olot.
- Calçats Desideri, d'Isona.
- Can Basomba, del Masnou.
- Can Geroní, de Vilanova del Vallès.
- Cansaladeria Vilar-Cutchet, de El Vendrell.
- Carnisseria-cansaladeria Miquel Serra, de Figueres.
- Carnisseria Can Sisquet, de Sant Hilari Sacalm.
- Carnisseria Maria Torrent Tarragona, de Terrassa.
- Casa Anfruns, de Sant Celoni.
- Casa Font, d'Olot.
- Casa Toribia, de Roquetes.
- Comercial Rovira Ponts, d'Olot.
- Cotilleria-llenceria Mora Vigtas, de Sant Celoni.
- Estanc de la Plaça, de La Garriga.
- Estanc Pla, de Blanes.
- Farmàcia Mercè Fabró, de El Prat de Llobregat.
- Farràs, de Berga.
- Forn Caba, de Barcelona.
- Forn de pa Betlem, de Barcelona.
- Forn de pa Benaiges-Casa Pastoro, de Vilallonga del Camp.
- Forn de pa casolà, d'Ulldecona.
- Forn de pa Ginebra, de Barcelona.
- Forn de pa pastisseria Moncau, de L'Ametlla del Vallès.
- Forn de pa Rambla, de Barcelona.
- Forn de pa Tur, de Barcelona.
- Forn i pastisseria Farriol, de Montmeló.
- Forn Sistaré, de Reus.
- Fruites i verdures Roser, de Terrassa.
- Granja El Pinar Família Melé-Solà, de Les Fonts de Terrassa.
- Jorquera Pianos, de Barcelona.
- La Carnisseria del Paulo, de Camarles.
- La Villa de Sitges, de Tortosa.
- Mel Múria, del Perelló.
- Metal·listeria Bolivar, de Barcelona.
- Modes Vidal, de Ganesa.
- Pastisseria Piconaire, d'Arbúcies.
- Peixateria Pepet (Isidre), de Terrassa.
- Peixateria Pepet (Josep), de Terrassa.
- Pesca Salada Manolos, de Tortosa.
- Òptiques Tutusaus 1910-2010, de Barcelona.
- Queviures Farnés, de Sant Andreu de Llavaneres.
- Queviures i embotits Mitjans, de Moja-Olèrdola.
- Riera Perruqueria, de Caldes de Montbuí.
- Torrons i gelats Sirvent, de Tarragona.
- Unión Suixa, de Barcelona.
- Xarcuteria Andreu, de Terrassa.
- Xarcuteries Bosch, de Barcelona.

RENTAR LA CARA AL NEGOCI, UNA INICIATIVA MOLT RENDIBLE

LA IMATGE TAMBÉ VEN

Molts motius porten al comprador a decidir-se per un o altre comerç per fer les seves compres. Ja no només importa la qualitat dels productes, ni l'atenció rebuda a l'establiment. Una bona imatge constitueix un important valor afegit que pot reportar molts beneficis al negoci, i ja no cal una gran inversió per transformar l'ambientació d'un local.

IRENE BALLESTAR. Què necessita un negoci per ser competitiu? Oferir productes de qualitat? Tenir preus assequibles per a tothom? Una bona atenció al client? Per tal de captar nous compradors i mantenir els que ja es tenen, un establiment ha de tenir molts factors en compte. Encara més en temps de crisi, ja que els clients es pensen millor les coses abans d'anar a comprar i els negocis han d'esforçar-se més per atraure'ls. Una bona forma, potser no tan evident com d'altres, de fer que el nostre establiment tingui més visites és millorant la seva imatge. L'ús de la música, el tipus de llum o la disposició dels mobles poden aju-

dar a un negoci a augmentar les seves vendes. Gràcies a les companyies especialitzades en la remodelació d'espais, aconseguir-ho no és tan car com sembla.

TOT COMPTA

És un fet constatat que el tipus de llum que s'utilitza, la música o l'ordre i la disposició del mobiliari condicionen el nombre de vendes. Quan un establiment és atractiu a la vista, quan utilitza un fil musical adequat, quan les prestatgeries, les vitrines i els mobles estan distribuïts de forma correcta, el client ho nota. Ho nota i acut amb una altra predisposició a comprar. La seva



visita és més agradable i la seva compra resulta més satisfactòria. A més, s'aconsegueix una major fidelització dels compradors i del temps mig que hi passen a dins. No obstant, una bona imatge tampoc ho fa tot. L'atenció al client és un altre dels factors determinants perquè els clients se sentin a gust comprant al nostre negoci.

NEGOCIS PETITS PERÒ COMPETITIVUS

La remodelació de l'espai pot ser una gran oportunitat per als negocis petits, una forma per aconseguir que siguin, dintre de les seves possibilitats, competitius amb les grans superfícies. Actualment, sembla que el petit comerç està perdent clients en favor dels grans establiments, i un canvi de la seva imatge podria afavorir-los molt.

Hi ha empreses que es dediquen a assessorar als comerciants sobre com fer-ho. És el cas de Formes, especialitzada en la remodelació de locals, que aposta pel negoci de proximitat i considera que el petit comerç és quelcom necessari, però que hauria de tractar de resultar més atractiu als clients potencials. Un espai ben organitzat, agradable a la vista, on resulti fàcil trobar allò que es busca i on el trac-

te sigui cordial i atent, pot fer guanyar molts clients i fidelitzar a aquells que ja ho són.

PRESSUPOSTOS ADAPTATS

Compradors i comerciants, tots es veuen igualment afectats per la crisi econòmica. Uns volen preus assequibles i productes de qualitat, i els altres volen mantenir i fer créixer la seva xarxa de clients. Els comerços volen diferenciar-se de la competència, resultar atractius als possibles compradors.

Però que passa quan no es compta amb un gran pressupost per fer una gran campanya? Quines opcions hi ha? Formes aposta per la remodelació del negoci. Defensa que no és tan car com sembla, i que els beneficis a posteriori compensen l'esforç econòmic inicial. L'empresa treballa directament amb els seus clients, fent un estudi de les necessitats del comerç i elaborant un projecte de reforma, tenint sempre en compte el pressupost del comerç. Com es pot canviar la imatge d'un local amb pocs diners? Doncs utilitzant materials econòmics però de qualitat, que aconseguixin fer de l'establiment un lloc atractiu i on fer les compres resulti còmode i fàcil. Formes no oblida

que els importants en el negoci són els seus propietaris i que són ells qui millor coneixen el negoci i què és el que li fa falta. Respectant aquesta premissa, proposen idees per a remodelar l'espai i aconseguir un resultat satisfactori.

