



núm. 2
novembre 2008

Acció

revista de comerç des de 1912



Entrevista a Jordi Williams, tinent d'alcalde d'Hisenda / La realitat dels dependents de comerç / El Club de Mar / La trajectòria de Lluís Urpinell / Història del Cadci

38



05



34

Qu Technologies

AL SERVEI DEL COMERÇ



- » Disseny Gràfic
- » Disseny d'Interiors
- » Pàgines web
 - Servidor extern
 - Gestió de dominis
 - Correus electrònics
 - Còpies ftp
 - Hosting web i base de dades
 - Gestió de la normativa de protecció de dades
- » Desenvolupament de software
- » Programació de Base de dades, Php, MySQL
- » Tramitació de subvencions
- » Ajuts i finançament

• Preus especials per socis del CADCI

director: Joan Guàrdia i Grau

consell de redacció: Joaquim Monclús, Rafael Vázquez, Jordi Indiano, Daniel Laspra, Joan Miragall, Agustín Parra, Rosa M. Puig-Serra i Joaquim Soler

fotografia: Carles Suqué

disseny gràfic i maquetació: J.A.G.

redacció: Rambla de Santa Mònica, 10
08002 Barcelona - tel. 93 304 68 08 - a/e: cadci@cadci.net

edita: Centre Autonomista de Dependents del Comerç i la Indústria (CADCI)

amb la col·laboració de:



Generalitat de Catalunya
**Departament de Cultura i
Mitjans de Comunicació**



Sumari

4. Editorial

5. **Entrevista a** Jordi Williams Carnes, tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona

9. El comerç minorista de Girona, per Joaquim Soler

10. La realitat dels dependents de comerç, per Joan Guàrdia

12. Jornada: Treballar al comerç és una professió?, per Eugenio Folgar

16. El pes econòmic del sector del comerç, per Óscar López

19. L'actualitat del Gremi de Flequers de la Província de Barcelona, per Andreu Llargués

22. Moments crítics per al comerç, per Alejandro Goñi

24. El CADCI avui. **Entrevista a Josep M. Andreu**

26. El Club de Mar, pioner de la vela popular a Catalunya, per Segimon Obradors

30. Llengua i comerç, per Bernat Joan

33. Breus

34. **Memòria.** La trajectòria de Lluís Urpinell, per Joan Miragall i Rosa M. Puig-Serra

40. **Memòria.** Una institució educativa i cultural emblemàtica

42. **Memòria.** Al meu oncle Josep, per Antoni Gomis

43. **Memòria.** El príncep Jordi de Darmstadt, per Joan Miragall

44. **Memòria.** L'arxiu del CADCI, per Ramon Planes



Present i futur del comerç català

Catalunya és una societat moderna, desenvolupada i democràtica, i el seu grau d'estructuració és prou notable, des del punt de vista institucional i també des de la perspectiva de la societat civil. Pel que fa a l'àmbit socioeconòmic, durant el segle XIX, en particular la segona meitat, vam viure o vam assistir o vam protagonitzar a casa nostra el procés anomenat "revolució industrial", i des d'aleshores ens hem considerat una societat econòmicament dinàmica i emprenedora, tot disposant d'un ampli repertori d'empreses, majoritàriament petites i mitjanes, i en paral·lel de les corresponents organitzacions empresarials, patronals, sindicals, professionals i gremials; en aquest context, el món del comerç no només ha mantingut sinó que ha augmentat la seva presència i el seu gruix. Tanmateix, tots i sempre ens hem d'esforçar per allò que en diem estar al dia, i sembla força clar que progressivament la nostra societat esdevé més i més complexa i que la dinàmica d'internacionalització i de globalització avança a una gran velocitat. El sector del comerç té una vinculació particularment intensa i quotidiana amb la realitat social i per tant forma part i alhora està condicionat pels canvis socials. Més enllà de la crisi econòmica actual, hi ha una clara consciència que durant les dues darreres dècades hem viscut canvis intensos en els hàbits de consum i ara formen part del dia a dia la petita botiga, la mitjana, els supermercats, la gran superfícies, els carrers comercials i els mercats, configurant un equilibri estable però canviant. Ara com ara hi ha un consens majoritari en valorar l'altíssima aportació del petit i mitjà comerç a la cohesió social i a la vida ciutadana de pobles, barris i ciutats; encara, hi ha una clara revalorització del paper que juguen i poden jugar els mercats, entesos amb una concepció moderna i vinculada a serveis complementaris com ara la disponibilitat d'aparcament. De portes endins, els reptes del sector del comerç els tenim tots força clars: dimensió, i en la seva absència una major cooperació i agrupament, formació tant per als treballadors com per als comerciants, professionalització, estudis de mercat, i una reflexió a fons per superar l'insuficient atractiu que el comerç suscita en els joves, inevitablement vinculat als salaris poc atractius i a les dificultats per a la conciliació de la vida laboral i la vida personal o familiar. Tots aquests aspectes estan desenvolupats en els diferents articles que presentem en aquest número d'Acció, el qual representa una mostra més de l'aposta del CADCI per enfortir-se com a entitat professional i social del comerç català.



ATHENA

Especialistes en seguretat en centres comercials i de distribució

Oficines centrals:

Av. Cardenal Herrera Oria, 296, 2n
28035 Madrid

tel. 91 661 11 93 – fax 91 661 52 41

a/e: info@seguridadathena.com - www.seguridadathena.com

A través de l'opinió de persones amb responsabilitats públiques ens acostem a la realitat i a les perspectives de futur del comerç català. Avui presentem les reflexions sobre el paper del comerç al cap i casal de Catalunya

El comerç a Barcelona i model de ciutat

Entrevista a Jordi Williams Carnes, tinent
d'alcalde d'Hisenda i Promoció Econòmica i
president de Mercabarna

La història ha fet que Barcelona, a diferència d'altres ciutats europees, no tingui un centre comercial únic, sinó que disposa de tota una sèrie de nuclis comercials a cadascun dels antics pobles del pla barceloní i per tant a cadascun dels actuals barris de Barcelona

La qualitat d'una ciutat es defineix segons diferents paràmetres, entre els quals figura l'oferta comercial. El comerç de Barcelona on el situeu?

A Barcelona el comerç juga un paper important en la qualitat de vida dels seus ciutadans. La nostra és una ciutat on ve de gust passejar, mirar i ser vistos, per tenir a prop de casa una oferta completa de comerç, de serveis i de lleure. Aquest és un model que la ciutadania reconeix i ha fet seu, que és més sostenible i que dona riquesa i vitalitat a la nostra ciutat. I així ho demostren les últimes enquestes d'activitat del sector comercial de Barcelona on el grau de satisfacció dels barcelonins pel que fa a l'oferta comercial i als seus horaris és de notable.

Fins a quin punt el comerç ha estat decisiu en la configuració urbana de la ciutat des d'un punt de vista històric?

El comerç ha representat històricament per a la nostra ciutat un capítol molt important en el seu desenvolupament econòmic i, en conseqüència, en el seu creixement. La raó de la configuració urbana de la ciutat cal buscar-la en la història del creixement de la ciutat. Allò que coneixem avui com a Barcelona era, fa poc més de cent anys, un nucli urbà molt reduït que començava a créixer fora de les muralles, envoltat per municipis amb entitat pròpia que comptaven amb el seu propi nucli comercial, organitzat normalment a l'entorn del mercat de la població. D'aquí que Barcelona, a diferència d'altres ciutats europees, no té un centre comercial únic, situat en el nucli urbà central, sinó que hi conviuen, a més del centre històric i dels diferents centres de negocis, tota una sèrie de nuclis comercials allunyats del centre geogràfic de la ciutat, molt importants i d'un alt nivell en la qualitat de l'oferta, un nucli comercial a cadascun dels antics pobles del pla barceloní i per tant a cadascun dels actuals barris de Barcelona.

Com es desenvolupa actualment la trama urbana, el model de ciutat, en relació al comerç?

Barcelona té senyes d'identitat pròpia i una d'elles és el seu comerç. El comerç a Barcelona és un element vertebrador del territori i es troba arrelat a la vida del barri, formant carrers comercials i centres comercials a cel obert que donen a la ciutat el dinamisme, el color i la vitalitat que caracteritzen la nostra ciutat. En l'actualitat podem parlar de l'existència de 19 eixos comercials consolidats i 6 entorns comercials distribuïts pels 10 districtes de la ciutat, que fan de Barcelona una de les grans ciutats comercials d'Europa, amb una oferta àmplia, competitiva i de qualitat. El nostre és un model de ciutat que aposta clarament per un comerç de proximitat on l'equilibri entre els diferents formats comercials és la clau per explicar el bon funcionament del sector. És evident que una ciutat amb comerç és una ciutat atractiva i amb capacitat d'innovació i la nostra no només és una ciutat amb comerç, i per tant innovadora i atractiva, és la ciutat del comerç, és "Barcelona, la millor botiga del món". La ciutat on els seus ciutadans i els seus visitants poden trobar de tot amb diversitat, qualitat i a bon preu.

"Barcelona, la millor botiga del món", aquesta és la campanya endegada per l'ajuntament. Quins són els seus objectius bàsics?

L'Ajuntament fa campanyes específiques de comerç des de l'any 1997, amb un elevat grau d'acceptació per part de la ciutadania, i avui en dia aquestes campanyes són un instrument més per fer arribar als barcelonins la importància que té el comerç per a la qualitat de vida de les persones que viuen, treballen o visiten Barcelona. La campanya de comerç gira al voltant de tres objectius bàsics: promocionar la imatge comercial de la ciutat de Barcelona, donar suport i promocionar el teixit comercial de

la ciutat, fent especial incidència en el comerç de proximitat, i potenciar la marca Barcelona.

Actualment el comerç és un dels sectors més dinàmics de la ciutat. Se sap quantes persones hi treballen?

Les últimes dades que tenim de l'ocupació a Barcelona ens confirmen la bona marxa del sector comercial amb més de 171.000 persones que treballen en el comerç xifra que representa un augment percentual del 3,5% respecte a l'any 2005.



Jordi Williams i Josep M. Andreu,
president del Cadci

Al petit comerç de proximitat li convé incidir més en **l'atenció personalitzada i la formació**

El nostre és un model de ciutat adaptada als nous paràmetres de la societat de la informació, però també és el model d'una ciutat que vol seguir sent un referent de civisme, de solidaritat i de cohesió social. Construir la ciutat de les persones, una ciutat amb qualitat de vida, és un dels objectius principals de la nostra acció municipal. Una ciutat integrada, sostenible i humanitzada on els nostres ciutadans se sentin perfectament integrats i puguin cobrir totes les seves necessitats al seu propi barri i a la seva ciutat.

Un dels aspectes més importants de l'oferta comercial és la professionalitat dels dependents. Actualment hi ha massa persones que accedeixen a la professió sense estar degudament capacitades?

La qualitat del servei que dona el comerç està directament relacionada amb el grau de professionalitat amb què s'atén al client, d'aquí la importància de la professionalització dels treballadors del comerç. Un client

ben atès és un client fidel. Una de les causes de la falta de personal qualificat per treballar en el comerç la trobem en la falta de reconeixement social que té el treballador del comerç i la mal estesa creença que aquesta professió no requereix d'una formació específica i que tothom està capacitat per fer aquesta feina. Això sumat a la temporalitat dels contractes, jornades llargues i la retribució escassa, fan del comerç un sector deficitari en mà d'obra. Des de l'Ajuntament es duen a terme cursos específics de formació al sector comercial, per professionalitzar tots els que treballen de cara al públic i així oferir un servei de qualitat als ciutadans.

En definitiva, manca formació en el sector del comerç?

Sí, com he comentat abans, es pot considerar que el comerç és un sector de fàcil accés laboral, ja que al col·lectiu de treballadors, independentment del perfil professional,

majoritàriament no se li demana un nivell de formació determinat amb posterioritat als estudis secundaris. Un dels reptes que té el comerç és el de millorar la seva qualitat i competitivitat, invertint en formació i oferint la possibilitat de projecció professional mitjançant el desenvolupament d'una carrera professional. Avui, probablement la principal mancança del sector és la manca de domini d'idiomes, català, anglès i altres, per poder atendre als seus clients potencials d'una forma més directa i eficient.

Veiem com, dia a dia, desapareix el comerç de proximitat, la botiga de tota la vida, en favor dels súper, dels centres comercials o els hipermercats. Això significa que la relació amb els clients es despersonalitza.

El comerç con la resta de sectors de l'activitat econòmica ha anat afrontant els reptes dels continus canvis que s'han produït en el mercat de béns i serveis, i s'ha anat adaptant als canvis implantant en el



El comerç a Barcelona és un element vertebrador del territori i es troba arrelat a la vida del barri, formant carrers comercials i centres comercials a cel obert

mercat nous formats comercials per donar resposta a les noves demandes dels consumidors. Barcelona aposta clarament per un model de comerç on l'equilibri entre els diferents formats comercials és la clau de l'èxit per al comerç de la ciutat. És evident que els establiments de gran format, per la seva pròpia estructura de venda, no poden oferir una atenció especialitzada als seus clients, per això el seu *target* de client no és la persona que busca l'atenció personalitzada, sinó altres valors com són l'àmplia gamma de productes i la rapidesa en la compra. Per això, crec sincerament que tots els formats comercials tenen cabuda a la nostra ciutat perquè atenen les

un comerç eficient que sap complimentar les exigències dels consumidors.

Per a la gent gran comprar pot comportar inconvenients si s'ha de desplaçar lluny del seu domicili o comprar certes quantitats.

La gent gran representa prop d'una quarta part de la població de Barcelona. En un quart de segle quasi hem duplicat el nombre de persones grans, i s'ha passat del 13% del total de la població al 21% actual. I és una realitat que aquest sector de població té dificultat per fer grans desplaçaments i que els envasos econòmics de més d'una unitat que ofereixen molts establiments no són productes pensats per a aquest col·lectiu. Aquesta és una de les raons per les quals l'Ajuntament aposta clarament per un comerç de proximitat a Barcelona, amb el seus centres comercials a cel obert, que ajuda a configurar una ciutat molt més humana i molt més propera a la ciutadania, i que facilita que les persones grans tinguin al seu abast tots els productes i serveis necessaris per al seu consum quotidià, sense haver de fer grans desplaçaments en cotxe o transport públic i en les quantitats que precisen. Als nostres barris i als nostres carrers tots els ciutadans de Barcelona poden cobrir les seves necessitats bàsiques amb la xarxa de mercats municipals i els comerços de barri. Aquest és el model de comerç pel que hem estat treballant i pel que en el futur continuarem treballant. Aquesta és l'única manera de fer una ciutat sostenible i humanitzada, una ciutat que pensa en la seva gent.

decidida pels mercats municipals que respon al model de ciutat pel qual treballem. Els mercats representen avui la primera empresa d'alimentació de Barcelona de venda al detall amb més de 2.400 establiments de producte fresc entre tots els mercats. A la vegada al seu entorn ha aparegut una oferta comercial complementària que garanteix comerç de proximitat per a tothom i evita els desplaçaments innecessaris, garantint d'aquesta manera una millor qualitat de vida per a tots. La xarxa de 40 mercats alimentaris, distribuïts per tota la ciutat, és una de les riqueses de Barcelona i són el pal de paller del nostre comerç. L'Ajuntament ha cregut en la viabilitat i el futur dels mercats i per això ha invertit en la seva millora i el seu desenvolupament per a què d'aquesta manera reverteixi en la millora i el desenvolupament dels diferents barris de la ciutat.

Quin és el paper de Mercabarna?

Una de les claus de l'èxit del comerç és la capacitat d'innovació i adaptació a les noves demandes d'un mercat en permanent canvi. Però el comerç de Barcelona és més que això, és servei, és intercanvi d'idees, és relacions humanes i és també, mirant la realitat econòmica: producció de riquesa i creació de llocs de treball. Mercabarna representa tots aquests factors i és el clar exemple d'adaptació a les noves circumstàncies i als nous hàbits dels consumidors amb la capacitat d'atraure clients d'arreu ampliant la seva influència fora de l'àmbit barceloní i català.