ELS BENEFICIS DE LA REMODELACIÓ

Són molts els factors que influeixen a l'hora d'escollir un comerç per anar-hi a fer les compres. L'oferta és tan gran que el client necessita dels valors afegits per decidir-se. Ha canviat la manera de comprar, i també la de vendre. Els negocis ho saben, i inventen mil formes d'aconseguir captar clients. Campanyes de publicitat, ofertes, promocions... tot val quan es tracta de cridar l'atenció del comprador. També la imatge suposa un valor afegit que pot arribar a marcar la diferència. Formes, que es dedica a remodelar locals tan variats com estancs, farmàcies, òptiques, clíniques veterinàries o perfumeries, ho corrobora. Una vegada fet el canvi, el negoci comença a notar un increment en el nombre de vendes. La inversió econòmica, doncs, sembla merèixer la pena. No hi ha excusa per a decidir-se a fer-li un rentat de cara al nostre establiment. ●

ÉS UN FET CONSTATAT QUE LA LLUM, LA MÚSICA, L'ORDRE I LA DISTRIBUCIÓ DEL MOBILIARI REPERCUTEIXEN EN EL NOMBRE DE VENDES D'UN ESTABLIMENT

for mes

Espais i Formes Comercials S.L.

GRUPPOGIBAM

"Renovar el negoci suposa augmentar les vendes"

Congrés de Retail 2010

La llum, l'ambient, la decoració... formen part de la manera de vendre.

El client ha canviat la manera de comprar, s'ha de canviar la manera de vendre.

El comerç de proximitat ha de diferenciar-se amb noves fórmules per competir amb el gran.

En **for mes** som especialistes en mobiliari per a comerços, prestatgeries, gòndoles, mostradors, vitrines, mobles especials i a mida....

En **for mes** podem ajudar-lo aportant solucions per millorar el seu negoci.

No dubti a consultar-nos

Tel. 93 575 11 92
Fax. 93 575 04 63

PRESSUPOSTOS SENSE COMPROMÍS.

C/ Cargol, 2 Nave E, Pol. Ind. Coll de Montcada, 08110 Montcada i Reixac (Barcelona).

info@formes2010.com
www.formes2010.com

UNA INICIATIVA COMERCIAL AMB PREMI

NKN NEKANE: GLAMUR EN EDICIONS LIMITADES

El que va sorgir com una petita botiga de Barcelona que venia roba de marques foranes s'ha convertit en una empresa amb vuit establiments que comercialitza estil i glamur en sèries limitades. Una de les claus del seu èxit la trobem en l'atenció personalitzada que donen als clients uns dependents amb la formació adequada.



CELIA LÓPEZ. Després d'estudiar tres anys de Medicina i Direcció de Màrqueting i Secretariat Europeu, Montse Garrido va adonar-se que a ella el que li agradava era el món de la moda. Va convertir aquesta vocació en la seva professió i l'any 2002 obria la primera botiga de NKN Nekane al carrer Calaf de Barcelona. A aquest primer establiment li va seguir un altre al carrer València i ara ja són vuit les botigues que NKN Nekane té a Barcelona i Madrid.

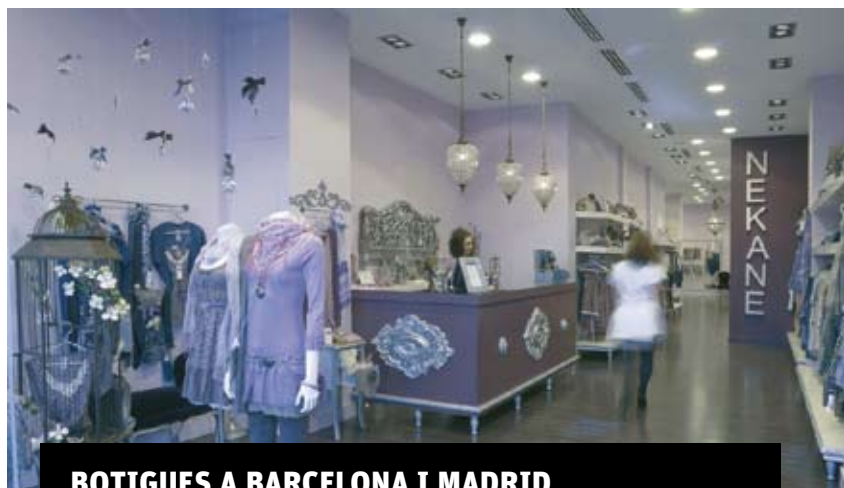
Als seus inicis, aquesta petita empresa venia roba i complements de diferents marques, que Montse Garrido anava a buscar a capitals europees com Milà, París, Londres o Dublín. Amb el pas del temps, per ajustar-se als gustos de les seves clientes, NKN Nekane va començar també a confeccionar col·leccions pròpies, que s'han anat afermant a poc a poc fins aconseguir incrementar el seu volum de vendes i reduir les peces de marques foranes que es comercialitzen a les botigues.

ATENCIÓ AL CLIENT

El naixement d'aquesta nova línia de roba confeccionada a casa està íntimament lligada amb la filosofia de NKN Nekane, que és donar una atenció molt personalitzada al client, intentant esbrinar quins són els seus gustos i les seves necessitats.

Per a NKN Nekane, és molt important que qualsevol persona que entri a la botiga se senti còmoda des del primer moment. Tot comença amb el dependent, que no només ha d'oferir una bona imatge, sinó que també ha de tenir una actitud impecable i saber detectar quin tipus de client té al seu davant per donar-li alternatives i ajudar-li a escollir. I així, coneixent què era el que volien les clientes en cada moment, va sorgir la necessitat de completar el que oferien altres marques amb dissenys fets a casa.