Tenim una oferta completa de comerç, de serveis i de lleure. Aquest és un model que la ciutadania reconeix i ha fet seu



foto: Carles Suqué

diferents necessitats dels consumidors. I és precisament en l'atenció especialitzada on el petit comerç de proximitat ha d'incidir i millorar, perquè crec que aquest plus afegit a la venda ha de ser la peça clau per a la seva supervivència i projecció de futur, la qualitat en el servei al client. El comerç de la nostra ciutat ha anat adaptant-se al llarg dels més de 2000 anys d'història i de ben segur que continuarà adaptant-se en el futur per tal de continuar donant el servei que els seus clients exigeixen, ja que tenim

Un dels encerts, al nostre parer, de l'Ajuntament de Barcelona ha estat la dignificació i la reactivació dels mercats municipals. Com ho explica? Per què aquest interès?

Des de l'Ajuntament hem fet una aposta



Joaquim Soler i Santafé, delegat del Cadci a Girona
i director de QUTechnologies SL -
quim@qutechnologies.com -
www.qutechnologies.com

El comerç minorista de Girona

El comerç minorista ha esdevingut un element essencial en el desenvolupament del territori i de la societat gironina. El comerç de proximitat revitalitza els barris i els centres urbans de les nostres poblacions i cada cop més esdevé una eina imprescindible per a la integració i la inclusió socials, sense oblidar que el comerç és sempre el mirall dels nostres pobles i ciutats, dels nostres costums, i una senya d'identitat, la nostra carta de presentació. El comerç detallista és un sector clau per l'economia catalana i representa el 12% del PIB (Producte Interior Brut) català, a més d'ocupar a més de 400.000 persones, tot i que darrerament l'índex de comerç al detall de Catalunya ha disminuït un 0,7% -febrer 2008-, però tampoc millora la situació del seu gran competidor, les grans superfícies comercials, les quals també han registrat una davallada del 0,1 %. (Font: IDESCAT)

La conjuntura actual, amb un retrocés del creixement econòmic que és palpable amb la davallada del consum, obliga al sector comercial a intensificar els esforços per a la captació de clients i la seva fidelització. A les comarques gironines fa temps que es treballa individual i conjuntament en la millora de l'oferta comercial i en la promoció conjunta a través de les campanyes

organitzades en el marc dels plans de dinamització comercial que es duen a terme en moltes poblacions de les nostres comarques i que ja formen part constantment de les agendes culturals i d'activitats d'oci de moltes poblacions. El comerç gironí ja fa temps que va entendre que sense promoció, animació i millora continuada de l'establiment i de l'oferta de productes no es pot ser competitiu. És per això que els agents públics i privats han esmerçat esforços permanents per garantir la subsistència d'aquest sector; ho demostra el creixement constant de les inversions per a la millora de les infraestructures comercials i la introducció de noves tecnologies (TIC) en la gestió de la venda al detall, que a les comarques gironines van ser de 4.963.132,50€ en total (Font: Direcció General de Comerç. Memòria 2005). Una quantitat que pot semblar important però que només representa un 10% de total de les inversions fetes a Catalunya. Cal dir però que any rere any són més les empreses de venda al detall gironines que inverteixen en la millora de les seves instal·lacions.

Però no és suficient pensar únicament en la millora estructural, o que la introducció de les TIC solucionaran problemes molt més humans, fins i tot d'afecte diria jo. Així que, des del punt de vista del màrque-

ting comercial, quan la competència fuig del factor preu, el que cal és ser eficient en la resta d'elements que influeixen en l'acte de compra. El que cal és tenir cura de tots els factors implicats, d'una banda els estètics, del local, la imatge, el nom, el vestuari de treball, i d'altra banda els de tracte personal, amb una fórmula d'atenció diferenciadora d'altres comerços i, en el procés de la venda, saber assessorar als clients professionalment amb la capacitat d'encadenar vendes i deixar les portes obertes a la fidelització per tal que tornin.

Així doncs, tornem gairebé als orígens de l'activitat comercial, al veritable intercanvi entre persones, on la confiança, la qualitat del producte i que tot estigui envoltat d'un ambient acollidor són motius de decisió més importants que el preu, o dit d'una altra manera, on la decisió es pren com a resultat d'una suma simple: preu + valor afegit. I és en aquest terreny on el comerç gironí pren força, on no valen les comparacions amb el preu de les botigues amb productes xinesos o amb la concentració comercial de les grans superfícies. És el petit comerç amb voluntat d'innovar, de crear marca, de generar un ambient agradable, d'atendre al client de tu a tu gairebé com un assessor personal i sobretot amb la voluntat d'oferir un producte de qualitat,



Joan Guàrdia, director d'Acció

La realitat dels dependents del comerç

Ens acostem al seu dia a dia a través de les seves opinions. Els dependents són la cara d'un comerç, i els correspon el tracte directe amb la clientela; els canvis que necessiti el món del comerç han de comptar amb els dependents i les dependents, amb l'esforç de la seva feina, la seva formació professional i humana i les seves condicions de treball

Pepi Ramon

(Distribució de mobles: Ikea)

L'empresa Ikea és una multinacional sueca. Fins fa poc era una fundació i ara és una societat anònima. La seva implantació es va iniciar a Catalunya l'any 1996, a Badalona, i ara disposa d'una segona tenda a l'Hospitalet. Disposa d'11 tendes en el conjunt de l'estat, amb uns 7.000 treballadors. Les dues tendes de Catalunya sumen uns 1.300 treballadors, la qual cosa ens avisa de la seva grandària. La plantilla és força jove, amb una mitjana d'edat de 33 anys, i les dones representen el 59%. Un 78% dels contractes són indefinits, però un excessiu 65% són contractes a temps parcial. Allò que més preocupa als treballadors són els sous, baixos en el conveni sectorial, tot i que enguany han millorat una mica; el sou mitjà és d'uns 1.190 euros/mes. Els horaris de les tendes són molt amplis, de 10 del matí a 10 de la nit, inclosos els dissabtes, i els diumenges autoritzats per la Generalitat, amb molts torns. Els contractes a temps parcial són de 20, 25 o 30 hores/setmana, o de 8 hores per als dissabtes. Cada dia resulta més difícil poder conciliar la vida familiar amb la laboral. L'anomenada cultura Ikea és una filosofia d'empresa avançada, basada en el respecte mutu. L'uniforme és el mateix per al director i per als treballadors, i és fàcil accedir i parlar amb tothom. Tot plegat facilita un bon ambient de treball i de participació, malgrat que s'ha perdut una mica aquest ambient amb l'entrada de caps espanyols. Disposem de beneficis socials força bons, com ara plans de formació continuada (inicial, prevenció de riscos, lloc de treball i canvis en el sistema de treball),



pla de pensions fins als 65 anys, pla d'estalvi (l'empresa aporta dos terços i el treballador un terç; a partir dels dos anys d'antiguitat, el treballador pot recuperar-ne fins a un 95%), àrea de descans i menjador subvencionat un 70%. Sindicalment hi estem presents des de fa tres anys, i l'actitud de l'empresa és positiva i respectuosa, i es poden fer les reunions que calgui; el panorama va canviant i l'empresa comença a fer cas als sindicats de classe. La situació de la dona és força equitativa, sobretot en els comandaments intermedis, però no pel que fa als alts càrrecs.

Noèlia Torices

(Supermercats d'alimentació: Mercadona)

Mercadona és una gran empresa amb capital cent per cent espanyol i una de les més consolidades del sector de l'alimentació. Disposa de 1.147 tendes distribuïdes en 46 províncies, amb una dimensió mitjana d'uns 1.500m² per tenda que es considera l'adequada per satisfer les necessitats dels clients. Cada tenda compta amb uns 60-80 treballadors, la gran majoria dones, i en el conjunt de l'estat té uns 60.000 treballadors, tots amb un contracte fix. Està implantada arreu de Catalunya, viu un procés d'expansió i aconsegueix un índex de vendes molt elevat de les seves marques blanques. Les principals reivindicacions dels treballadors es refereixen a les dificultats per a la conciliació de la vida laboral i la familiar, i entenem que disposar de més tipus

d'horaris ho facilitaria i que hi hauria d'haver menys dificultats per a la reducció de jornada per a què les mares puguin encarregar-se millor dels seus fills. Tot i que tenim uns sous dels millors del sector i que una persona que entra cobra uns 1.200 euros/mes, pensem que ens haurien de millorar el sou base i que també podríem tenir descomptes en les nostres compres. Per a pujar dins l'empresa es realitzen exàmens oberts a tothom però moltes vegades no ens arriba la informació. Hi ha una formació d'entrada obligatòria i també una formació posterior obligatòria vinculada a l'especialització per a cada lloc de treball. Sentim la necessitat que es tinguin més en compte les nostres opinions i necessitats però la gran majoria troba satisfactòria la feina, perquè l'empresa evoluciona i millora molt; hem aconseguit un mes més de baixa maternal i pactar les vacances amb antelació, durant el mes de desembre, i això contribueix a la conciliació de la vida laboral i la familiar. També cada vegada se'ns té més en compte com a sindicat i això fa que millorin el clima i l'ambient socials i el rendiment, perquè el treballador gaudeix del suport sindical i de l'empresa. La política de qualitat de l'empresa vetlla molt pel tracte i la satisfacció dels clients. Les dones poden accedir a tots els càrrecs i, de fet, hi ha dones en càrrecs importants. La negociació col·lectiva es fa en un marc estatal però també hi ha un marc de negociació i diàleg en cada centre.

Ana Belén Garrido

(Grans supermercats: Hipercor)

Hipercor es pot considerar com el supermercat d'El Corte Inglés, una gran empresa molt coneguda, cent per cent espanyola, en continua expansió i amb grans inversions, i amb centres molt grans. Hipercor disposa de tres centres a Catalunya: Girona, Meridiana (Barcelona) i Cornellà. Cada centre té uns 300 treballadors, un 70% dels quals són dones, i globalment Hipercor té uns 1.400 treballadors a Catalunya. És un supermercat amb totes les línies de productes (alimentació, electrodomèstics, basar, tèxtil, menatge, etc.) i allò que més el diferencia del supermercat que hi ha en El Corte Inglés que té una major superfície i una qualitat menor. El Corte Inglés té una bona política econòmica, amb instruments bancaris propis a través dels quals es cobra la nòmina, una asseguradora, una retribució parcial en accions per a les categories superiors -aquestes accions no es poden heretar i només es poden vendre a la mateixa empresa- i una targeta per a cada treballador per comprar a la mateixa empresa amb descomptes. Tot plegat molt ben organitzat i que forma una

cadena de manera que molts treballadors s'acaben gastant una part del sou en la pròpia empresa, la qual mira molt per la imatge, inclosa l'exigència de bona presència als treballadors. Les principals preocupacions dels treballadors són els horaris i el sou. L'horari de les tendes és de 10 del matí a 10 de la nit, de dilluns a dissabte, més els diumenges autoritzats per la Generalitat, i es fan tornos de 8 a 15 h i de 15 a 22 h; el treballador fa una setmana de matí i una de tarda. Tot plegat dificulta la conciliació de la vida laboral i la familiar, o tenir una segona feina, sovint necessària perquè els sous que marca el conveni de grans magatzems són baixos. Mesos enrera s'ha aconseguit la primera reducció maternal de dilluns a dissabte, a Girona, però via judicial. El sou mitjà per a 8 hores/dia és de 843 euros/mes per 16 pagues/any, tot i que també hi ha alguns complements. L'empresa disposa del seu propi sindicat, del tot majoritari, i per als altres sindicats costa molt dialogar amb l'empresa. El conjunt del sector del comerç està malament, pels horaris i els baixos sous. Abans es feia una selecció de personal molt exigent, però ara costa trobar gent que vulgui entrar a treballar i les empreses es prenen treballadors.

Eva María Jurado

(Supermercats d'alimentació: Condis)

L'empresa Condis va començar a Catalunya fa quaranta-quatre anys i hi té una implantació molt important amb gairebé 400 tendes. Fa uns sis anys, es va començar a implantar a Madrid, on disposa d'unes 75 tendes. Les dimensions de les tendes són força variables i van des dels 200 als 2.000m². L'horari habitual d'obertura és de 9 a 14 h i de 17 a 21 h, però en alguns casos és de 9 a 21 h. El sou base per a una caixa és d'uns 820 euros/mes i varia en funció de les diferents categories; els encarregats de secció i els de tenda cobren comissions en funció de les vendes. La problemàtica més important dels treballadors es refereix també al sou i als horaris i queda clar que aquests problemes són generals en el conjunt del sector del comerç i dels seus treballadors. La tasca sindical no resulta senzilla, perquè costa tirar endavant i tenir una bona interlocució amb l'empresa, però també és veritat que les coses van millorant. Fa poc hem aconseguit una paga per festiu treballat i d'altres millores i pot semblar que hem aconseguit poc però també es pot considerar que hem aconseguit molt. L'empresa va entenent que el diàleg i el treball en comú amb els treballadors i els seus representants sindicals permet ajudar entre tots a millorar la vida dels treballadors i els objectius de l'empresa.



Jornada: Treballar al comerç, és una professió?

La Fundació Catalunya Comerç ha organitzat una jornada amb representants del món del comerç per analitzar el present i el futur d'aquest sector important econòmicament i socialment

El sector del comerç a Catalunya representa l'11.5% de l'activitat econòmica catalana i ocupa 347.989 treballadors, segons les dades de l'Enquesta de Població Activa (EPA) de setembre de 2007. L'activitat comercial és un instrument clau de desenvolupament econòmic i, alhora, té un alt valor per a la cohesió social dels nostres pobles i ciutats. Tanmateix, el sector comercial té plantejats alguns reptes importants de cara al seu present i al seu futur, en particular la professionalitat, la recuperació del prestigi social de treballar-hi i la renovació. En els darrers anys, s'han produït importants canvis en els hàbits de consum i per tant l'oferta comercial s'hi ha hagut d'adaptar, però els clients mantenen el nivell d'exigència pel que fa al tracte

personal i professional.

La Fundació Catalunya Comerç, fidel a la seva vocació de ser punt de trobada dels agents del sector del comerç, ha volgut fer una nova aportació de reflexió de cara a la coincidència de propostes i d'objectius per tal de donar resposta als diferents reptes que té plantejats el comerç català. Aquest ha estat el sentit d'aquesta jornada que s'ha celebrat al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, el dia 14 de novembre de 2007. La jornada ha generat expectació i ha comptat amb una àmplia assistència de persones procedents dels àmbits institucional, empresarial, sindical, social i estudiantil. Un programa ambiciós que ha volgut abordar els diferents temes des de perspectives diverses i que s'ha

estructurat a través de les tres taules rodones següents:

Taula 1. Les escoles de formació.

La visió dels professionals de la formació del sector: Quina formació faciliten? Quins canvis produeixen en la carrera professional de les persones que formen? Què caldria millorar?

Taula 2. La carrera professional en el comerç I.

La visió empresarial. Quines capacitats es demanen? Quina valoració mereix la formació actual al sector? Quins programes desenvolupen per a una carrera professional en el comerç?

Taula 3. La carrera professional en el comerç II.

La visió professional. Quins atractius ofereix el comerç com a professió? Quina valoració mereix la formació actual al sector? Quina opinió tenen dels programes per a una carrera professional en el comerç?



Toni Casas, director de Recursos Humans de Casas Sabaters, **Antonio Rodríguez**, director general de Cortefiel a Catalunya, **Bernat Morales**, director general de Mercadona a Catalunya, i **Neus Munté**, patrona de la Fundació Catalunya Comerç

A l'hora de fer un diagnòstic, hi ha algunes coincidències bàsiques a partir de les quals es pot endegar la reflexió:

Σ

treballadors, patronal i Administració han de treballar plegats per al prestigi i el reconeixement socials de la professió, tenint en compte les necessitats formatives i d'innovació en el sector com a premisses.

Σ

sovintegen les queixes dels empresaris per trobar treballadors per al comerç i, massa vegades, quan se'n troben, aquests no tenen la formació adequada. En paral·lel, els treballadors que volen incorporar-se al mercat laboral no trien com a opció de futur el sector del comerç. Això, en el context d'un sector on prevalen la moderació salarial i unes jornades de treball i uns horaris comercials que comporten treballar els dissabtes a la tarda i alguns diumenges i festius.

A partir d'aquestes consideracions, convé esmentar les aportacions fetes per alguns dels ponents de les diferents taules de debat.

Taula rodona sobre “Les escoles de formació”

Dolors Batallé (directora general de Comerç de la Generalitat) constata que, tot i que existeix una oferta formativa a través de cambres de comerç, patronals, sindicats o el projecte ESCODI, això no vol dir que no s'hagi de revisar el mapa formatiu, veient i ordenant les necessitats actuals del sector. També que s'ha de ser conscient que es tracta d'una professió complicada, amb moltes funcions i responsabilitats, que ha de tenir més prestigi social, ja que és un servei a la societat.

Jaume Angerri (president de la Fundació Catalunya Comerç) remarca el pes econòmic del sector comercial i la paradoxa que es produeix entre d'una banda la baixa desocupació i la demanda creixent de personal amb ofici i, d'altra banda, l'elevat nombre de perfils sense formació, la qual cosa comporta un cercle viciós on preval l'actitud passiva, sense pla de desenvolupament ni carrera professional, i això provoca pèrdua de prestigi professional i contractes i salaris precaris. Per això s'han d'incentivar accions que generin il·lusió en els treballadors del sector i en els joves que hi accedeixin de manera que vegin garantit el desenvolupament personal i professional en condicions de prestigi i de salaris adequats.

Núria Beltran (directora ESCODI) planteja que la carrera i la titulació universitàries en comerç es justifiquen pel valor estratègic i econòmic del comerç per a Catalunya. El comerç genera ocupació local i directa, però també indirecta (consultories, gestories, aparadoristes, neteja, etc.), a banda que no pateix la deslocalització de la indústria. La formació superior especialitzada dóna vitalitat als sectors econòmics: augmenta el seu prestigi, ajuda a crear noves vocacions i afavoreix la creació de serveis auxiliars. Hi ha resistència del comerç a la formació, i no és percebuda com a inversió rendible. La formació ha de ser útil, orientada a l'aplicabilitat, amb un sistema d'itineraris formatius i un distintiu d'acreditació de qualitat. El comerç està en un punt crític perquè no atrau gent amb vocació de quedar-s'hi i la gent jove vol que la feina els permeti realitzar-se i portar el seu estil de viure. Cal una revolució (horaris, retribucions i plans de carrera) en la política de recursos humans per atreure i conservar talents i per prestigiar el sector.

Les condicions laborals i la pèrdua de prestigi del sector provoquen una manca d'alumnat. Cal potenciar l'especificitat de la formació professional de comerç i la millora de les qualificacions en el sector (convalidacions de crèdits entre els cicles de comerç i màrqueting, oferta con-

junta de cicles, possibilitat de matricular-se per crèdits solts (obtenció de certificacions oficials), proves lliures, acreditacions de competències professionals, adaptacions curriculars, formació semipresencial, formació a distància, curs preparatori per a les proves d'accés als CFGS i creació dels centres integrats de formació professional)

Situació laboral: CFGS de Gestió comercial i màrqueting

Situació actual alumnes del curs 2006-07

Cercant feina	0%
Estudiant	33%
Estudiant i treballant	17%
Treballant	50%

Treball relacionat amb els estudis cursats

Si	75%
No	25%

Situació laboral: CFGM de Comerç

Situació actual alumnes del curs 2006-07

Cercant feina	0%
Estudiant	66%
Estudiant i treballant	11%
Treballant	23%

Treball relacionat amb els estudis cursats

Si	67%
No	33%

Olivier Fernández (director de l'Escola de Pastisseria del Gremi de Pastisseria de Barcelona i província) explica que l'objectiu de l'Escola és la formació òptima dels alumnes perquè esdevinguin excel·lents professionals pastissers, amb un model de formació complementada escola-empresa, i és per això que a partir de segon curs s'aconseja l'assistència a l'escola amb el treball en una empresa de pastisseria, amb l'adaptació dels horaris. La demanda de professionals de la pastisseria és superior a l'oferta de treballadors. L'especialització i la qualificació obtingudes fan possible el reconeixement, el prestigi i la cotització dels pastissers. No hi ha atur i els salaris són competitius, tenint en compte que a més a més de les pastisseries s'ha de cobrir la demanda del sector de l'hostaleria. La formació té en compte la tradició i la innovació i aporta implicació i il·lusió en la professió. Esperem aconseguir aviat l'homologació dels nostres estudis perquè s'adaptin al disseny curricular dels cicles formatius de la Generalitat, tot impartint les assignatures dels mòduls professionals (nocions bàsiques i pràctiques de pastisseria, xocolateria, confiteria, pastisseria salada, panificació, dibuix i belles arts, iniciació a la dietètica i nutrició, i higiene alimentària), així com assignatures complementàries com ara formació empresarial. En el sector de la pastisseria es disposa de referents professionals als quals es vol imitar, i això aporta models a seguir i el sentiment de pertinença.

Hermínia Túnez, venedora El Corte Inglés, **Jovita Fernández**, inspectora de Dia, **Frederic Moreno**, president de l'Associació Catalana de Treballadors per Compte Propi, i **Chakir El Homrani**, portaveu nacional d'Avalot



Taules rodones sobre “La carrera professional”

“La carrera professional” s’ha plantejat en la primera taula rodona des de la perspectiva empresarial, i en la segona a través del punt de vista dels treballadors i els autònoms. Algunes de les aportacions dels ponents han estat les següents:

Bernat Morales (director general de Mercadona a Catalunya) ressalta la importància de millorar la satisfacció del treballador mitjançant la formació, la promoció interna, l'avaluació i el reconeixement, la transparència, la conciliació familiar i personal i una política retributiva coneguda, perquè això fa possible mantenir la professionalitat en el sector i a les persones en l'empresa, i generar satisfacció, d'aquesta manera, en els clients, els accionistes i la societat. També va comentar que el perfil del treballador de comerç ha de correspondre's amb unes capacitats determinades: orientació professional, coherència, autoexigència i amb iniciativa.

Antonio Rodríguez (director general de Cortefiel a Catalunya) exposa que la societat actual es caracteritza pel canvi accelerat i freqüent dels elements que la integren, un canvi ocasionat especialment pel continu i imparable desenvolupament tecnològic, per la volatilitat i mobilitat en el mercat laboral i en l'aparició ja consolidada d'una població emergent de moviments migratoris globals. La via més efectiva per a la preparació al canvi és la formació, motor que posa en

marxa el procés de canvi en les organitzacions i es converteix en el pilar de suport de les polítiques i estratègies que estableix l'empresa per mantenir i ampliar la seva dimensió i competitivitat en un mercat que canvia constantment. El sistema formatiu contribueix a la carrera professional de les persones relacionades amb el comerç. Quant al reconeixement de la professió, davant d'una oferta laboral en el nostre sector apareix la imatge de poc remunerat, per tant, socialment mal vist. Aquesta imatge és la que hem de corregir. Que sigui més amable. Potenciar els punts forts de la professió, que els té, sobretot en empreses com de la que forma part, i com d'altres del sector on la remuneració està vinculada en part a objectius, i on la formació i la promoció interna formen part de la seva filosofia.

Toni Casas (director de Recursos Humans de Casas Sabaters) ens diu que el seu objectiu és aconseguir la màxima satisfacció dels clients, oferint moda, exclusivitat i qualitat, amb la implicació i dinamisme de tots els seus professionals, a través de la creació de grups i projectes de millora (qualitat), involucrar-se, la comunicació i tenir els objectius

clars. D'altra banda, insisteix en la importància de la detecció de les necessitats formatives i la impartició de formació, tant interna com externa, perquè resulta imprescindible per evolucionar dins l'empresa, i en una política d'incentius. Sense implicació no es tira endavant.

Frederic Moreno (president de l'Associació Catalana de Treballadors per Compte Propi) creu necessari per a Catalunya un pacte nacional del comerç que inclogui un pla de reconversió del comerç i un pla estratègic que doni impuls al comerç de proximitat, perquè molts comerços han desaparegut per ser substituïts per altres negocis. Se li fa difícil veure una ciutat o poble sense comerços als seus carrers, perquè donen vida i cohesió social. No s'han establert tampoc ajudes i crèdits bonificats. A la fi es pot comptar amb l'Estatut dels treballadors autònoms, era molt necessari per als comerciants, però hem de seguir insistint en la seva millora i, sobretot, fer el seguiment del seu desenvolupament en tots els àmbits: Seguretat Social, fiscalitat, riscos laborals i formació. Fa anys la carrera professional de comerç, com en d'altres activitats, s'iniciava des de l'aprenentatge, sigui per

continuar una tradició familiar o com a treballador, amb la idea de treballar tota la vida en la mateixa feina, amb un tracte familiar per part de l'empresa i amb poca necessitat acadèmica per iniciar-se en el món del treball. Tanmateix, avui en dia, els possibles treballadors no veuen, en general, com a sortida professional dedicar-se a treballar en un comerç. Es veu com un treball insegur i precari, es busca obtenir un bon sou a canvi de treballar el mínim d'hores, es reclama més temps lliure i el salari es dedica principalment a l'oci personal. Per als joves resulta més atractiu aconseguir ser funcionari o treballador d'un banc que emprendre una carrera professional de comerç sigui com a emprenedor d'un negoci o com a venedor, i a més surten altres problemes de la mateixa activitat del comerç que agreugen la situació: la impossibilitat de poder conciliar la vida familiar i laboral, o uns horaris comercials que no faciliten la possibilitat de la formació. Amb la darrera aprovació d'horaris comercials -durant l'any 2008 es podrà obrir vuit diumenges i festius-, el petit comerç difícilment podrà competir amb aquestes jornades festives amb el comerç de les grans superfícies.

Herminia Túnez (treballadora El Corte Inglés) exposa que els treballadors del comerç avui tenen un dèficit de reconeixement i la societat en general no valora ni reconeix el treball al comerç com una professió; això comporta un nivell de falta d'autoestima personal per als que desenvolupen la seva

activitat professional al comerç. Que una institució com la Fundació Catalunya Comerç reivindicui el prestigi d'aquest treball i la professionalitat és un orgull per als que realitzen la seva feina en el sector del comerç. Va plantejar tres reflexions. En primer lloc, els coneixements s'adquireixen mitjançant la pràctica: no hi ha una programació formativa adequada a les múltiples funcions que desenvolupen cada dia. No obstant això, la pràctica és necessària i un complement imprescindible en l'aprenentatge. En segon lloc, no hi ha un programa de carrera professional. És possible entrar a treballar amb una determinada categoria i acabar jubilitant-se amb la mateixa, sense valorar-se en cap moment ni els coneixements ni l'experiència, és a dir no tenen recorregut professional, no coneixen les activitats que han de desenvolupar per progressar professionalment. I, finalment, no hi ha valoració curricular de l'experiència. Si es decideix canviar d'empresa, l'experiència professional no té un valor adequat ni reconegut per al currículum. Té més valor el nom de l'empresa on s'ha exercit l'activitat professional que la pròpia experiència. I va concloure afirmant que el comerç és una professió de futur i amb futur, perquè la necessitat de l'orientació i l'assessorament comercial és necessària avui i serà necessària sempre. Canviaran els models comercials i l'estructura de les empreses, les botigues i les seccions, però hi ha una cosa que no canviarà mai: la necessitat de professionals en el sector.

A la cloenda, Frederic Monell (vicesecretari

general i portaveu de la UGT de Catalunya), va afirmar que amb actes com aquest es busca construir un futur per al sector i que si s'aconsegueix una bona formació hi haurà un esperit més competitiu i els treballadors podran optar per aquelles empreses que paguen més, o ofereixen majors expectatives o més qualitat. També va destacar que, a més de la formació, hi ha un altre pilar fonamental: la racionalització del temps de treball, perquè ha de permetre compaginar treball, vida personal i familiar i formació. Cal plantejar-se amb quins valors ens movem i quin model social volem.

En definitiva, el balanç de la jornada ha estat molt positiu. S'han aportat idees des de les diferents perspectives. Per acabar, les conclusions següents:

La formació és necessària i s'ha de reclamar un itinerari formatiu adaptat a les especificitats del sector del comerç.

Es necessiten professionals del comerç.

S'ha de reconèixer i prestigiar la professió.

El comerç és necessari i els professionals tenen futur.



Cristòfol Estrella, cap de Comerç i Màrqueting de l'IES Vic, **Olivier Fernández**, director de l'Escola de Pastisseria, **Núria Beltrán**, directora de l'Escola de Comerç i Distribució, i **Eugenio Folgar**, director de la Fundació Catalunya Comerç

Óscar López, secretari general de la Federació de Treballadors de Comerç, Hostaleria, Turisme i Joc de la UGT de Catalunya

El pes econòmic del sector del comerç

Convé tenir una visió panoràmica del sector del comerç i per això presentem aquest article sobre el pes econòmic del sector. En el pròxim número presentarem la seva continuació a través de la realitat laboral del comerç

En el marc dels canvis que comporta el procés de globalització actual, el comerç també ha iniciat un procés de canvi que transforma radicalment el sector. El comerç presenta nous rols en l'àmbit econòmic, tot adoptant noves competències i amb una projecció i un protagonisme innegables.

“La reestructuració s’ha produït en paral·lel a canvis substancials en les estratègies, les operacions i les relacions dels minoristes. Aquests canvis han provocat l’aparició d’una perspectiva diferent del paper de la distribució en les economies nacionals. Segons aquest nou paper, la distribució és l’indicador de les activitats de valor afegit en l’economia, tot abandonant el seu paper tradicional, més passiu, d’incrementar el valor afegit generat per la fabricació. Aquest nou paper també situa la distribució



foto: Carles Suqué

en un marc global amb establiments a nivell internacional, aprovisionaments a nivell internacional, fluxos internacionals de “bones pràctiques” comercials i reconeixement internacional dels minoristes, en convertir-se en marques internacionals.” (J. Dawson i M. Frasquet).

En segon lloc, s’han produït canvis en les estratègies del sector i els formats de venda, i s’observa una conceptualització més integrada de la productivitat i la seva importància per a la modernització del sector. La superfície comercial i els treballadors segueixen sent els factors amb més incidència en la productivitat i cal cuidar-los per garantir els nivells de progressió del sector. Des dels anys setanta la distribució comercial ha augmentat el seu pes en el sistema econòmic espanyol. Així, representa el 14% del Producte Interior Brut, el 16% de la població ocupada i el 30% de les empreses; alhora, s’ha de comptar la incidència en la inflació per part de la distribució comercial i que el valor dels costos generats per la distribució comercial representen el 48% del valor final del consum privat, tot demostrant així el seu per específic, tal i com indica Pedro Cuesta.