A més d'assessorar les clientes sobre quin és el vestit o pantaló més



BOTIGUES A BARCELONA I MADRID

Aquesta empresa va obrir la seva primera botiga a Barcelona l'any 2002. Estava situada al carrer Calaf, on actualment disposa de dos establiments, als números 17 i 19. A la capital catalana, també compta amb botigues a la Rambla de Catalunya 113, al carrer València 235 i al centre comercial L'Illa Diagonal. Per comercialitzar la roba de temporades anteriors o les peces amb petites tares, NKN també disposa d'un outlet al carrer Muntaner.

NKN Nekane va traspasar les terres catalanes i va viatjar fins a Madrid, on va obrir un establiment al carrer Hermosilla 20.

adequat per anar a treballar, assistir a un esdeveniment important o simplement sortir una tarda a passejar, els dependents de NKN Nekane també ajuden a trobar el complement més idoni d'entre una gran varietat de bosses, sabates, fulards, arracades o collarets.

RENOVACIÓ CONSTANT

Una altra de les claus del seu èxit és que les col·leccions es renoven setmanalment, el que li dóna a les clientes un plus d'exclusivitat. Així, poden anar tranquil·les a treballar, a passejar o a una festa a la nit sabent que no trobaran uns quants clons vestits exactament igual que elles.

Aquesta exclusivitat a un preu bastant assequible ha aconseguit fidelitzar les clientes, que saben que poden anar cada setmana a la botiga i trobar roba sempre diferent, allunyant-se de la massificació i l'oferta globalitzada

que s'està imposant al sector de la moda.

Cada cop més, aquestes clientes vénen acompanyades per les seves filles, ja que NKN Nekane ha incorporat a la seva oferta una col·lecció per a les més petites que està tenint una gran acollida.

UNA EMPRESA AMB PREMI

Aquesta iniciativa no ha passat desapercebuda al sector comercial minorista i aquest any ha rebut el reconeixement que mereixia. El passat mes de juny, NKN Nekane va ser distingida amb el Premi a la Iniciativa Comercial en la categoria de Projectes de petites i mitjanes empreses (pimes), un guardó que lliura anualment el departament d'Innovació, Universitats i Empresa i que reconeix la contribució de les empreses i entitats representatives del sector a la consolidació del comerç urbà de Catalunya. ●

CONEIXENT EL QUE VOLIEN LES CLIENTES EN CADA MOMENT VA SORGIR LA NECESSITAT DE COMPLETAR EL QUE OFERIEN MARQUES ESTRANGERES AMB DISSENYES FETS A CASA



EL COMERÇ AL CARRER

ELS PROBLEMES DE LA VENDA AMBULANT IL·LEGAL



Cada vegada són més els petits comerciants i botiguers que es mostren indignats davant l'augment imparable de la venda ambulat il·legal als carrers. Les autoritats es veuen desbordades per frenar el fenomen del 'top manta' o dels 'llauners'. La conscienciació ciutadana i una major persecució policial i judicial són les úniques solucions.

ÁLEX SÁNCHEZ. La venda ambulat il·legal als carrers s'ha convertit en els últims anys en un greu problema que afecta a milers de comerciants d'arreu de Catalunya i, a la vegada, ha esdevingut un assumpte cabdal per les autoritats, que no saben gaire bé com resoldre el problema. Durant el passat estiu, la polèmica de la venda ambulat, i més concretament, del *top manta*, va sortir als mitjans de comunicació de forma notòria a causa de la decisió dels ajuntaments d'El Vendrell i Calafell d'atorgar als venedors il·legals zones per a la venda dels seus productes, la majoria dels quals són falsificacions. Arran d'aquesta decisió es va obrir un fort debat mediàtic que ara volem recuperar des de *Comerç Actiu* per tractar un tema delicat que afecta a milers de comerciants legals que pateixen una situació de greuge respecte a la venda ambulat.

El comerç il·legal al carrer té un impacte econòmic molt ampli a la nostra societat. Les suposades avantatges que ofereixen les diferents modalitats de venda ambulat il·legals als consumidors, basades sobretot en una oferta de preus més baixos en productes atractius però sovint de

baixa qualitat, atrau a molts consumidors, que, incentivats per la crisi, veuen una oportunitat d'obtenir productes que, encara que siguin falsificacions, poden satisfer les seves necessitats immediates a baix preu. El problema radica en què, deixant de banda que els productes són falsificacions, la venda ambulat il·legal perjudica a tots els comerciants legals que paguen els seus impostos, així com totes les despeses relacionades amb la propietat d'un negoci, com la Seguretat Social, les nòmines, les llicències fiscals o les despeses de lloguer. Per tant, les desavantatges pels comerciants legals davant un fenomen com la venda ambulat il·legal són nombroses.

INDIGNACIÓ DELS COMERCIANTS

La venda il·legal al carrer comporta tot un seguit de problemàtiques socials, econòmiques, fiscals i d'inseguretat ciutadana. En primer lloc, suposa un gran greuge comparatiu respecte als negocis legals. La competència deslleial que representen el *top manta* o els *llauners* indigna als col·lectius de comerciants catalans. Cal tenir present que els *maners*, *llauners* i altres venedors ambulants il·legals no paguen cap impost, ni taxes de Seguretat Social ni estan obligats a complir cap dels estrictes requisits legals que suposa l'obertura d'un negoci. És per això que són moltes les associacions i agrupacions de comerciants que s'han mostrat indignades recentment davant la manca de mesures per part de les administracions i, amb més raó encara, arran de la polèmica d'El Vendrell i Calafell, que s'han convertit en casos paradigmàtics.

Aquests casos van servir perquè les agrupacions de comerciants es posicionessin clarament i mostressin la seva opinió. Per exemple, la Confederació de Comerç de Catalunya va empen-

A LA XARXA

www.youtube.com

Roda de premsa de la Guàrdia Urbana i dels Mossos explicant com va anar una batuda al barri del Raval el passat mes de desembre, contra els llauners. http://www.youtube.com/watch?v=vmAJru_8j3Q





dre accions legals contra els consistoris tarragonins. Des de la Confederación Española de Comercio, el seu secretari general, Miguel Ángel Fraile, va titllar els acords entre els ajuntaments i els venedors de “prevaricació”. Per la seva banda, la Cambra de Comerç de Barcelona va considerar en un comunicat que crear zones de tolerància suposa un precedent “erroni” que obstaculitza la feina que s’estava portant a terme per eliminar el *top manta*. L’entitat va demanar “tolerància zero” i va emplaçar les administracions a practicar una “actuació inflexible” davant aquesta pràctica il·legal. Finalment, la Plataforma en Defensa de la Venda no Sedentària per a Catalunya, organisme representatiu dels venedors ambulants legals, va qualificar de “discriminatòria” la decisió d’aquests ajuntaments,

A LA XARXA

www.youtube.com

En aquesta peça informativa audiovisual de l’Agència Catalana de Notícies podem veure com la policia i els Mossos d’Esquadra van desmantellar les zones atorgades als manters, un cop finalitzada la polèmica que va tenir lloc a El Vendrell. <http://bit.ly/e69do0>



ja que els venedors ambulants legals “han d’abonar taxes municipals cada vegada més elevades”. Per a ells, permetre als venedors de manta vendre sense pagar impostos “és competència deslleial”. Per tant, la posició dels comerciants és clara: més contundència i compliment de les lleis per part de les administracions públiques.

LA SOCIETAT, TAMBÉ PERJUDICADA

Tot i que ha quedat clar que els comerciants són el sector més afectat per la presència del fenomen del *top manta*, la societat com a tal també s’ha vist greument perjudicada. La presència d’aquesta problemàtica social afecta, entre d’altres, als ingressos d’organismes públics tant importants com

ELS COMERCIANTS MOSTREN LA SEVA INDIGNACIÓ DAVANT UN PROBLEMA QUE GENERA UNA **COMPETÈNCIA DESLLEIAL ENTRE QUI PAGA ELS SEUS IMPOSTOS I DESPESES I ELS VENEDORS IL·LEGALS**

Hisenda o la Seguretat Social. Els venedors ambulants no legals, per la seva pròpia condició d'irregulars, no paguen cap tipus d'impost o taxa. Aquest frau fiscal i social repercuteix negativament en la societat, ja que les arques de l'Administració es veuen reduïdes i, per tant, es compta amb menys diners per despesa pública.

A més, no podem oblidar que la gran majoria dels venedors ambulants il·legals són immigrants en situació irregular i que, sovint, treballen sota la pressió d'organitzacions criminals que trafiquen amb productes falsificats. Així, els propis immigrants, que possiblement es dediquen a això com a solució desesperada per sobreviure, també es veuen perjudicats perquè estan sotmesos a l'explo-tació. Per tant, l'existència de la venda ambulants als carrers contribueix activament a l'augment de la immi-gració il·legal.

Carlos Giménez, delegat de la Federació per a la Protecció de la Propietat Intel·lectual en el cinema i els videojocs (FAP), es mostra contun-



LUIS DE BETHENCOURT

REDSAT

líders en seguretat

REDSAT Comunicaciones S.L.
C/ Tarragona, 84-90 1º 8º. 08015 Barcelona
Tel. 93 431 12 61. Fax: 93 426 69 79
info@red-sat.com

protegeixi el seu negoci



Circuit tancat de televisió
Sistemes d'alarmes inalàmbrics
(sense cables a la vista ni obres de cap tipus)
Videovigilància
Detecció d'interiors i exteriors



dent contra els qui es lamenten de les dificultats econòmiques dels immigrants per d'alguna forma justificar la seva activitat: "L'excusa del 'pobret' immigrant no serveix, és un esclavó més d'una cadena mafiosa". Tot i així, un venedor ambulat establert per compte propi pot arribar a guanyar entre 4.000 i 6.000 euros mensuals, però aquesta és una situació que dista bastant de la dels im-

migrants il·legals que treballen per a les màfies.

El comerç il·legal és també un problema de civisme, ja que comporta conflictes entre ciutadans i dona mala imatge de les ciutats i pobles catalans, sobretot de Barcelona, on la presència de venedors ambulants ha superat ja totes les expectatives i s'ha convertit en massiva. Tot i així, les poblacions de la Costa Brava i, so-

bretot, de la Costa Daurada, també es veuen molt afectades. Queda clar, doncs, que la presència de *manTERS* i *llaunERS* és directament proporcional a la presència de turisme.

SOLUCIONS

La persecució policial i judicial és la principal via que les autoritats han adoptat per combatre la venda ambulat il·legal. Tot i així, són moltes

ELS CASOS D'EL VENDRELL I CALAFELL

L'estiu passat les poblacions tarragonines d'El Vendrell i Calafell van ser les protagonistes d'una greu polèmica envers la problemàtica de la venda ambulat il·legal. Ambdós consistoris van decidir cedir espais allunyats del centre als *manTERS* per tal d'evitar que s'ubiquessin a les zones més cèntriques i turístiques de la zona. La polèmica estava servida, ja que nombroses agrupacions de comerciants i botiguers de Catalunya, així com altres ajuntaments i partits polítics, es van veure sorpresos i, en molts casos, indignats amb aquesta mesura. Una mesura que suposà la legalització d'una pràctica il·legal. Els ajuntaments van justificar la seva decisió qualificant la