L’increment de la importància de la distribució comercial a l’Estat espanyol des dels anys setanta es produeix com a conseqüència dels moviments migratoris, el creixement de la renda i el desenvolupament del turisme que provoquen el trànsit del comerç tradicional al format de venda en règim d’autoservei, i a l’actual convivència

entre ambdós. El comerç tradicional està format per nombrosos establiments petits, amb equipaments comercials amb poca eficàcia en molts casos, que actuen de forma independent, una estructura familiar del personal, dificultats financeres i associacionisme insuficient; tot plegat comporta una situació de supervivència difícil i, tot sovint, el tancament i la pèrdua de quota de mercat. D’altra banda tenim un sistema basat en la introducció de noves formes comercials mitjançant un sistema d’autoservei format per grans multinacionals de la distribució que disposen d’un gran poder de compra, amb un alt grau de concentració, un nivell elevat d’innovació pel que fa a les tècniques de venda i gestió, i capacitades per adaptar-se als canvis de les condicions de l’entorn. Així, veiem que molt poques empreses disposen del domini de la distribució, formant un oligopoli que domina els formats més rellevants (hipermercats, supermercats i tendes descompte), en un context de competitivitat molt intensa. S’ha produït un fort procés de concentració empresarial i la presència creixent d’empreses franceses i alemanyes. Els canvis socials i culturals afecten el comportament del consumidor i això provoca un procés de diversificació comercial per atendre millor les noves necessitats socials. El mercat laboral comercial viu un procés de canvi, amb una presència cada cop més gran de dones, joves i immigrants, i realitza una funció d’amortidor en relació als canvis que es produeixen en el mercat laboral: absorbeix treballadors d’altres activitats econòmiques, acull molts immigrants i actua com a estabilitzador en moments de desacceleració econòmica com l’actual.



foto: Carles Suqué

L'Anuari de la Distribució 2006-2007 ens indica que la "gran distribució" assolí l'any 2005 un volum de vendes de 63.945 milions d'euros, a través de 15.111 establiments propis, 13.756 franquiciats i 634 cash&carry. Destacar el lideratge assolit per Mercadona: vendes de 9.601 milions d'euros, 960 establiments (1.440.000 m² i quota de mercat del 12,7%. Tanmateix el Grup Carrefour (Centres Comercials Carrefour, DIA i la venuda Punto-Cash) se situaria com a principal operador amb vendes de 12.909 milions d'euros, 2.027 centres propis i 833 franquiciats i quota de mercat conjunta del 16,9%. També cal tenir en compte els comerciants majoristes i els altres operadors de serveis que fan possible el desenvolupament de la distribució, com ara les empreses de transport, els agents de duanes, els corredors de comerç, les companyies d'assegurances, etc. El comerç majorista dedica menys atenció a la promoció, l'atmosfera i la localització, perquè realitza el negoci amb clients, en lloc de consumidors finals; també es troba en un procés de transformació, tant per la globalització com pel fet que les grans empreses de la distribució tot sovint assumeixen el canal majorista.

Principals empreses majoristes a Catalunya per sala de venda

Empresa	Nbre. cash	Sala (m ²)
Miquel Alimentació	23	70.639
Makro	4	36.064
H.D.Covalco	15	22.713
Pigot-Dis, S.L.	1	5.300
Distribuidora Bosch Hermanos	5	5.200
Antonio Rabert	2	3.000
Magatzems Prats	1	2.800
Coop. Alimentària (CAD)	1	2.000
Comerbal	1	1.950
Riera Comercial Alimentació	1	1.800
Almacenes Mengual	1	1.500
Comercial Domènech Roca	1	1.500
D.A.C.S.A.	1	800
Total		157.346

El comerç a Catalunya en xifres

Catalunya té un índex comercial de 17,6 punts, el més alt de l'Estat espanyol. Segons Indisa, a 31 de desembre de 2007, els punts de venda es distribueixen de la manera següent:

punts de venda minorista alimentària: 2.939, amb 1.833.445 m² de sala de venda

supermercats: 2.045, amb 1.220.439 m² de sala de venda
 establiments discount: 638, amb 279.608 m² de sala de venda
 establiments de conveniència: 219, amb 27.048 m² de sala de venda

hipermercats: 37 centres, amb 306.350 m²

venda majorista: 61 cash, amb 159.044 m² de sala de venda

Principals operadors a Catalunya per quota de mercat

	Empresa	Centres	Sala (m ²)	Quota
1	Grup Eroski	270	314.190	17,14
2	C.C. Carrefour	53	219.745	11,99
3	DIA	521	164.291	8,96
4	Grup Condis	350	145.085	7,91
5	Mercadona	132	145.100	7,91
6	Grup Bon Preu	117	108.260	5,90
7	Miquel Alimentació	332	85.258	4,65
8	Consum	135	76.000	4,15
9	Lidl	80	63.650	3,47
10	Alcampo	5	61.400	3,35
	resta	944	450.446	4,57
	Total Catalunya	2.939	1.833.445	



E

Andreu Llargués i Claverol, president del Gremi de Flequers de la Província de Barcelona

L'actualitat del Gremi de Flequers de la Província de **Barcelona**

L'organització dels professionals d'un sector en gremis té una llarga trajectòria històrica i una significació important per a la societat catalana. Ens acostem a la seva realitat actual, avui a través dels flequers

Andreu Llargués i Claverol, president del Gremi de Flequers de la Província de Barcelona



E

s va constituir l'any 1977 i és una associació sense afany de lucre que compta amb uns set-cents agremiats. El seu objectiu social és la defensa dels interessos del col·lectiu agremiat, al qual dóna serveis com ara:

Σ

Promoció i difusió de la cultura del pa
Assistència administrativa, empresarial i legal
Anàlisi i polítiques sectorials per enfortir el sector flequer,
impuls de la innovació i la modernització empresarial

És una institució d'àmbit provincial i agrupa, mitjançant afiliació voluntària, totes aquelles persones físiques o jurídiques, a títol d'empresaris fabricants i venedors de pa, que realitzen activitats dins la província de Barcelona. Les empreses agremiades estan repartides en quinze delegacions comarcals i engloben uns quatre mil punts de venda de pa. Del total d'empreses associades, la meitat aproximadament són fleques de caràcter familiar, artesanes, quasi sense personal assalariat. La resta contracta treballadors -uns cinc mil assalariats- per a les tasques de fabricació i venda dels productes panaris. El Gremi compta amb un President i els seus òrgans de govern són el Comitè Executiu, la Junta Directiva Intercomarcal i l'Assemblea General de Socis.



Obrador de l'Escola de Flequers Vapor Llonch de Sabadell

Situació del sector

El model de societat actual i la nostra pertinença a la Unió Europea propicien l'existència d'una gran competència entre les empreses i d'això se'n deriva que cada vegada més aquestes necessitin dotar-se dels millors mitjans tecnològics i comptar amb els millors professionals per a no perdre quota de mercat. A més, la tendència a una gradual liberalització dels sectors i la creixent presència de grans grups i multinacionals de la fabricació i la distribució provoquen en el nostre sector flequer -com en d'altres- que els petits i mitjans empresaris es trobin en una situació de constant augment de la competitivitat. Les associacions tant sectorials com territorials juguen un paper molt important en l'impuls de les petites i les mitjanes empreses, atès que únicament les grans tenen la capacitat econòmica necessària per adquirir la tecnologia adequada i contractar els tècnics adients. El fet de poder fer front a aquests desafiaments, així com la multiplicació de punts de venda de pa i d'altres establiments d'alimentació que també expenen els productes panaris, comporta per a la nostra entitat un repte de considerables dimensions, del qual dependrà el seu futur com a institució d'ajut i col·laboració amb el soci agremiat.

Principals reptes i actuacions

En la difícil situació econòmica actual, el sector flequer català ha d'afrontar la sèrie de problemes que l'afecten, problemes que han portat fins i tot al tancament de molts negocis. Entre d'altres temes, es pot fer esment dels següents:

Comercialització de pa

Des de fa uns quants anys, patim l'obertura indiscriminada de punts de venda de pa i l'expedició d'aquest producte en establiments en molts casos no adequats i que incompleixen la normativa vigent que regula la comercialització i la venda de pa. A tot això cal afegir les noves tècniques de fabricació que la incorporació del fred al nostre sector han fet possible, tècniques que sempre han de ser dutes a terme sota un control sanitari rigorós. De poc serveix que hi hagi normativa sanitària estricta i que aquesta es compleixi en quant a la producció

d'aquest producte, si després la seva comercialització no està sotmesa a cap control sanitari que pugui garantir al públic consumidor l'adquisició del nostre producte en òptimes condicions i que se'n conegui la seva procedència. Aquesta realitat representa un greuge comparatiu per a tots aquells comerciants especialistes del nostre sector legalment establerts, per la qual cosa s'està denunciant contínuament aquesta anòmala situació davant l'Administració per tal que vetlli per l'estricta compliment de l'esmentada normativa.

Professionalització del personal dels nostres negocis

El sector flequer també pateix una manca de mà d'obra especialitzada, tant en la seva fase de producció com en la de comercialització, la qual cosa provoca que s'incorporin al nostre sector persones sense l'adequada formació professional. És per això que, des de l'Escola de Flequers d'aquest Gremi s'estan fent grans esforços per dur a terme una labor de formació professional continuada, tant als treballadors d'obrador i de punt de venda per a impartir-los els coneixements de la professió, com als empresaris flequers per tal de donar-los una formació financera i de gestió empresarial que tendeixi a millorar les estructures dels seus negocis. A banda de la tasca formativa que desenvolupa el nostre Gremi -i els altres gremis catalans-, reclamem des de fa temps a l'Administració la creació de l'Escola Catalana d'Oficis d'Alimentació -com succeeix en països veïns-, on, en matèries troncales, pogués impartir-se formació a totes les persones que treballin en els sectors de l'alimentació (forners, pastissers, xarcuters, restauradors, etc.).

Promoció del pa

Atès que els nostres agremiats són, en la seva majoria, petites i mitjanes empreses es fa difícil fer campanyes individuals. És per això que es realitzen periòdicament, i es pretén continuar fent-ho, campanyes i actes promocionals del pa dirigides a pal·liar la davallada del consum de pa. En aquestes campanyes s'informa al públic consumidor dels beneficis que aporta el pa a la nostra salut.

Reestructuració de les empreses

La gran competència que des de fa molts anys està patint el nostre sector ha provocat

una important davallada en la capacitat inversora dels nostres agremiats. Tanmateix, s'ha anat realitzant contínuament un gran esforç per transformar els obradors i les botigues de venda de pa, tenint en compte a més a més que s'han d'adequar els establiments a tot allò que determinen les disposicions vigents (Llei de la intervenció integral de l'Administració Ambiental, Llei d'anàlisi de perills i punts de control crític, Llei de control metrològic dels instruments de pesatge, Llei de riscos laborals, normes relatives als manipuladors d'aliments, etc.).

Des del Gremi de Flequers de la Província de Barcelona cal emprendre contínuament iniciatives per facilitar als agremiats els instruments adequats perquè puguin continuar de forma competitiva en el mercat, proporcionant-los, a més, els coneixements necessaris per al compliment de tota la normativa vigent. Les tasques del Gremi estan encaminades, principalment, cap a la gestió i la rendibilitat de les pròpies empreses agremiades, alhora que s'intenta servir de dinamitzador d'un sector molt atomitzat i que precisa d'una mecànica de concentració o, almenys, de cooperació empresarial, per tal d'aconseguir les mateixes eines de gestió, quan no els mateixos costos i despeses, que els que tenen els grans fabricants i grups de distribució que ja estan minvant de forma considerable el segment de mercat fins ara ocupat pels petits artesans que, en bona part, conformen el nostre Gremi. En aquestes condicions els objectius i els plans d'actuació que desenvolupa el Gremi estan dirigits tant a la modernització com a la millora de la rendibilitat i a un ajut molt més proper i molt més directament lligat a la pròpia gestió dels petits i mitjans empresaris flequers, així com a encoratjar-los a continuar perfeccionant les seves indústries i comerços, a fi i efecte de fer-les competitives, tant a nivell estatal com també a nivell europeu.





Alejandro Goñi, president de PIMEC-Comerç, i Josep M. Andreu, president del CADCI, durant l'acte de signatura de l'acord de col·laboració entre ambdues entitats que pretén contribuir a la millora de la competitivitat i la dignificació professional mitjançant accions en relació a temàtiques com la distribució, la logística, la formació, la celebració d'actes de divulgació o la internacionalització de les empreses

La crisi econòmica actual colpeja les institucions econòmiques però també afecta, malauradament, l'economia productiva i els ciutadans, i el comerç no se n'escapa. Ens ha semblat un moment oportú per demanar l'opinió de PIMEC-Comerç per tal que a través del seu president sigui possible explicar quina és la situació i alguns camins que ens convindria seguir. PIMEC (Petita i Mitjana Empresa de Catalunya) és una confederació empresarial que té com a finalitat la representació, promoció i defensa dels interessos i necessitats de la micro, la petita i la mitjana empresa de Catalunya.

Desenvolupa les seves activitats a l'àmbit del comerç a Catalunya a través de la seva sectorial PIMEC-Comerç, la qual té reconeguda la seva condició d'organització representativa així com la d'interlocutor legítim davant els poders públics, ja que compta entre la seva base social amb un important nucli empresarial del comerç representat per gremis, associacions i empreses associades. Desenvolupa un programa d'assistència i ajuda al sector comercial, i posa a l'abast dels gremis, empreses comarcals i associacions eines útils d'assessorament, suport tècnic i coordinació patronal. Compta amb onze seus.

Alejandro Goñi, president de PIMEC-Comerç

Moments
crítics per
al comerç

M

algrat que els nostres polítics van voler negar-ho, la crisi, la greu crisi econòmica i financera s'ha instal·lat amb força entre nosaltres. Es comenta que el nostre país és més fort que d'altres de la Unió Europea, però les evidències ens demostren que també estem patint amb força aquest negatiu impacte econòmic de difícil solució. Alguns polítics molt insensibles diuen que aquesta crisi servirà per netejar l'entramat comercial de casa nostra, eliminant totes aquelles empreses febles o poc preparades per afrontar la dura realitat actual. Des de PIMEC-Comerç ens dolen aquestes afirmacions tan banals i despectives. Nosaltres sabem que quan es parla de dades, baixada de vendes, retenció del consum, disminució de beneficis, etc., darrera de tot això hi ha persones que pateixen, siguin empresaris o treballadors. Tots sabem que aquestes dades faran augmentar l'atur i per tant la caiguda del consum s'anirà incrementant, per la qual cosa s'ha de tenir cura de certes expressions i declaracions per respecte a la gent que en un moment com aquest està patint situacions difícils. A PIMEC-Comerç la nostra feina és presentar propostes als nostres polítics per millorar, si es pot, la situació actual que pateixen els petits comerciants de casa nostra i intentar fins on puguem que aquesta duríssima crisi la passem el millor i el més ràpidament possible.

Però els polítics no ajuden gaire donant falses esperances de tranquil·litat i optimisme. Subvencions com la del govern català als supermercats Caprabo-Eroski, afavorint als seus establiments la "promoció" del producte català, no faciliten la remuntada davant la crisi del petit comerç. Entenem que el "producte català" no és patrimoni de cap empresa, de cap conselleria i menys de cap organització empresarial o patronal, és del país i forma part del compromís de cadascú de nosaltres per tirar endavant la nostra terra.

Des de el govern de Madrid, el ministre Sebastián es llueix pronunciant-se sobre la conveniència de consumir "productes espanyols". Fins aquí hi estem d'acord, però per què no hi afegim "i comprar els productes espanyols a empreses i comerços de capital espanyol"? D'això ningú en parla, ningú s'estranya de la colonització comercial estrangera que patim; si cal potenciar allò autòcton, per què permetem que empreses forànies s'introdueixin de manera continuada en el nostre teixit comercial, adquirint cada vegada més quota de mercat, expulsant a través de la seva força econòmica els petits comerciants espanyols? Sr. ministre, la majoria de nosaltres no podem agafar el nostre negoci i marxar a altres llocs de bonança econòmica com fan les multinacionals quan les coses no els van bé al país que estan. Nosaltres som els que aguantarem la crisi, seguirem pagant els impostos i la seguretat social, procurarem acomiadar

el mínim possible de gent, retallarem els nostres marges i ens estrenyerem les costures, però seguirem aquí. La propera vegada, quan torni a fer proclames demanant per davant de tot el fet espanyol, no s'oblidi dels petits i mitjans comerciants que fa molts anys que patim una colonització comercial consentida per vostès.

Ara, a més a més, un tema que generarà molta polèmica en els propers dies, setmanes i mesos, és la directiva Bolkestein, de la Unió Europea. Refrescant la memòria, el passat dia 15 d'agost, el Consell de Ministres presidit per José Luís Rodríguez Zapatero, i amb el recolzament dels ministres Solbes i Sebastián, va adoptar un programa de mesures per plantar cara a la crisi econòmica. La més polèmica consistia en accelerar la transposició de la directiva europea de serveis. És a dir, en incorporar el més ràpidament possible a l'ordenament espanyol les disposicions contingudes en aquesta norma europea. La directiva 2006/123 relativa als serveis en el mercat interior, comportarà que els poders públics de tots els nivells veuran de forma severa restringida la seva capacitat de reglamentar aquesta matèria. El ministre Sebastián, ara aclareix que la llibertat de comerç que vol Brussel·les no pot significar una barra lliure per instal·lar-se on, com i quan un vulgui.