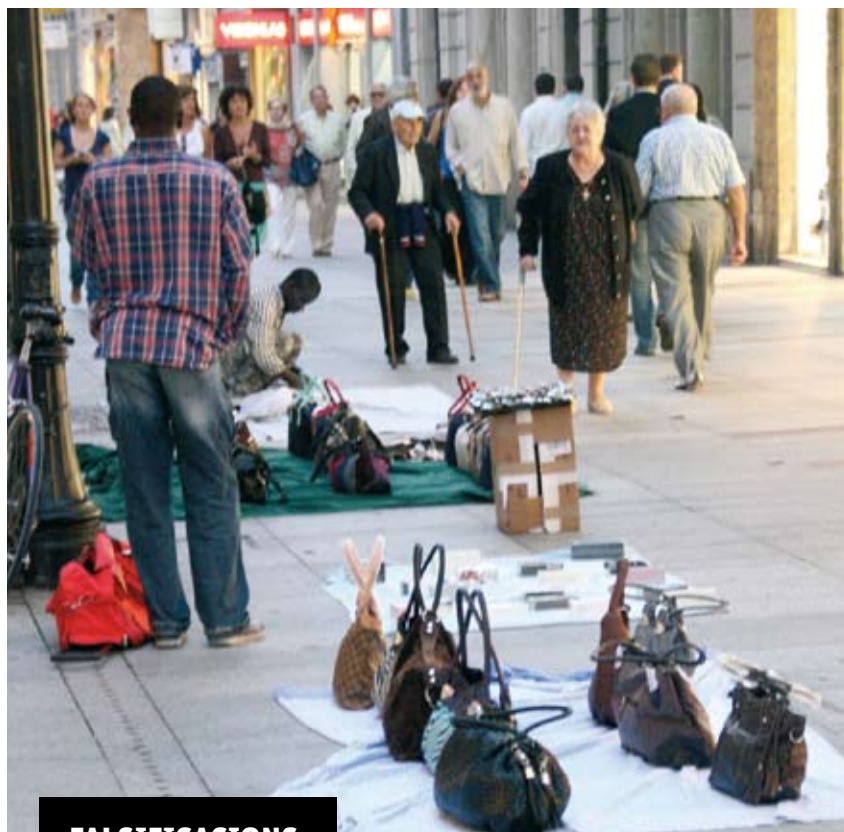
decisió com la solució menys perjudicial per acabar amb les preocupants tensions entre comerciants i venedors il·legals. Aquesta decisió va xocar frontalment amb les postures d'altres ajuntaments de la Costa Daurada, com Salou, que va adoptar una posició diametralment contrària, admetent la dificultat d'eradicar el problema però proment més fermesa. Altres consistoris municipals, com Torredembarra o Roses, van actuar en la mateixa línia. En el cas de la població de la Costa Brava, es va decidir multar als compradors. Finalment, i després de tota la polèmica generada, els dos ajuntaments van decidir fer marxa enrere i desmantellar les zones de venda il·legal.

les veus que critiquen la manca de contundència envers fenòmens com el *top manta* o els *llauners*.

Abans d'entrar en detall, cal aclarir que la competència de les autoritzacions respecte a la venda ambulants als carrers és competència dels ajuntaments, tal i com estableix la Llei d'Ordenació del Comerç Minorista. Aquesta norma declara que "correspondrà als ajuntaments atorgar les autoritzacions per a l'exercici de la venda ambulants en els seus respectius termes municipals". Moltes vegades desbordats, els ajuntaments s'han esforçat en els últims anys en reforçar la presència policial a les zones costeres o urbanes, on la presència de venedors ambulants il·legals és major.

Per tal d'endurir les polítiques públiques dirigides a controlar la venda ambulants i la presència de *manTERS* i *llauners* al carrer, l'ajuntament de Barcelona va aprovar al gener de 2006 una ordenança de civisme que pretenia atacar el problema dels *llauners* i *manTERS*, massivament presents a la ciutat. L'ordenança municipal de civisme de Barcelona representa un exemple clar de la impotència dels ajuntaments respecte a un problema que creix desmesuradament, ja que tot i que la normativa de l'ajuntament de Barcelona i d'altres diu que "està prohibida la venda ambulants en l'espai públic", els resultats són força dubtosos. La mesura presenta diverses novetats, ja que ataca amb accions legals no només a qui "faciliti gènere" als venedors, sinó també als consumidors, imposant sancions de fins 500 euros. Per tant, atacar als compradors es converteix en la segona via per acabar amb el problema.

Així, la conscienciació ciutadana contra el comerç il·legal és converteix en el segon element clau per combatre la problemàtica de la venda il·legal als carrers. És important que els propis ciutadans es consciencien de la importància de no beneficiar el comerç il·legal, ja que aquest reper-



FALSIFICACIONS

Moltes vegades es parla dels perjudicis que causa el comerç ambulants de caràcter il·legal al petit comerç. És una evidència que aquest sector és el més perjudicat i vulnerable davant de la competència deslleial, ja que molt sovint hi ha comerços molt petits que han de competir en el mateix espai, barri o carrer, amb uns preus molt més baixos. Tot i així, les marques també en surten molt perjudicades. D'entre les marques més falsificades destaquen, segons un estudi realitzat per la consultora PriceMinister, Nike, Adidas, Diesel, Ralph Lauren, Chanel, Lacoste, Dolce & Gabbana, Burberry o Calvin Klein. Segons el mateix estudi, el sector de la moda i bellesa que cobreix marques relacionades amb rellotges, perfums, cosmètics o productes de pells com bosses i moneders és el més perjudicat.

cuteix negativament en el bon funcionament de l'activitat econòmica del país, i, per tant, en l'interès general de la societat. Tot i així, és complicat convèncer a la gent que està patint la crisi que no compri un producte per la meitat del seu preu.

Per tant, ens trobem amb un problema de complicada solució, però amb un efecte molt negatiu per a un sector molt feble i vulnerable envers els venedors il·legals, com és el petit

comerç. Un sector que es mostra indignat i decebut davant l'actuació de les administracions públiques respecte a aquells que infringeixen les lleis i evadeixen impostos comerciant de forma irregular, creant una competència deslleial i injusta que difícilment pot ser igualada pel comerç legal. Consideren que cal aplicar solucions més concretes i severes per tal de dissuadir la presència dels *manTERS* i *llauners*. ●

LES SOLUCIONS PASSEN PER UNA MAJOR PERSECUCIÓ POLICIAL I JUDICIAL I PER LA CONSCIENCIACIÓ CIUTADANA, PER TAL D'EVITAR QUE LES MÀFIES S'ENRIQUEIXIN AMB TOTAL IMPUNITAT



DADES PRÀCTIQUES

Dates: 6, 7 i 8 de desembre de 2010

Més informació: 93 652 10 54

ON MENJAR

Santa Bàrbara

Parc Marianao, s/n

Tel: 93 630 31 23

La llar del Pirineu

C/ L'Alou, 7

Tel: 93 654 26 26

ON DORMIR

Hotel El Castell de Sant Boi

C/ Castell, 1

Tel: 93 640 07 00

ON COMPRAR

Forn del Cap de la Vila

C/ Primer de Maig, 18-20

Tel: 93 652 90 70

QUÈ VEURE

Termes romanes

Construïdes a finals del segle II dc i localitzades a 1953, les termes romanes de Sant Boi són els banys pertanyents a una propietat privada més ben conservats de Catalunya.

FIRA DE LA PURÍSSIMA DE SANT BOI DE LLOBREGAT MOLT MÉS QUE UNA FIRA AGRÍCOLA

CELIA LÓPEZ. Sant Boi de Llobregat es prepara per acollir una nova edició de la seva tradicional Fira de la Puríssima, que va sorgir fa ja 64 anys com a mostra agrícola i que s'ha convertit ara en la millor representació del comerç i de la indústria de la ciutat.