Aquesta directiva obligarà a simplificar els obstacles autonòmics per a la instal·lació de grans superfícies. Volen eliminar les segones llicències d'obertura per als hipermercats, i quedarien així lligats a una única, de caràcter autonòmic o local que s'atorgaria per un temps il·limitat. Per tant, les comunitats autònomes haurien de suprimir de les seves normatives els criteris econòmics que fins a aquest moment s'al·legaven per concedir o denegar una llicència, i entre d'altres la protecció al comerç tradicional. Tot seria més fàcil d'entendre si no apareguessin diferents notícies contradictòries de polítics dels mateixos partits a nivell local, autonòmic, nacional i europeu. Enfront d'aquest panorama només ens quedaria mantenir l'esperança que les forces polítiques, les patronals i les associacions com el CADCI, aprofitin les diferents fites del procés de transposició de la directiva per reobrir el debat i informar amb claredat l'opinió pública sobre les conseqüències reals que implicarà la seva implantació.

Seria necessari que es reactivessin, a nivell estatal, les mobilitzacions contra la directiva. Perquè les raons que van dur a les protestes de l'any 2006 no han canviat en res que sigui realment substancial. PIMEC-Comerç ja ha començat a intervenir en aquest procés, i ja ha iniciat una sèrie de converses amb els representants de diferents partits polítics a nivell local, autonòmic i en els propers dies també a nivell nacional.

El CADCI avui



foto: Carles Suqué

Ara fa un any i mig l'assemblea del CADCI procedí a canviar la junta de govern amb l'objectiu de renovar l'entitat i posar-la al dia per tal de recuperar el seu paper actiu en el món del comerç català. Entrevistem al seu president, Josep M. Andreu, per tal de disposar d'un balanç d'aquest període

Quines han estat les línies de treball del darrer any i mig?

El CADCI (Centre Autonomista de Dependents del Comerç i la Indústria) és una entitat centenària que arran de la guerra civil va quedar fora de la llei i només va poder reprendre la seva activitat amb la recuperació de la democràcia. Tanmateix, la represa no ha estat fàcil i és per això que l'assemblea de socis procedí a la renovació de la junta de govern. Durant aquest període, hem endegat un procés de modernització i rejueniment de la direcció de l'entitat, per tal de tornar a l'essència professional per donar resposta a les necessitats dels socis i del comerç català. No renunciem a la vessant de reivindicació patriòtica i cultural, però l'activitat diària està enfocada a donar respostes a les necessitats professionals del comerç. Hem encetat l'obertura a la societat, mitjançant la relació amb els socis i els afins, amb els gremis, els sindicats, les patronals i l'administració. Aquesta xarxa de relacions ens ha de permetre donar resposta a les necessitats professionals dels socis i tornar a situar el CADCI com a interlocutor social en el marc del comerç català.

Quina receptivitat ha trobat el CADCI en aquest procés de represa?

Ha estat molt bona, perquè hi ha una clara consciència del paper històric de l'entitat i de l'aportació que avui pot fer una entitat abocada a la professionalitat dels diferents actors del comerç. Amb la UGT de Catalunya és amb qui hi mantenim l'acord més antic, i la relació no només és bona sinó que hi ha una dinàmica de col·laboració molt àmplia, perquè el sindicat sempre ha entès que és part activa en la recuperació i l'enfortiment del CADCI; cal esmentar el paper actiu de l'Òscar López, secretari general de la Federació de Treballadors de Comerç, Hostaleria, Turisme i Joc, i la sensibilitat molt particular de Josep M. Àlvarez, secretari general, envers la història del CADCI, els lligams entre la UGT de Catalunya i el CADCI i el paper que pot tornar a jugar el CADCI, i aquesta posició contribueix decisivament a la modernització i l'optimització de recursos. D'altra banda, hem establert un acord de col·laboració amb PIMEC-Comerç, la patronal de la petita i mitjana empresa de comerç de Catalunya; aquest acord és fruit de la nostra transversalitat i inclou continguts de formació, estudis i I+D al comerç, que un dels dos representants de PIMEC al Tribunal Laboral sigui del CADCI i acords específics adreçats als autònoms, tenint en compte que alguns socis autònoms són alhora petits empresaris. El CADCI també forma part del patronat de la Fundació Catalunya Comerç. També es treballa amb diferents entitats i administracions per desenvolupar projectes i estudis.

Esmentar el treball amb Barcelona Activa, la Generalitat de Catalunya i el Port de Barcelona, amb el qual s'ha arribat a un acord per tal de disposar d'unes oficines del CADCI en les seves instal·lacions per donar servei als nostres associats i que puguin estar al dia amb el procés de modernització tan important que viu el Port de Barcelona. En definitiva, treballem en la línia d'un pla estratègic que ofereixi serveis als socis i a les entitats vinculades al CADCI.

S'ha incrementat el nombre de socis del CADCI?

Sí, però cal dir que entenem que el panorama actual del comerç català ens porta de moment més que a buscar l'increment de socis individuals a convertir el CADCI en un pol de referència mitjançant el treball amb associacions de professionals i autònoms del comerç. Així, hem establert línies de col·laboració amb diferents entitats, com ara el Gremi de Flequers de la Província de Barcelona, ANEAC (associació d'ajut en carretera), la Cambra de Comerç Gai i Lèsbic o la Cambra de Comerç Hispano-Romanesa.

També us heu plantejat una política de delegacions?

Històricament, el CADCI tenia una implantació i unes activitats particularment importants a Barcelona, però progressivament tenia en compte el conjunt del país. Avui, treballem des de la capital del país però amb la consciència clara que hem de ser presents al màxim possible de llocs i que, alhora, resulta imprescindible tenir en compte la perspectiva internacional. Ara mateix, ja disposem d'una delegació a Girona i durant l'any 2009 n'obrirem una altra a Tortosa. També tenim contactes a Marsella i Bucarest.

Teniu en compte la formació?

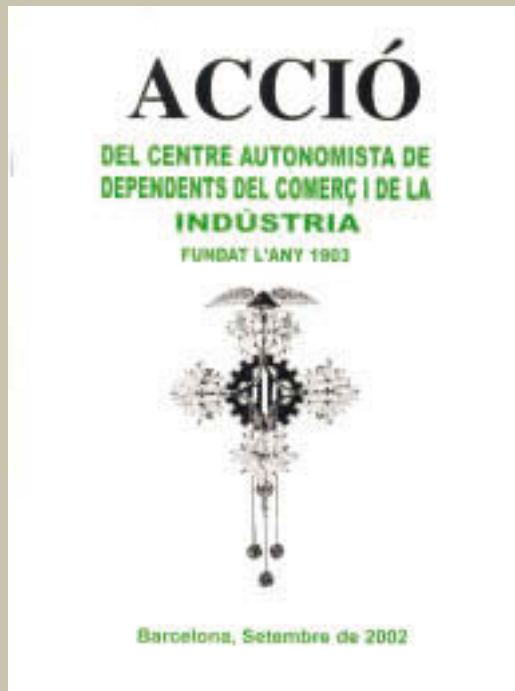
La formació sempre ha estat molt important per al CADCI i tenim la voluntat que ho torni a ser, en particular perquè tots els estudis ens indiquen que és un àmbit bàsic per a la modernització del comerç català, el qual disposa d'una àmplia oferta formativa però que encara té reptes i necessitats d'ampliació. Estem estudiant la situació per tal de veure com podem incidir-hi, perquè volem que la nostra oferta formativa signifiqui una contribució positiva per al sector, però la qualitat no s'improvisa i per això anem pas a pas. De moment, hem iniciat algunes actuacions de formació adreçades als autònoms.

Com un plantegeu l'actuació cultural i cívica?

El CADCI és una associació professional del comerç i per tant aquesta orientació professional és la base de la nostra actuació. Tanmateix, la nostra entitat també ha tingut sempre una clara vocació catalanista de defensa i promoció del país, de les seves necessitats i reivindicacions col·lectives. Aquest plantejament el mantenim, amb una clara orientació transversal i en cap cas des d'una perspectiva de partit. Volem mantenir aquesta orientació i expressar la nostra opinió des de la perspectiva del món del comerç català. D'altra banda, hem donat un nou impuls a l'edició de la revista Acció i l'exemplar que teniu a les mans n'és la prova. La revista ha de servir per fer-se ressò de les nostres actuacions i de les opinions de diversos actors que han de servir els nostres lectors per conèixer l'actualitat i les necessitats del nostre comerç, a banda que l'apartat d'història ens permet acostar-nos a la memòria històrica de tot allò que va fer i significar l'entitat. Des d'aquesta perspectiva, mantenim la reivindicació de la recuperació de tota la documentació que el franquisme ens va requisar, i cal recordar que la nostra entitat va ser de les més afectades. Aquesta documentació serà la base de l'Arxiu del CADCI.

Com afecta l'actual crisi econòmica al món del comerç?

L'actual crisi econòmica és en bona mesura una crisi financera internacional, però a mesura que passa el temps comença a afectar a l'economia real. Així, a través dels mitjans de comunicació i de les decisions dels diferents responsables institucionals es parla molt de bancs i caixes i de les grans corporacions financeres, però es troba a faltar que es parli més precisament de l'economia real, de l'economia de les empreses i dels diversos sectors productius, a més de les repercussions de tot plegat en l'economia del dia a dia dels ciutadans. El món del comerç, en particular el petit i mitjà, és un dels sectors que es veu més afectat per aquesta crisi, perquè pateix per la disminució del crèdit per part de bancs i caixes i perquè els ciutadans estan canviant les seves pautes de consum. Es pateixen més i més impagaments i una disminució de les vendes, i si aquesta situació s'allarga en el temps ens podem trobar amb un increment dels acomiadaments de treballadors i dels tancaments. Les administracions haurien de prendre mesures per mantenir la disposició de liquiditat per part del sector, per estudiar l'exempció d'impostos i el possible refinançament dels deutes. El sector del comerç requereix més polítiques específiques i actives, perquè el comerç té una significació particular en el conjunt de l'activitat econòmica, tant per volum de negoci com per ocupació.





La recuperació del Club de Mar del CADCI

El Centre Autonomista de Dependents del Comerç i la Indústria va iniciar l'any passat un procés de represa de les seves activitats. Les activitats esportives formen part del bagatge històric del CADCI que té una de les seves ensenyes en el seu Club de Mar, nascut l'any 1914 per oferir als seus socis l'accés a la pràctica dels esports nàutics, en particular la vela i el rem. La Junta del CADCI renova el seu compromís amb l'esport i és per això que la passada primavera va tenir lloc un acte al Port Olímpic de Barcelona, per fer pública aquesta voluntat.

Ara mateix, el CADCI no disposa de les infraestructures ni dels recursos necessaris per desenvolupar l'activitat nàutica i és per això que s'ha signat un conveni de col·laboració amb la Federació Catalana de Vela - Centre Municipal de Vela de Barcelona que faciliti als associats un accés aventatjós a les activitats del Centre Municipal de Vela de Barcelona.



El Centre Municipal de Vela de Barcelona és essencialment una escola de vela on tothom, sense limitació d'edats, pot aprendre i practicar vela. Els tècnics i monitors que us ensenyaran a navegar són professionals molt qualificats, i amb ells podreu travessar la porta que us conduirà a un món ple de sensacions i experiències que us captivaran.

Moll de Gregal, s/n (Port Olímpic). Tel. 93 225 79 40
www.velabarcelona.com

Descomptes per als socis del **CADCI**

Descompte d'un 15% en temporada alta i d'un 30% en temporada baixa en els cursos de vela lleugera, windsurf, creuer i catamarà



foto © Alfredfarre.com

Segimon Obradors, president de
la Federació Catalana de Vela

El Club del Mar

pioner de la vela popular
a Catalunya



Es pot dir que la vela a Catalunya com a fenomen esportiu es remunta al segle XIX. Abans era una pràctica professional, però no esportiva. És un dels primers esports normalitzats i formalitzats com cal, tal com s'entén actualment el concepte esport. Som pioners en aquesta activitat, perquè Catalunya ha estat una pionera a la pràctica esportiva. Per casa nostra va ser on l'esport es va introduir i va prendre carta de naturalesa, pel fet que la societat catalana del segle XIX era una societat avançada i abocada a les innovacions europees, tant culturals i econòmiques, com socials i tecnològiques. La seva burgesia i les classes menestrals van entendre el que significava l'ideal de l'esport, el qual esdevenia un fenomen social a l'Europa de la revolució industrial.

La vela, per partida doble, es va beneficiar d'aquest moviment. A Catalunya l'activitat de la vela, centrada als ports marítims i comercials del moment, principalment Barcelona i Tarragona, va ser el refugi d'esbarjo d'unes capes socials molt heterogènies que volien viure la natura i el mar de forma directa. El nostre esport sempre ha estat un esport de natura i aventura. Una burgesia catalana que s'emmirallava en una societat anglesa que gaudia contemplant i competint en "carreres de velers"; convé recordar que la primera edició de la Copa Amèrica va tenir lloc a Anglaterra l'any 1851, com a evidència d'aquest sentiment. Però també per a les classes més populars, sobretot les que vivien a prop dels ports comercials d'aleshores, el fet de sortir amb un veler era part consubstancial de la seva feina i les seves diversions, i en diades de "festa i fira" sempre es feien competicions, creuant-se apostes i premis en metàl·lic per als guanyadors, fent-se, d'aquesta forma, més festius i divertits el dies significatius. La festa a les nostres contrades sempre és magnífica al mar i a les platges.

Encara perviuen entitats d'aquella època, entitats que evoquen aquella forma d'entendre el nostre esport. El club nàutic més antic d'Espanya és precisament el Club Nàutic de Tarragona, el més veterà de tots, dedicat als esports de mar i que va ser fundat l'any 1878. I els altres clubs més veterans de Barcelona també provenen de clubs vinculats al mar, tant el Marítim com el Nàutic, que vénen d'entitats que ja a mitjan segle XIX tenien una forta activitat, en les aigües del litoral barceloní, competint i rivalitzant sovint, creant-se així l'esperit competitiu, bàsic en tot esport.

En aquesta història, també hi juga un paper destacar el CADCI, entitat oberta, cosmopolita i catalana, i que molt aviat també va entendre la importància de l'esport, en concret el de la vela, per als seus afiliats, la qual cosa demostra l'amplitud de mires dels seus associats en aquella època. La seva secció esportiva dedicada al rem i a la vela va ser l'origen de la creació, l'any 1914, del Club de Mar del CADCI, esdevenint així un dels clubs històrics de la vela europea i una referència de la vela catalana des del seu començament. A més a més, aquest club té l'honor de ser la primera societat dedicada a la vela que va voler tenir un caire totalment popular, fugint, des de la seva creació, de certs elitismes que sempre havien acompanyat l'esport de la vela en els seus inicis. El Club de Mar del CADCI va ser pioner en la popularització de l'esport de la vela i del reconeixement del valor social d'aquesta pràctica. El seu èxit esportiu va ser d'una progressió constant, rivalitzant amb els millors regatistes, procedents d'altres clubs, també velístics, i emparats amb el poderiu dels seus socis, la majoria vinculats a les més altes esferes de la burgesia barcelonina, catalana i fins i tot espanyola.

El CADCI, pel seu origen menestral, i com a entitat que agrupava a treballadors i dependents del petit comerç i de la indústria, tenia un altre tarannà dins de l'incipient món de l'esport català, i la seva trajectòria va ser, per aquesta voluntat oberta, catalana i popular, truncada després de la Guerra Civil. Avui, el més important és que, malgrat això, aquest esperit de la vela popular i oberta ha estat recuperat, per Barcelona i Catalunya, amb la democràcia i, sobretot, quan la ciutat de Barcelona va poder obrir-se urbanísticament al mar, després del Jocs Olímpics del 92. Aquest tarannà ha florit de nou, i el recuperat Club de Mar ben segur que obtindrà l'èxit que van tenir els seus precursors.

El fet de voler fer popular la vela és en si mateix el major èxit d'aquesta entitat. I amb aquesta filosofia, la Federació Catalana de Vela també hi està compromesa. Fer que la pràctica del nostre esport favorit es pugui desenvolupar sense esculls, prejudicis i amb absoluta normalitat, i que la societat doni eines i garanties per a què això sigui possible és tasca de tots, per fer i per aconseguir que la vela sigui un espai lúdic, de competició i de cultura nàutica per al nostre país.

Avui vivim un moment important per a la llengua catalana. Cal tenir molt clar que una bona política lingüística ha de ser transversal per a què el seu impacte social sigui d'ampli abast. Un procés de normalització lingüística ha d'implicar tots els sectors socials i, alhora, cadascú ha d'actuar des del seu àmbit i assumir responsabilitats en el seu sector. Allò ideal és que cada actor i cada sector disposin de la seva pròpia planificació. Des d'aquest punt de vista, una entitat professional del comerç com és el CADCI pot fer la seva contribució en aquest sector i un sindicat com la UGT de Catalunya també té una responsabilitat important en els seus àmbits d'actuació.

Convé tenir sempre present que la política lingüística de normalització implica i correspon a tota la societat, i que cada sector social té la seva rellevància perquè la seva actuació incideix en el seu àmbit. Així, el món del comerç té un relleu particular perquè tots els ciutadans hi tenim un contacte gairebé quotidià, perquè anem a comprar el menjar, el diari o qualsevol altra cosa o anem a prendre un cafè. Em sembla prou evident que fins ara no hem donat el suficient relleu a la transcendència que per al conjunt del procés de normalització lingüística té el món del comerç, perquè un ús del català plenament regularitzat en el món del comerç atorga al català un plus de projecció pública i per tant seria un bon indicador per al conjunt de la societat. Els darrers anys hem viscut l'arribada de molts immigrants i el món del comerç representa un punt de contacte social important per als novins, per a què facin la transició cap a l'aprenentatge del català. Tanmateix, a vegades aquesta transició no ha seguit el ritme que s'havia previst. Sabem que vivim com mai en societats dinàmiques i canviants, que en pocs anys hem viscut grans canvis i noves realitats, el fax, el correu electrònic, els avenços tecnològics i científics, el mòbil, etcètera. I el món del comerç és molt sensible als canvis socials.

Conferència sobre llengua i comerç

Bernat Joan, secretari de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya i president del Consorci per a la Normalització Lingüística, va fer un repàs a la realitat sociolingüística, amb referències específiques al món del comerç. Aquest acte va ser organitzat pel CADCI, amb la col·laboració de la Fundació Josep Comaposada i la UGT de Catalunya

A banda de la conferència d'en Bernat Joan, hi va haver d'altres intervencions que resumim a continuació.

Joan Tudela (Àrea de llengua i comunicació de la Fundació Comaposada):

Convé que quedi clar que la política lingüística és una política social, de fet de les més socials que hi ha. És a dir que forma part de les anomenades polítiques socials. Avui ens centrem en la llengua en el sector del comerç, i cal reiterar les paraules de Bernat Joan en el sentit que el comerç és un sector estratègic per a la normalització lingüística perquè té una dimensió lingüística molt alta (el tracte amb el client, l'etiquetatge o la relació amb la nova immigració). Esmentar que, en l'organització d'aquesta conferència anual del secretari de política lingüística que fa anys que duem a terme, enguany s'hi ha incorporat el CADCI. Alhora, esmentar que des de la Fundació Comaposada dediquem un esforç a la promoció de la llengua en el comerç i que, en col·laboració amb la Federació de Comerç de la UGT de Catalunya, organitzem tallers de llengua.



Rosa M. Puig-Serra, Frederic Monell, Bernat Joan i Joan Tudela.
Foto de Carles Suqué

Rosa M. Puig-Serra (vicepresidenta del CADCI)

El CADCI va néixer l'any 1903 i el seu nom ja és prou indicatiu: Centre Autonomista de Dependents del Comerç i la Indústria, és a dir treballar per al comerç des del mateix món del comerç. El 1904 ja van iniciar el seu camí de formació les Escoles Mercantils, per tal que els dependents del comerç i de la indústria milloressin la seva capacitat professional, a banda que oferís moltes més coses als seus socis (millors professionals, esports, dispensari, biblioteca, cultura, etc.). El CADCI va ser una organització molt activa en l'àmbit del catalanisme popular i va arribar a tenir 20.000 socis, fins que després de la guerra civil la dictadura franquista la va clausurar. Avui el CADCI reprèn la seva tasca de dignificació professional del sector i ja podeu llegir el número 1 de la revista *Acció* d'aquesta nova etapa de l'entitat.

En un estudi de prospecció sobre l'ús del català en el món del comerç en cinc ciutats catalanes representatives (Girona, Tortosa, Mataró, l'Hospitalet i Cornellà) veiem que hi ha un increment de la retolació en català i la capacitat de llegir en català, però també que hi ha un decalatge important entre les ciutats estudiades. Per exemple, la retolació en català és d'un 80% a Girona però d'un 26% a Cornellà. El rètol és un element que està fet per durar i la llengua en què s'escriu es decideix en bona mesura en funció de la llengua percebuda com a dominant. També queda clar que el ritme d'aprenentatge s'ha accelerat els darrers anys i que el ritme d'incorporació al català dels nous nadius és considerable. Però ens queda molta feina per fer.

La darrera enquesta d'usos lingüístics ens indica que hi ha bastants més ciutadans que ens diuen que el català és la seva llengua que els que els

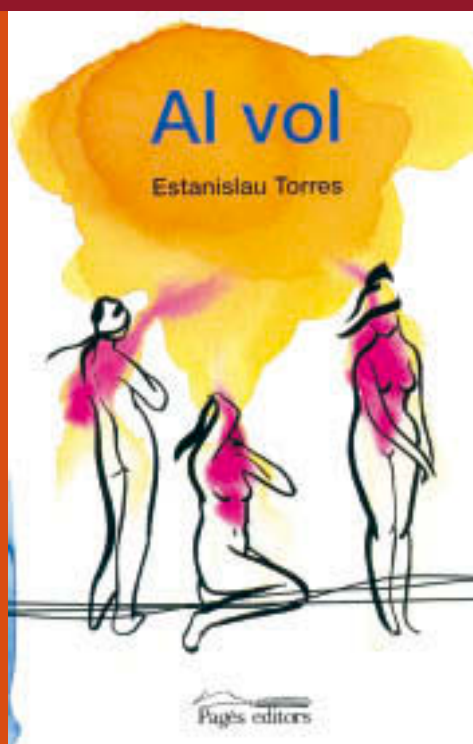
Frederic Monell (vicesecretari general de la UGT de Catalunya)

La política lingüística convé vincular-la a la resta d'aspectes de la societat, i veure així què podem fer. Des del sindicat, l'hem de vincular a la realitat de l'empresa i les persones, i tenim molt clar que la promoció del català cal enfocar-la com un dret dels ciutadans, com un dret dels treballadors. Durant els darrers anys han arribat moltes persones de fora i això ens planteja un nou repte perquè aquestes persones no coneixen la llengua i això ho hem d'abordar com a país i de manera social. Hauré de tornar a engegar processos de coneixença del país i la llengua, processos que ja s'havien fet les darreres dècades arran de la immigració dels seixanta. Aquestes persones s'acosten al sindicat i mostren el seu interès per la llengua o per d'altres qüestions, i d'això n'hem de fer una oportunitat a través del nostre compromís com a organització. El desconeixement que tenen de la llengua dificulta, per exemple, que coneguin la normativa de prevenció de riscos laborals i per tant la promoció de la llengua forma part d'una política més àmplia de reconeixement de drets. La política lingüística cal fer-la evitant la confrontació partidista i desplegar-la en els àmbits cívics i social. Amb els nous catalans, hem de revisar les polítiques del passat, per tal de veure què en podem aprofitar i què no. Hem de procurar plantejar les coses en positiu.

Encara, els assistents a l'acte van fer diverses aportacions, com ara la necessitat d'incidir en la promoció de la llengua en l'àmbit dels mercats ambulants, la conveniència de treballar en xarxa en el sector del comerç, o la gran incidència que té la nova immigració en el comerç amb dependents que no t'entenen si els parles en català i que per tant cal una gran campanya per superar aquests dèficits. També la necessitat de comptar amb els empresaris, tenint en compte que els salaris del comerç són en general baixos i que sovint els horaris fan difícil l'assistència a cursos, tot constatant que és positiu que ens mantinguem parlant en català en les converses però sent flexibles i oberts perquè així és més fàcil guanyar-se la gent. Per acabar, Bernat Joan comenta que de cara a mantenir-nos en català amb qui encara no el parla, per tal de facilitar-li que l'apregui, s'ha iniciat la campanya "Encara no parlo català, parla-m'hi", amb la col·laboració d'entitats d'immigrants. Així s'acabà l'acte.

pares els la van ensenyar; això comporta un bon indicador d'incorporacions al català. En paral·lel, des de l'any 2000 fins al 2006, el percentatge de catalanoparlants ha disminuït, però no perquè hi hagi hagut substitució lingüística, és a dir abandonament de la llengua per canvi a una altra, sinó per la incorporació de nouvinguts. Així, constatem que la transmissió generacional de la llengua de pares a fills es manté de forma correcta i, d'altra banda, que l'arribada de nouvinguts posa a prova el nostre model d'acollida i de convivència; cal tenir en compte que durant el període estudiat hem tingut un dels índexs europeus més alts d'incorporació d'immigrants, la qual cosa comporta alhora un repte i una oportunitat. Aquesta realitat també comporta reptes específics per al món del comerç. Cal incidir molt en la formació lingüística dels dependents i, lògicament, que les normes d'ús lingüístic aconsellin l'ús del català amb els clients (resposta telefònica, salutació, primer contacte i atenció), perquè ens amotllem a la decisió corporativa. Fa anys que es constata que els consumidors perceben de forma positiva que se'ls atengui en català i que el català estigui present en la retolació interna dels comerços i en l'etiquetatge dels productes. Aquesta tendència també és percebuda per les empreses.

En l'àmbit del comerç encara disposem d'un ampli potencial de creixement. També cal tenir en compte els drets dels consumidors, i per això vetllem per a què siguin respectats. Alhora, facilitem la incorporació del català al món comercial, com ara amb el programa "català a la carta" fet en vuit idiomes. També el Consorci per a la Normalització Lingüística mira de satisfer les necessitats que tenen les empreses de cara a usar el català, i això es fa a través de la dinamització i de cursos adaptats a cada sector. La idea és donar eines per a què es pugui fer un ús normal i habitual del català, sense entrebancs, a tota la societat. És cert que en alguns àmbits encara hi ha resistències, com ara a Renfe, Telefònica o la Guàrdia Civil, però hem d'intentar que els mitjans per a impulsar la normalització lingüística siguin suficients d'acord amb les necessitats que ens indica la sociolingüística



poesia **Al vol** **Estanislau Torres** Ed. Pagès

Estanislau Torres va néixer a Barcelona el dia 11 d'abril de 1926. Va publicar el seu primer llibre el 1959. Ha guanyat diversos premis, entre els quals el Sant Jordi de novel·la. **Al vol** és el seu primer llibre de poesies. Aquest llibre conté un centenar de poesies que tracten de temes molt variats. No tenen títol. Només les singularitza la data en què han estat escrites; la primera, el dia 10 de novembre de 2006, i la darrera, el dia 1 de gener de 2007.

assaig **Catalunya serà logística o no serà**

Ramon Tremosa i Balcells
Ed. Institut d'Economia i Empresa Ignasi Villalonga

Amb un llenguatge planer, però rigorós i directe, se'ns presenta una valoració de la realitat i del potencial de la logística a Catalunya, en un context global d'integració econòmica creixent i en un context català de deslocalització industrial més intensa que en altres països i regions veïnes. També es fa una comparació entre Catalunya i Flandes, atès que aquesta darrera és considerada la primera regió logística europea. Després, es revisa la situació de les infraestructures de transport a Catalunya, explicant les limitacions dels actuals models de gestió centralitzats avui encara vigents a l'Espanya autònoma, i com el dinamisme dels aeroports catalans i l'èxit turístic i comercial dels ports catalans topa amb la dinàmica centralista i el model radial. Un bon llibre del reconegut Ramon Tremosa per conèixer el potencial logístic català i les dificultats amb què es troba.

Catalunya serà logística o no serà



Trobada amb la Confederació de Comerç de Catalunya

En el marc dels contactes que la junta de govern del CADCI manté amb les diferents entitats i organitzacions del comerç català, el president de la nostra entitat s'ha reunit amb Pere Llorens, president de la Confederació de Comerç de Catalunya. Durant la reunió, s'ha procedit a explicar que hem iniciat una nostra nova etapa, la composició de la junta de govern i les línies mestres del nostre projecte. Alhora, s'ha aprofitat per intercanviar punts de vista sobre els reptes actuals del comerç del nostre país i, lògicament, hem escoltat amb atenció les explicacions de Pere Llorens, al qual l'avalua una llarga experiència, sobre la tasca de la Confederació de Comerç de Catalunya en l'àmbit comercial. Ha estat una trobada positiva i ambdues parts han expressat la seva voluntat de mantenir el contacte i l'intercanvi d'informació.

El CADCI i l'esport

L'inici del segle XX va significar l'inici de l'expansió de l'esport com una pràctica popular i el CADCI va participar i va contribuir d'una manera particularment activa en l'impuls d'aquest nou element de la incipient cultura de masses. A la secció de memòria històrica d'aquest número d'*Acció* hi ha informació sobre aquelles actuacions. Avui, mantenim el criteri que la pràctica esportiva forma part del nostre lleure i fins i tot de la nostra cultura social, i per això som partidaris d'incorporar novament l'esport a la vida de la nostra entitat. Tanmateix, començar des del no res no resulta fàcil, però ho intentarem. Una iniciativa consisteix en l'apadrinament del C.E. APA-Poble Sec que disposa d'equips de futbol des dels benjamins fins als cadets. L'equip aleví ha guanyat la lliga 2007-8 de la 2a divisió de futbol base.



Rosa M. Puig-Serra, Joan Miragall i Joan Guàrdia

Una trobada amb **Lluís Urpinell,**

La trajectòria vital de Lluís Urpinell, president honorari del CADCI, ens il·lustra sobre la República i la guerra, i la represa del CADCI durant i després de la transició a la democràcia

Em dic Lluís Urpinell i Joan i vaig néixer en el barceloní barri de Sants, l'11 de gener de 1921. Els meus pares eren gent normal, i el meu pare treballava com a encarregat en un magatzem de fusta i comprava el diari La Veu de Catalunya però no era de la Lliga ni de cap altre partit. Vaig anar a una escola del barri durant set o vuit anys, però no hi vaig aprendre gran cosa. Recordo molt bé quan l'any 1931 es va proclamar la República, perquè va ser una gran festa i tothom estava esperançant en què tot milloraria i s'arreglaria. El cardenal Segura predicava en contra de la República: l'Església, els capitalistes i els militars tenien la mateixa posició i de fet han estat els nostres enemics de sempre. L'any 1935, quan tenia catorze anys, em van posar a treballar –la meua primera feina– com a dependent en la botiga d'un familiar, però l'any 1936 va esclatar la guerra i quan feia poc que tenia 17 anys em van mobilitzar. Em va tocar lluitar a la Plana de Vic, amb una sabata i una espadanya, i em van fer presoner, i també al nostre comandant, al qual van interrogar per saber què feia abans de la guerra. Tot i que va respondre que era sergent i que per tant era un militant d'ofici, la qual cosa teòricament l'afavoria, van considerar que era un sergent que havia esdevingut comandant i, sense pensar-s'ho gaire el van afusellar; vam pensar que a la resta de presoners també ens podien afusellar. Em van portar com a presoner a Cervera i a Saragossa, i després a Santa Maria de Olla, on em van tenir cinc mesos a pa i aigua. Així vaig acabar la guerra; em van donar un permís indefinit i vaig tornar cap a casa, i vaig tornar a treballar al mateix lloc, però ben aviat em van tornar a mobilitzar perquè no havia fet el servei militar amb els franquistes i vaig haver d'estar-me tres anys a Lleida, en una època complicada perquè hi havia tot el tema dels maquis. Així, entre una cosa i una altra, vaig estar des dels 17 fins als 25 anys fora de casa, i per tant vaig haver d'aprendre moltes coses de la vida al carrer, tot i que després també vaig aprendre força coses dels molts llibres que hi havia a casa. També em va influir molt un oncle que era universitari i el més il·lustrat de la família. Aleshores, les coses eren molt diferents a ara, i, a banda dels trinxeraires que feien maleses, els pares decidien per tu sense preguntar-te i et posaven a treballar on volien. Tanmateix, el meu oncle em va preguntar què volia fer. Li vaig dir que m'agradava el camp i escriure. Ell em va donar dos consells: "el camp és molt dur i tu no hi estàs fet, però hi ha l'Escola Agrícola de Caldes de Montbui que et permetria no haver de fer el treball més dur, i pel que fa a escriure de moment dedicat a llegir tot el que trobis, des dels grecs fins al més nou, però fins als trenta anys no escriguis res, però posar-se a escriure abans d'hora pot malmetre la teua feina." Jo vaig continuar treballant com a dependent, i més tard la botiga va passar a ser meua, i treballava deu hores al dia.