A més de poder fer les seves compres als més de 400 parades i estands comercials, els visitants podran participar en tallers de granja o de pagès,

veure la tradicional mostra de fruites i verdures o gaudir dels espectacles de música que es succeiran aquests dies. A la fira tampoc no hi faltaran el Mercat d'Art Jove de la Puríssima, la Festa de l'Animal de Companyia, el Certamen de Talladors de Pernil Ibèric o la Trobada de Cotxes Clàssics i Antics. La fira es completarà amb exhibicions de balls i esports, exposicions i espectacles per als més petits. ●

CALENDARI DE FIRES PELS PROPERS TRES MESOS

Antiquari's (29, 30 i 31 de gener i 5, 6 i 7 de febrer a Reus, Baix Camp). La fira d'antiquaris i broncats, que celebra la 17ª edició, és una cita ineludible pels aficionats a les antiguitats.

Fira Internacional de l'Oli (30 i 31 de gener a Móra la Nova, Ribera d'Ebre). Cooperatives i almàsseres es donen cita a les Terres de l'Ebre per exposar diferents olis denominació d'origen.

Fira de la Candelera (del 5 al 7 de febrer a Molins de Rei). Una de les mostres agrícoles, comercials, industrials, culturals i lúdiques més arrelades al nostre país.

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

LLIBRES PER CONÈIXER L'ALTRA CARA DELS POLÍTICS CATALANS

ELS CANDIDATS, AL DESCOBERT

En aquest número, us volem presentar els llibres de tots els candidats a la presidència de la Generalitat. Des del president Montilla fins a Alícia Sánchez-Camacho, passant per Artur

Mas i Joan Puigcercós, cadascun dels nostres candidats oculta una cara diferent, un perfil més íntim que desconexim. Aquest seguit de llibres ens permetran esbrinar-ho.



DESCOBRINT MONTILLA

GABRIEL PERNAU
Editorial La Magrana
288 pàgines

19 €

José Montilla continua sent, per a molts catalans, un gran desconegut. Un home distant, de poques paraules, amb perfil hieràtic i gest impertorbable. Amb *Descobrint Montilla*, Gabriel

Pernaú ens vol apropar la figura d'un president atípic, nascut a Iznájar, un poblet de Còrdova. Montilla es va traslladar a Catalunya l'any 1955 per encetar una carrera política que l'ha dut a la presidència de la Generalitat. *Descobrint Montilla, El somni català del president de la Generalitat* desvetlla com és i com pensa l'home que, contràriament al que deien la majoria de pronòstics, es va convertir en el primer xarnego a ocupar la representació institucional més alta del país, segons paraules del mateix autor. ●



LA MÀSCARA DEL REI ARTUR

PILAR RAHOLA
Editorial La Magrana
224 pàgines

18 €

Trencar tots els tòpics que persegueixen a Artur Mas és l'objectiu de *La Màscara del rei Artur*, un llibre escrit per la famosa periodista i tertuliana Pilar Rahola que pretén descobrir la

cara B del candidat de Convergència i Unió. Artur Mas s'enfronta al repte més important de la seva vida política per tercera vegada. Després de guanyar dos eleccions i no governar, Mas desafia a través d'aquest llibre la seva pròpia imatge. Derrocar estereotips que li han estat atribuïts, com la seva fama de *pijo*, cregut, *madelman* o polític de laboratori, són només alguns dels punts que converteixen aquest llibre en imprescindible per a qualsevol persona interessada en descobrir les interioritats del candidat. ●



LA CUINA D'ESQUERRA AL DESCOBERT

IGNASI LLORENTE I SERGI SOL
Llibres de l'Índex

188 pàgines

16 €

La quota d'ERC respecte als llibres sobre les eleccions no la cobreix el candidat Joan Puigcercós, sinó el partit. *La cuina d'Esquerra al descobert* és

una obra, narrada pel cap de Comunicació el partit, Sergi Sol, i pel secretari d'Imatge i Comunicació, Ignasi Llorente, que desvetlla les interioritats d'un partit polític tant complex com ERC. El llibre de Sergi Sol i Ignasi Llorente ens explica el perquè de les decisions més conflictives dels republicans, com la negociació del finançament o tota la polèmica entorn de l'Estatut. Tot plegat, per garantir una imatge trencadora i evitar la aparença d'un partit sovint hermètic davant d'unes eleccions que prometen ser decisives pel futur de Catalunya. ●

és una obra, narrada pel cap de Comunicació el partit, Sergi Sol, i pel secretari d'Imatge i Comunicació, Ignasi Llorente, que desvetlla les interioritats d'un partit polític tant complex com ERC. El llibre de Sergi Sol i Ignasi Llorente ens explica el perquè de les decisions més conflictives dels republicans, com la negociació del finançament o tota la polèmica entorn de l'Estatut. Tot plegat, per garantir una imatge trencadora i evitar la aparença d'un partit sovint hermètic davant d'unes eleccions que prometen ser decisives pel futur de Catalunya. ●



TEMPS DE DONES

ALÍCIA SÁNCHEZ-CAMACHO
Editorial Columna

184 pàgines

18 €

Temps de Dones és el llibre de la candidata del Partit Popular de Catalunya, Alícia Sánchez-Camacho. Un espai on deu dones d'àmbits diferents conversen sobre política, economia,

periodisme, maternitat i altres temes de caire feminista, com la lluita diària de la dona per conciliar família i professió. Pilar Rahola, Alaska, Cristina López Schlichting, Júlia Otero, Maria Dolores de Cospedal, Araceli Segarra, Pilar Cernuda, Ana Rosa Quintana, Arantza Quiroga i Elsa Anka són les deu escollides per donar a conèixer, mitjançant les seves reflexions i diàlegs amb la candidata del PPC, les idees i actituds coincidents entre dones d'avui dia. Una obra molt interessant. ●

EL SECRETARI GENERAL DE L'ABC ENS EXPLICA LES SEVES IMPRESSIONS

EXPÈRIÈNCIES A SOLSONA I PROJECTES DE FUTUR

EMILIANO MAROTO. El 17 d'octubre va ser un bon diumenge per a la nostra entitat. Va ser el dia escollit per l'Agrupament per celebrar a Solsona una jornada d'intercanvi d'experiències en la promoció de comerç d'entitats afiliades. Les campanyes de promocions comercials d'èxit que les associacions ens van presentar són activitats que destaquen perquè són campanyes de cohesió social pensades per fer ciutat. Tenint en compte el nostre model de comerç i l'àmbit local de l'activitat on es portarà a terme, aquest alt contingut de sensibilitat social és molt important perquè va més enllà de qualsevol interès econòmic.

Des d'aquí volem agrair a tots els representants de les associacions de Sant Joan Despí, Manlleu, El Prat, Ripollet, Platja d'Aro i Sallent per organitzar aquestes campanyes. Gràcies a col·laboradors, patrocinadors i organismes del Solsonès. I un agraïment molt especial a la gent de la Unió de Botiguers de Solsona per la seva disposició i ajuda perquè la jornada fos un èxit. Moltes gràcies a tots.

Sabem les dificultats que comporta per a les associacions organitzar qualsevol activitat de promoció a l'hora de captar participants, d'establir la logística necessària o de comptar amb els suficients recursos econòmics per dur-la a terme. Aquesta qüestió, la d'equilibrar pressupostos de les campanyes, cada vegada serà més complexa i les juntes directives tindran que assumir més riscos i responsabilitats a l'hora d'organitzar-les, perquè el criteri actual d'atorgament d'ajuts a la dinamització per part de l'Administració canviarà, i això també vol dir més prudència per part de les associacions



El president de l'ABC, Jordi Vilaprinyó, va agrair la seva assistència als participants en la jornada 'Intercanvi d'experiències en la promoció de comerç'.

a l'hora de plantejar-se segons quines activitats.

Difícilment l'Administració s'implantarà en associacions on els propis associats no facin també una gran aposta econòmica pel comerç local. Forçosament s'hauran d'establir unes quotes associatives que la facin sostenible i aplicar unes derrames que equilibrin pressupostos deficitaris. Les associacions hauran de fer una reflexió en profunditat del model de gestió que volen i necessiten, perquè a l'actual món competitiu, i en tant que representen a importants col·lectius de professionals del món empresarial, cada vegada serà més necessari tenir totes les gestions professionalitzades amb criteris empresarials, siguin

tasques administratives o de dinamització comercial.

El món del comerç necessita uns canvis i les normatives que ho regulin s'han d'aplicar. Necessitem uns plans de dinamització actualitzats i àgils, amb unes previsions econòmiques més lògiques que no entorpeixin l'operativa del dia a dia de les associacions. Volem tenir un comerç més actiu, més professionalitzat, més representatiu, un comerç de qualitat. Tenim la voluntat, el desig i la necessitat de tirar endavant projectes per aconseguir-lo i des de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya demanem que les Administracions ho facin fàcil i ens facilitin les eines per assolir-los. ●

ARTÉS CELEBRA LA 15ª FESTA DE LA VEREMA DEL BAGES

ARTÉS. El passat octubre, els carrers d'Artés es van tornar a omplir per acollir la 15ª edició de la Festa de la Verema del Bages, organitzada per la Unió de Botiguers d'Artés (UBA), l'Ajuntament, la Confraria dels Vins del Bages i Denominació d'Origen Pla de Bages. El dissabte 2 d'octubre, la UBA va organitzar el Sopar de la Verema, amb productes de la terra, i va lliurar el 8è Premi de la Verema. El diumenge no van faltar les baixades a la vinya en tractor, l'aixafada popular de raïm, el 7è Concurs de Fotografia ni els espectacles. ●



MANLLEU PREMIA ELS USUARIS DE LA TARGETA DE FIDELITZACIÓ

MANLLEU. Manlleu Associació Botiguers (MAB) va engegar el passat 28 d'octubre una campanya de tardor adreçada a tots els clients que tenen la Mabitargeta, la targeta de fidelització del MAB.

En aquesta iniciativa es van sortejar 2.500 euros en devolució de l'import dels tiquets de compra, que s'havien de depositar a les urnes instal·lades a les botigues adherides a l'associació. En total, van ser agraciades 77 persones i l'import dels premis va anar des d'un euro fins als 150 euros. ●



PLATJA D'ARO FARÀ EL SEU PRIMER MERCAT DE NADAL

PLATJA D'ARO. L'Ajuntament de Platja d'Aro i l'Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro i S'Agaró organitzaran el seu primer Mercat de Nadal. Entre el 4 i el 8 de desembre, al carrer Pineda de Mar i a l'avinguda del Cavall Bernat s'instal·laran parades i estands amb productes artesanals i nadalencs. El 4 de desembre al vespre es farà l'encesa de llums i es podrà gaudir de l'espectacle "El carilló de Nadal", a càrrec de la companyia Crearum i dels Diables de L'Onyar. Les tardes del 5 al 7 de desembre, els espectacles d'animació itinerants recorreran els carrers comercials. ●



NOTÍCIES UBICS

Neix la marca comercial 'Som Sant Sadurní'

La Unió de Botiguers de Sant Sadurní d'Anoia i el Patronat de Turisme de l'Ajuntament van presentar el passat 19 de novembre la nova marca comercial "Som Sant Sadurní".

Amb aquesta marca s'enceta el projecte Ciutat d'Excel·lència Comercial, que pretén millorar la gestió integral de la realitat comercial del municipi desenvolupant i fomentant la cooperació i la concertació públic-privada, a més d'oferir millores en la gestió conjunta dels serveis tant per als clients com per als operadors de les zones comercials.

A partir d'ara i fins a la consolidació del projecte, d'aquí a cinc anys, l'entitat portarà a terme noves línies d'actuació per potenciar les sinergies entre els sectors del comerç, la indústria i els serveis.

Una de les primeres actuacions de Som Sant Sadurní és l'organització de la campanya "Per Nadal, milers d'euros, muntanyes de regals". A partir de l'1 de desembre i fins al 5 de gener, els clients que comprin a qualsevol de les botigues adherides a l'entitat entraran al sorteig de 40 vals de compra per valor de 50 euros i dos vals de 500 euros. La meitat dels vals se sortejaran entre les butlletes numerades que hagin repartit els establiments i l'altra meitat entre els actes de compra realitzats amb la targeta client.