Vaig entrar al CADCI l'any 1937, perquè en aquell moment havies d'estar sindicat: l'amo em va dir que em podia fer de la UGT o la CNT, però que també podia triar el CADCI que feia de sindicat sense ser-ho. Al CADCI hi podia anar poc, perquè treballava molt. Després, amb la dictadura, es va perdre tot. L'any 1976, antics membres del CADCI –Juliachs, Moya, Amat,...– van posar un anunci als diaris per arreplegar gent i poder formar una nova junta. La crida va tenir ressò i es va celebrar l'assemblea a la Baixa de Sant Pere, a Barcelona. L'any 1987 em vaig jubilar, i entre la pensió i el que vaig poder treure de la botiga vaig poder anar fent, vaig poder fer coses que la feina m'havia impedit fer fins aleshores: llegir, anar a conferències o reprendre la relació amb el CADCI. Em van acollir molt bé i anava cada setmana a la reunió de la junta. Un dia, al cap d'un parell d'anys, l'Amat va decidir plegat i van convenir que jo havia de ser el nou president, perquè era més jove que ells. Quan l'any 1976 es reprèn l'activitat del CADCI, es va tenir molt clar que un dels objectius principals era la recuperació del patrimoni, en particular la seu històrica del CADCI a la rambla de Santa Mònica des



de l'any 1914 i pagada amb les quotes dels socis. Quan en Josep Tarradellas va accedir a presidir la Generalitat Provisional, se'l va anar a veure. Ell havia estat soci del CADCI i sempre n'havia parlat bé, perquè li havia obert moltes portes a la vida. Al principi de la reunió, un dels assistents, comptant que es coneixien amb en Tarradellas des de joves, se li va adreçar tot dient-li "Pep", però en Tarradellas va contestar dient "Ara no sóc en Pep, sóc el President de Catalunya". En Tarradellas ens va dir que sobre la recuperació del nostre local ell no hi podia fer res, però en realitat no va voler fer res. En aquell moment, en el local de la rambla de Santa Mònica, ocupat després de la guerra per l'exèrcit i per la Falange, no hi havia ningú, però en Tarradellas no ens en va voler donar la clau, i aquesta decisió ens va abocar a recórrer a la Justícia, però la Justícia va decidir en contra nostra. També es van fer gestions a Madrid, però la primera cosa que se'ns va dir en sentir la paraula CADCI va ser esmentar el seu caràcter "separatista". Abans de la guerra, el CADCI era una de les entitats més importants de Catalunya, una entitat molt

popular que cap al 1924 va arribar a tenir 25.000 socis, més que el Barça. La formació era un aspecte central de la seva activitat; generalment al vespre, els dependents hi anaven a estudiar i això els permetia augmentar els seus coneixements i alhora prosperar professionalment. Així, amb el temps un dependent podia passar d'estar-se al darrere del taulell a anar al despatx, o del despatx a establir-se pel seu compte. Es pagava una quota de soci i ja podies participar en totes les activitats; la gent era molt voluntariosa. També es podia comptar amb el CADCI per a tot allò relacionat amb Catalunya, com ara l'inici de l'ofrena floral d'homenatge a Rafael Casanova, i evidentment això li donava nom i prestigi públics. De fet, si hom repassa els diaris de l'època, per exemple la Veu de Catalunya, no hi havia dia que no hi hagués alguna notícia del CADCI. Va ser una entitat important, però quan les entitats o empreses catalanes es fan grans els tallen les ales i no els permeten avançar, tal i com també va passar amb el Banc Colonial o el Banc de Barcelona. Com a error, cal esmentar el 6 d'octubre -1934. Va ser un error indirecte, però al



local de la rambla de Santa Mònica va presentar-se tot de gent amb pistoles i davant d'això poca cosa pots fer, però enfront hi havia una caserna i els soldats van tirar unes canonades contra l'edifici i van morir diferents persones, com Compte i Bartrina, i a més a més van clausurar l'entitat.

Des de la represa de l'activitat l'any 1976, el CADCI va estar en diferents locals, a la ronda de Sant Antoni, i en un despatx del carrer Pare Claret cedit pel sindicat USO. També es va anar a parlar amb Jordi Pujol, el nou president de la Generalitat de Catalunya, però només va donar uns copets a l'esquena i adéu. Només es va aconseguir, a través de l'aleshores conseller de Treball, Ignasi Farreres, que la UGT de Catalunya ens cedís un despatx; així ens vam trobar rellogats a casa nostra. Cal destacar el muntatge d'una exposició, l'any 1992, amb el suport del Departament de Cultura, que es va inaugurar al carrer Portaferri de Barcelona, amb la presència de Joan Guitart, conseller de Cultura, i després

va anar a Sabadell i Mataró. També es va reprendre, l'any 1985, l'edició de la revista Acció, la capçalera històrica de l'entitat i es va maldar per recuperar les Escoles Mercantils. Es va fer tot el que es va poder per buscar algú que ens escoltés, per mirar de recuperar el nostre patrimoni, però va ser endebades. Tot requereix molta empena, i passen els anys i tothom t'oblida. Avui caldria reformular moltes coses, però tot ha canviat molt. Abans no donaves res i la gent et venia, però ara no. Cal deixar constància de la gran fidelitat de la gent del CADCI, i d'una època més voluntariosa que avui. Esmentar ací només la figura de Pere Aznar, nomenat president del CADCI l'any 1934 i que es va exiliar a Santiago de Xile, on va mantenir la presidència a l'exili. L'any 1987, se'l va anar a veure i va signar tot un seguit de documents que avalaven la continuïtat de l'entitat durant la dictadura i la legitimitat perquè el dia 2 de desembre de 1977 la seva presidència passés a estar exercida per Joan Fernández Pascual. També s'adreçava al president Pujol perquè contribuís a reobrir el CADCI.

Carta de **Pere Aznar,**
president del CADCI
(1934-1977), a Jordi
Pujol, president de la Generalitat de Catalunya,
de 29 d'octubre de 1987, en què testimonia la continuïtat
del CADCI.

Sóc Pere Aznar i Seseres, president i secretari general del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria, Entitat Obrera. La meua llarga existència, doncs tinc ja 90 anys, m'ha permès haver estat president actiu del CADCI des de l'any 1934 fins l'any 1977. Vaig succeir en el càrrec al qui fou també president del CADCI fins l'any 1934, el senyor Jaume Cardús i Reig. Des de l'any 1939 fins l'any 1977 he estat president del CADCI a l'exili en el que encara continuo. Malgrat la desfeta de l'any 1939, durant tots aquests llargs anys d'exili vaig continuar formalment essent president del CADCI fins que, el 2 desembre de l'any 1977 vaig ser substituït en el càrrec pel meu successor, el senyor Joan Fernández i Pascual, el president que durant els anys de la transició democràtica va enfil·lar el difícil camí de recuperar el Patrimoni que tant injustament ens fou arrabassat per general Franco,

tasca que, juntament amb la de normalitzar la nostra institució després de recuperades les llibertats democràtiques, ha estat continuada per l'actual Consell Directiu del CADCI, encapçalat ara pel senyor Lluís Urpinell i Joan com a president. Sóc ben conscient que les institucions catalanes valoren molt positivament que el Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria, Entitat Obrera -fundat a Barcelona l'any 1903 en l'àmbit del comerç amb la finalitat d'agrupar, promoure activitats i defensar els treballadors mercantils- ha esdevingut una singular entitat que amb vocació catalanista i independent va tenir un remarcable paper cohesionador i social en la recent Història de Catalunya. Els historiadors i els intel·lectuals del nostre poble saben que en la vida pública catalana, al costat dels partits polítics, va existir un ric teixit associatiu que contribuïa a la creació d'opinió pública, socialització

i mediació polítiques. Igualment, dins d'aquest teixit un gran nombre d'entitats foren conscients del gran paper emancipador de l'educació i de la cultura a Catalunya -el CADCI, amb les seves Escoles Mercantils Catalanes que arribaren a donar ensenyament mercantil a més de 20.000 catalans, fóra un bon exemple d'aquest fenomen. La seva importància rau, en primer lloc, en la capacitat de connectar amb el moviment nacional i cultural català. Alhora, tanmateix, la importància del Centre també rau en el fet que els seus components han estat treballadors mercantils capaços de relligar el catalanisme i la cultura amb la recerca de mitjans de millora com a grup social. Ω Senyor president, vós que representeu la més alta institució política catalana, hereva i continuadora de la legalitat que abans de l'any 1939 us va precedir, us dirigeixo aquest escrit per tal de demanar-vos el vostre ajut per recuperar el nostre

patrimoni que tant injustament ens fou arrabassat l'any 1939. El CADCI té segrestada la seva seu social que ara pertany al Ministeri de Treball, els nostres arxius i el nostre fons bibliogràfic són encara dipositats a l'Arxiu Històric de Salamanca, els nostres diners que eren dipositats a la Caixa de Pensions varen ser incautats, juntament amb 48 habitatges, un terreny situat a Pedralbes i un camp esportiu ubicat a la Bordeta. Us demano que ajudeu al CADCI a recuperar el seu patrimoni per seguir cooperant activament en el desenvolupament del nacionalisme català. Les nostres idees, la instrucció com a eina de promoció, el mutualisme, l'esport, l'excursionisme i el nacionalisme d'estil unitari i pluralista; són avui vigents com ho foren també les nostres Escoles Mercantils Catalanes, que creades per la Secció d'Educació i Instrucció del CADCI impartiren estudis d'idiomes, càlcul, comptabilitat i més de 40 matèries de caire comercial a un gran

nombre de catalans. Molts d'aquests alumnes han esdevingut personalitats importants del món econòmic, social i polític de Catalunya.

El CADCI amb molts esforços ha pogut reinstaurar avui els objectius de les Escoles Mercantils Catalanes que aviat funcionaran perquè Catalunya segueixi millorant el futur cultural i professional de la seva gent formant, com també ho va saber fer des del 1904 fins al 1939, als dependents del comerç i de la indústria. Ara, més que mai, el CADCI que enfila el nou mil·lenni vol redreçar i torna a posar dret el seu estàndard, per aconseguir de nou els objectius d'ajudar a formar la ciutadania catalana. El CADCI, que necessita el vostre ajut per recuperar el seu patrimoni, segueix essent fidel a les seves finalitats definides en els seus vells, però encara vigents estatuts: "informar i formar la nostra ciutadania per a què sigui útil a si mateixa, a Catalunya i a

la humanitat; fer que adquireixi consciència que és catalana i assumeixi tots els drets i deures que comporta la pertinença a una nació, actuant amb aquest objectiu en diferents àmbits, com l'ensenyament, l'esport, l'excursionisme i d'altres."

Senyor president, partint d'aquest esperit català i solidari, als meus 90 anys m'afegeixo, com antic president del CADCI, als catalans que en el mes de maig d'enguany signaren un manifest recolzant la nostra entitat. I, finalment, rebeu l'homenatge d'aquest català, víctima com el CADCI de l'agressió franquista a Catalunya, residint a l'exili des de l'any 1939. Rebeu també el meu personal agraïment pel recolzament que espero donareu al Cadci.

Amb total consideració i respecte per a Catalunya i per a vós,

Pere Aznar i Seseres, president del CADCI fins l'any 1939 i del CADCI a l'exili fins al 1977



Pelai Pagès, historiador

Article publicat en el suplement *El Temps d'Història* del setmanari *El Temps*, núm. 978

Una institució educativa i cultural emblemàtica

El CADCI fou més que una entitat reivindicativa i sindical. Va excel·lir duent a terme una important tasca educativa i cultural adreçada i oberta a tota la societat catalana

Cartell de l'Olimpiada Popular del 1936, de L.Y. (Col·lecció Miquel Pujol i Pujol)

Més enllà de la tasca reivindicativa, eminentment sindical, a favor dels treballadors mercantils -a través de la secció d'organització i treball-, i del caràcter mutualista que li atorgava la seva secció de socors mutus, el CADCI va desenvolupar una important tasca cultural i educativa oberta tant al conjunt de la societat catalana com, més pròpiament, adreçada als seus socis.

Com corresponia a la primera gran eclosió del catalanisme contemporani, a començaments del segle XX, el CADCI formava part d'un corrent que arrencava de la Renaixença -que identificava la catalanitat amb la llengua i la cultura- i que aviat va entroncar amb les propostes d'un Prat de la Riba pel qual la missió fonamental del catalanisme consistia a "construir país", a convertir Catalunya en un país modern i progressista.

Escoles. Per aquesta raó ben aviat es va plantejar la creació d'unes escoles mercantils catalanes, destinades a millorar la professionalitat dels seus socis, tot posant en funcionament l'ensenyament del comerç, que va tenir un enorme ressò entre els treballadors mercantils. Iniciades de manera sistemàtica a partir de 1904, les escoles mercantils impartien classes nocturnes i des del curs 1917-1918 van desenvolupar un sistema pedagògic que incloïa la formació de tres plànols d'estudis que responien a tres modalitats de comerç: dependents corresponsals, dependents administratius i dependents de magatzems i viatjants. En cadascun d'aquests plànols les matèries que s'impartien anaven des de geografia comercial, fins a taquigrafia, càlcul mercantil, tenidoria de llibres o mercologia.

L'ensenyament dels idiomes va assolir també una important projecció dins del CADCI: a banda del català i del castellà, s'impartien cursos de francès, anglès, alemany, italià i àrab. I, com corresponia a una entitat obrerista, ben aviat es va constituir una secció especial d'esperanto, l'idioma que, en la creença dels esperantistes, s'havia de convertir en la llengua de la fraternitat universal. En aquest vessant formatiu es van constituir també una secció especial de taquigrafia, que va desenvolupar un sistema taquigràfic català, i una secció de fotografia que disposava d'un important laboratori en el mateix Centre. A banda d'aquests estudis, més o menys establerts i reglats, el CADCI va posar en funcionament cursets de tota mena, sobre matèries tan dispars com economia, dret mercantil i codi de comerç, història de Catalunya o art.



Esports i excursions. Amb una clara dimensió cultural, una de les seccions que va assolir més importància dins del CADCI va ser la d'esports i excursions. En el terreny dels esports ens trobem en els anys -tot just començat el segle- en què els esports es van convertir en activitats autènticament de masses. És quan comença a desenvolupar-se el concepte modern d'esport, vinculat a la cultura del cos, a la salut, però també a l'oci i a l'esbarjo.