Com ja és tradicional, el proper 18 de desembre també s'organitzarà un Caga Tió Solidari, que ja va per la cinquena edició, en benefici de l'associació Qui té a qui?

La campanya nadalenca es completarà amb la 1ª Mostra de tions als aparadors, que vol potenciar la imatge dels establiments de la vila.

NOTÍCIES UBICS

Aquest Nadal, rasca... i guanya a Palamós

L'associació de comerciants de Palamós Fecotur ha impulsat una campanya de Nadal que repartirà més de 1.000 regals entre els clients de les seves botigues associades. Fins el 5 de gener, per cada compra s'obsequiarà els clients amb una butlleta "rasca-rasca" que donarà la possibilitat de guanyar regals molts diversos, com ara roba i complements, massatges, productes d'alimentació, estades de cap de setmana, etc. Però, sens dubte, el regal estrella serà un creuer de 7 dies pel Mediterrani per a dues persones amb tot inclòs, que es lliurarà el 28 de desembre.

Durant les properes festes, Fecotur també muntarà un arbre de Nadal a una rotonda de les entrades principals a Palamós, davant la plaça de Correus. A més, entre el 20 i el 24 de desembre, totes les tardes hi haurà un Pare Noel visitant els comerços i repartint caramels als nens.

Sallent farà una nova edició de la Fira de Santa Llúcia

El proper 12 de desembre, Sallent Comercial (CAS) celebrarà una nova edició de la Fira de Santa Llúcia, una mostra d'artesanía i comerç que omplirà amb una seixantena de parades els carrers de la població bagenca. Durant tota la jornada, que començarà amb un esmorzar popular a la plaça Sant Antoni Maria Claret, es podrà gaudir d'actuacions musicals, de jocs tradicionals catalans i d'espectacles d'animació infantil. A les vuit del vespre, es posarà punt final a la fira amb un concert a càrrec de l'Ateneu Popular Rocaus i Yacine & The Oriental Groove.

MOLINS DE REI ACULL LES VI JORNADES GASTRONÒMIQUES

MOLINS DE REI. Entre el 20 i el 27 de setembre, Molins de Rei va tornar a celebrar les Jornades Gastronòmiques, que ja van per la sisena edició. Organitzades per la Unió de Botiguers de Molins de Rei, Molins de Rei Centre de Comerç, l'Ajuntament i el Gremi d'Hostaleria i Turisme del Baix Llobregat, aquestes jornades compten la participació de restauradors professionals, que elaboren un plat davant el públic i, un cop acabat, es fa una degustació acompanyat d'un cava recomanat per l'enòleg de les caves Sumarroca. ●



NEIX EL COL·LECTIU GASTRONÒMIC CORBERA SABORS

CORBERA DE LLOBREGAT. Més de 150 persones van assistir a la presentació en públic del nou col·lectiu gastronòmic Corbera Sabors, que neix amb l'objectiu de promocionar Corbera de Llobregat a través de la gastronomia. L'acte, que va conduir el gastrònom Pep Palau, va comptar amb les paraules de Xavier Pons, president d'Acopa (l'associació que inicia la iniciativa), Joan Planas, representant del col·lectiu, Xavier Florensa, diputat de Comerç de la Diputació de Barcelona, i Josep Canals Molina, alcalde de Corbera. ●



'LA MÀGIA COMERCIAL' TORNA A LA SEU D'URGELL

LA SEU D'URGELL. La Unió de Botiguers de la Seu d'Urgell (UBSU), amb el suport de l'Ajuntament i Turisme de la Seu, ha organitzat la campanya de Nadal "La Màgia de la Seu Comercial". Entre el 20 de desembre i el 5 de gener, els comerciants donaran als seus clients tiquets per a poder participar en un sorteig de 1.500 euros en vals de compra màgics per bescanviar per productes o serveis. També es farà un concurs d'aparadors i façanes, i, com a novetat, aquest any s'organitzarà un concurs de fotografia dirigit als alumnes d'entre 6 i 16 anys de la Seu i la comarca. ●



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

EL GRAN PORTAL DEL COMERÇ CATALÀ

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 8ª 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

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**

**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

BS Col·lectius i Associacions

Autònoms, comerços i empreses, benvinguts!

Oferta per a:



Tres grans avantatges financers, només per a vostè:

- **BS Negocis:** el paquet més complet de productes i serveis financers:
 - Compte remunerat sense comissions d'administració i manteniment
 - Transferències nacionals (en euros) via BS Online i ingrés de xecs gratis⁽¹⁾
 - Oferta de TPV en unes condicions preferents
 - Disposicions d'efectiu gratis, amb targeta de dèbit, en més de 32.000 caixers ServiRed
 - Rènting, lísing i préstecs en unes condicions preferents
 - 30% de descompte en assegurances de negoci
 - Servei d'assistència jurídica telefònica⁽²⁾
 - Portal web exclusiu amb ofertes per al seu negoci o d'ús personal amb accés des de BS Online⁽²⁾
- **BS Pòlissa de Crèdit Professional:** un crèdit sempre a disposició seva i sense despeses.
- **BS Préstec Inici:** les millors condicions de finançament per iniciar el seu projecte.

**Informi-se'n en qualsevol de les nostres oficines,
trucant al 902 383 666 o a sabadellatlantico.com**



SabadellAtlántico

El valor de la confiança



(1) Domiciliats en entitats de crèdit espanyoles.

(2) Una quota anual gratuïta el primer any. Cost anual a partir del segon any de 30 euros.

ARAG LEGAL SERVICES, S.L. és l'entitat encarregada del servei d'orientació jurídica telefònica i PEOPLE VALUE, S.L. és l'entitat encarregada del servei de descomptes i beneficis. Aquests serveis seran prestats d'acord amb les condicions que aquestes entitats tinguin establertes en cada moment, sense intervenció ni cap responsabilitat de Banco de Sabadell, S.A. El banc és aliè a qualsevol incidència i/o circumstància derivada o relacionada amb la prestació dels serveis, els quals, en tot cas, estan subjectes al fet que es mantinguin vigents els acords subscrits entre el banc i les entitats indicades. El servei d'orientació jurídica telefònica no abastarà les qüestions o possibles incidències de l'activitat del client que puguin afectar les seves relacions amb empreses del grup Banc Sabadell, filials o participades. Condicions vigents a març de 2010.