El polític republicà Ramon Noguer i Comet, en donar notícia històrica del Centre Autonomista, l'any 1917, escrivia que "al local del Centre hi ha muntat un esplèndid gimnàs, com pocs altres de millors n'hi hagi a Barcelona, amb un servei de dutxes annex; i a un dels pintorescs llocs de l'eixamplis de Barcelona hi té en arrendament un extens camp de sports, on totes les festes s'entrenen infinitat de joves en l'exercici dels sports atlètics o en la pràctica d'aquest joc un xic bàrbar, però robust, vigorós, del foot-ball..." I destacava, a més, la pràctica de tot tipus d'esports, d'estiu i d'hivern, terrestres i marítims, de força i d'agilitat, el tir, la natació, el tennis, etc.



L'excursionisme en la història contemporània de Catalunya es vincula sovint amb l'aparició i desenvolupament del primer catalanisme, ja durant el segle XIX. L'excursionisme desenvolupa no sols una activitat esportiva, sinó també el coneixement del país, que esdevé la condició *sine qua non* per estimar-lo. El catalanisme va potenciar al màxim l'excursionisme com una de les activitats fonamentals per promoure la cultura nacional, per fomentar el sentiment, sovint essencialista i espiritualista, de país o potser, més ben dit, de pàtria. D'aquí que no era gens estrany que el CADCI, una institució compromesa en les reivindicacions autonomistes del catalanisme, destaqués en el foment de l'excursionisme. El conjunt de les activitats educatives i culturals ben diverses que va conrear el CADCI són una clara mostra de la important tasca que aquesta entitat avui centenària va portar a terme almenys fins a la desfeta de 1939. Una contribució que va enriquir de manera considerable la societat catalana de la primera meitat del segle XX.

Antoni Gomis i Ollé

Al meu oncle Josep

En homenatge -In memoriam- a l'oncle Josep en el LXX aniversari de la seva mort. En pau descansi. Lloança eterna

Quan els *blitz* (atacs ràpids) de la Luftwaffe alemanya, l'any 1940, convertien una part d'Anglaterra en un autèntic infern i ciutats com Londres i Coventry eren castigades de forma exhaustiva, amb milers i milers de bombes, Winston Churchill, tot veient que la por i la desmoralització s'apoderaven dels seus compatriotes, va sentir el deure d'adreçar-s'hi a fi i efecte de remuntar el seu ànim alacaigut. El seu famós discurs del 18 de juny de 1940, en plena batalla d'Anglaterra, de "Blood, sweat and tears" (Sang, suor i llàgrimes) ha passat a la història de la Segona Guerra Mundial com una de les fites més grans d'aquesta contesa. Aquesta cèlebre locució que es pot sentir a les "Cabinet War Rooms" de Londres, el soterrani que feia de quarter general de l'exèrcit britànic, té una part transcendental, de fet la més punyent, que ens assenyala directament a nosaltres els catalans, i especialment als barcelonins, per punxar l'amor propi dels britànics. Traduït de l'anglès: "No vull menystenir la severitat del càstig que cau damunt nostre, però confio que els nostres compatriotes seran capaços de resistir com va ser-ho el valent Poble de Barcelona".

Aquestes paraules donen la dimensió exacta de l'abast de l'atrocitat que l'aviació feixista italiana, amb base a Mallorca, cometé contra la població catalana; per cert, això fou possible perquè el ministre Indalecio Prieto avortà la reconquesta de la illa balear, escanyant de reforços i subministraments l'expedició catalana del capità Bayo. Era la primera vegada en tota la història de la humanitat que els pobles i ciutats es convertien en poblacions obertes i els seus habitants eren bombardejats des de l'aire, sense cap mena d'objectiu militar que ho fes mínimament explicable. El terrorisme, la crueltat i la monstruositat de matar gent civil catalana queden ben explicats amb les paraules del Pandit Jawarhalal Nehru, el primer president de la República de l'Índia: "Els bombardejos de Barcelona, una cosa horrible que mai més oblidaré". Aquests horribles bombardejos

no s'aturaren ni davant de la protesta oficial que el secretari d'estat dels Estats Units, Cordell Hull, formulà: "En aquesta ocasió, quan la pèrdua de vides humanes entre la població civil no combatent és, potser, la més gran de la història, crec que estic parlant en nom de tots els nord-americans quan expresso un sentiment d'horror per tot el que ha succeït a Barcelona, i quan manifesto la profunda esperança que, en el futur, els centres de població no seran ja objecte de bombardejos militars des de l'aire".

Els tres dies més esgarriposos de bombardejos a Barcelona foren el 16, 17 i 18 de març de 1938, ara fa 70 anys. El meu oncle Josep Ollé i Ribé fou assassinat el dia 17. El seu diari personal s'acaba el dia 16. Només tenia 21 anys d'edat i estava ple de vida i d'il·lusions; treballava en un forn, feia d'infermer voluntari als hospitals, tocava la trompeta en una orquestra, era un gran aficionat a l'astronomia -tenia tots els llibres del gran astrònom Comas i Solà- i, entre d'altres coses, era un autèntic model per als seus germans. Vivia amb els seus pares (els avis Joan i Josepa) i els seus germans (els oncles Joan i Jordi i ma mare Remei) al carrer Feliu Casanova, de Sants. L'oncle Josep s'havia traslladat tot sol, de La Riba, a prop de Valls, a Barcelona un temps abans, i quan va poder aconseguir les condicions adequades, la resta de la família, excepte la seva germana gran (la padrina Teresa), es reuniren amb ell, que era el segon dels germans, a Barcelona.

El fatídic dia 17 de març de 1938 sortí de casa, com cada dia de bon matí, per anar a treballar i ja no el van veure mai més. El seu cos va quedar completament desintegrat. El meu avi va recórrer cel i terra però no en va trobar ni rastre; fins i tot va examinar fileres de sabates per si hi havia les seves. Res, com si se l'hagués empassat la terra. Després de 70 anys encara no hi ha un lloc decent a Barcelona on poder honorar-lo.

Joan Miragall, vocal de la Junta de Govern del CADCI

El príncep Jordi de Darmstadt



Rafael Casanova és l'heroi més conegut de la lluita contra els Borbons i sempre se l'ha presentat com a sinònim de la defensa de les institucions i les llibertats de Catalunya, però també hi ha d'altres herois o personatges de referència, com ara el general Moragues que va estar lluitant més de dotze anys després del fatídic 11 de Setembre de 1714, o en Villarroel, cap de la Coronela, que tot i sent foraster -va néixer a Astúries- va defensar la ciutat de Barcelona com el primer patriota, o en Joan Maset, cap de les milícies valencianes que van venir a ajudar a Barcelona quan va ser assetjada, i el que avui ens ocupa, el príncep Jordi de Darmstadt.

Georg von Hessen-Darmstadt neix a Darmstadt (Alemanya) en 1669 i mor a Barcelona el 13 de setembre de 1705. Els catalans el coneixem com a Jordi de Darmstadt o Príncep Jordi. Fill de Lluís VI de Hessen-Darmstadt, seguí la carrera de les armes i amb 36 anys assolí el títol de mariscal de camp imperial. L'any 1687 participà en el seu primer combat a la batalla de Mohacs (Hongria) contra l'Imperi Otomà. Durant la guerra dels 9 Anys contra França (1688-1697), lluità en les campanyes d'Alemanya i d'Irlanda. L'any 1693 hagué de dirigir-se a Hongria per aturar l'alçament turc. Un cop sufocat l'alçament es dirigí a Barcelona (1695) amb tropes aliades de l'Imperi (2.000 homes). Lluità contra els francesos que ocupaven Catalunya, i organitzà eficaçment les forces catalanes. Durant aquest període tingué sota les seves ordres els futurs dirigents vigatans: Josep Moragues i Mas, Francesc Macià i Ambert (Bac de Roda), Jaume Puig de Perafita i Ramon Sala.

Al setge de Barcelona per les tropes franceses del duc de Vendôme (1697), recolzà la decisió dels estaments, els consellers i els diputats de Catalunya, de resistir. Però el virrei, el Conde de Coraza, seguint les ordres de Madrid, rendí la ciutat i la lliurà als francesos (10 d'agost). Recuperada Barcelona per la pau de Rijswijk, i davant la pressió popular, el Príncep Jordi fou nomenat (1698) lloctinent (virrei) de Catalunya i investit amb la grandesa d'Espanya i el Toisó d'Or. L'any 1701, en iniciar-se la guerra de Successió a Espanya, fou substituït pel forassenyat nou rei borbó Felip V. El Príncep Jordi fou el principal dirigent conspirador contra l'absolutisme borbònic a Catalunya. Organitzà els vigatans i preparà un alçament contra



La revista d'història *L'Avenç*, en el número 264 de desembre de 2001, va publicar un dossier especial sobre la Guerra de Successió, el qual va incloure l'article "El Príncep Jordi de Darmstadt i la conspiració austriacista de Catalunya (1697-1705)", del professor Josep M. Torras i Ribé

Felip V. L'Arxiduc Carles d'Aústria, l'altre pretendent al tron d'Espanya, el nomenà, a Lisboa, Vicari General de la Corona d'Aragó. El maig de 1704 intentà d'apoderar-se de Barcelona, però la conspiració fou descoberta per les autoritats borbòniques. També va desembarcar a Gibraltar amb l'ajuda de voluntaris de Catalunya -hi ha una platja que commemora el fet porta el nom de Catalan Bay- i un cop conquerida la roca en va ser nomenat governador.

Embarcà novament el 1705 en l'estol aliat comandat per l'anglès Lord Peterborough, disposat a alliberar finalment Catalunya del jou francès; desembarcades les tropes a la desembocadura del Besòs, forçà Lord Peterborough a atacar el castell de Montjuïc (14 de setembre). Jordi de Darmstadt va resultar ferit de bala i va morir. Amb aquesta batalla, s'aconseguí ocupar la ciutat per a la causa de l'Arxiduc Carles, i Barcelona, finalment, s'alliberà del jou tirànic del lloctinent (virrei) Velasco, i, poc després, tota Catalunya s'alçà contra el rei borbó Felip V. Els historiadors ens diuen que el dia 17 de setembre de 1705, a les vuit del vespre, en un sumptuós carro funerari, enmig d'una impressionant processó amb milers d'atxes, fou portat al convent dels Josepets de Gràcia el cos del príncep Jordi, a l'església del qual, i en una capella lateral tocant a l'altar major, fou enterrat. Abans havia estat exposat tres dies a l'església de Sarrià. Una placa a l'església dels Josepets serveix de memòria del seu enterrament, on l'any 2005 l'Institut de Projecte Exterior de la Cultura Catalana (IPECC) va commemorar els 300 anys de la seva mort amb un homenatge. Des d'aleshores, tot i que massa poc conegut, queda en la memòria de la lluita per les nostres llibertats.

El procés de devolució a Catalunya dels anomenats “Papers de Salamanca”

-la documentació que les tropes franquistes van incautar a les institucions i les entitats catalanes- ha completat bàsicament una primera fase referida a la Generalitat de Catalunya. La segona fase referida a les entitats (associacions, sindicats, partits, etc.) i els particulars no acaba d'arribar. Tanmateix, darrerament sembla que les converses entre el Ministeri de Cultura i el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya indiquen que finalment el Ministeri s'ha decidit a tirar endavant la devolució. És un bon moment per recordar que el CADCI és una de les entitats que té més documentació a l'Arxiu de Salamanca. Ens aproximem a aquest fons documental a través d'un article de Ramon Planes publicat en el llibre “CADCI 1903-1939. Catalunya avant” que, malgrat els anys, malauradament manté la seva vigència.

Mitjançant un decret del 26 d'abril de 1938 fou creada “Una Delegación del Estado para la Recuperación de Documentos” amb la missió específica de “recuperar, clasificar y custodiar todos aquellos documentos que en la actualidad existan en la zona liberada procedentes de archivos, oficinas y despachos de entidades y personas hostiles y desafectadas al Movimiento Nacional y los que aparezcan en la otra zona a medida que se vayan liberando y que sean susceptibles de suministrar al Estado información referente a la actuación de sus enemigos”. Al mateix decret s'indicava que fins aleshores aquest recull de documentació s'havia portat a terme fragmentàriament i que convenia d'actuar d'una manera més sistemàtica. Aquest organisme depenia del Ministeri de l'Interior dels sublevats i comptava amb uns equips de recuperació autoritzats a “cerrar y sellar los locales y oficinas donde puedan encontrarse documentos de interés.”

Tota la documentació incautada pels franquistes fou portada a la ciutat de Salamanca i utilitzada, acabada la guerra, com una eina d'informació al servei de la repressió, especialment per part del Tribunal Especial para la Represión de la Masonería y el Comunismo (1940-1963). Els anys seixanta i setanta alguns investigadors van poder accedir a aquests fons documentals, però fins a l'any 1979, en què l'arxiu de Salamanca fou integrat a l'Archivo Histórico Nacional, no es va permetre d'accedir-hi sense problemes. Avui la documentació de Salamanca forma l'anomenada *Sección Guerra Civil* de l'AHN i roman a la mateixa ciutat, en un antic hospici del

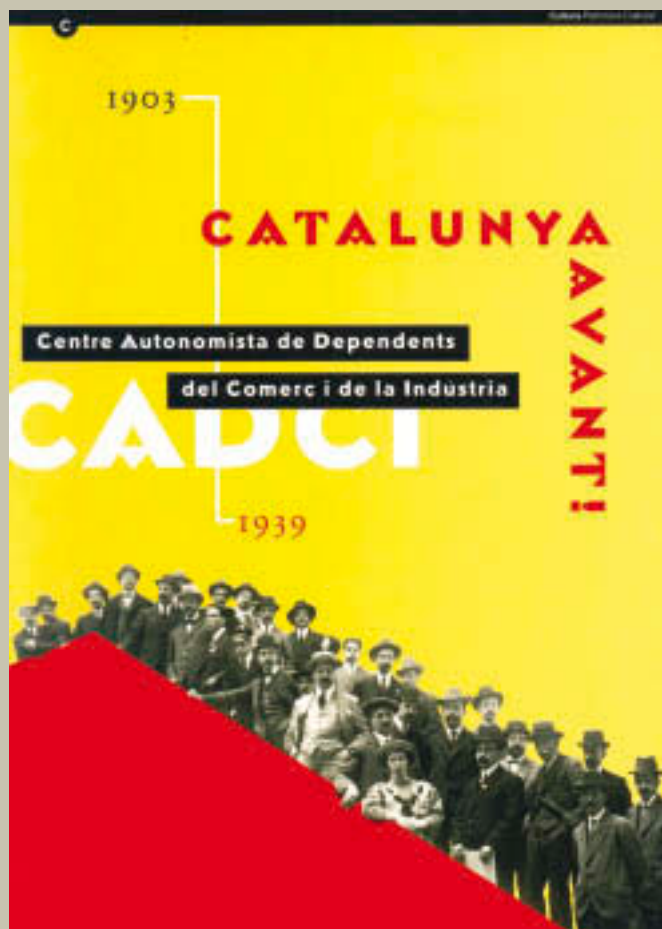
Ramon Planes (Servei d'Arxius)

L'arxiu del CADCI

segle XVIII que ja havia estat la seu dels Servicios Documentales de Presidencia del Gobierno.

Actualment, els fons consten de 21.639 unitats de conservació (segles XIX i XX) i es troben repartits en cinc grups o apartats: la *Sección especial o Masónica*, la *Sección Político-Social*, *Iconografía*, *Biblioteca y Hemeroteca*, *Archivo Especial para la Represión de la Masonería y el Comunismo* i *Archivo del Archivo*. Una part molt significativa de tota aquesta documentació té un interès primicer per al patrimoni documental català i la història de Catalunya. Dels diversos fons documentals catalans que s'hi conserven és el de la Generalitat de Catalunya el que, per motius evidents, ha atret i atreu més l'atenció. A més, però, de la documentació de la màxima institució del país, les tropes franquistes van requisar una gran quantitat de fons documentals diversos pertanyents a partits polítics, sindicats, ateneus i associacions i entitats de tota mena, ultra documentació de persones o, fins i tot, d'ajuntaments. No és pas

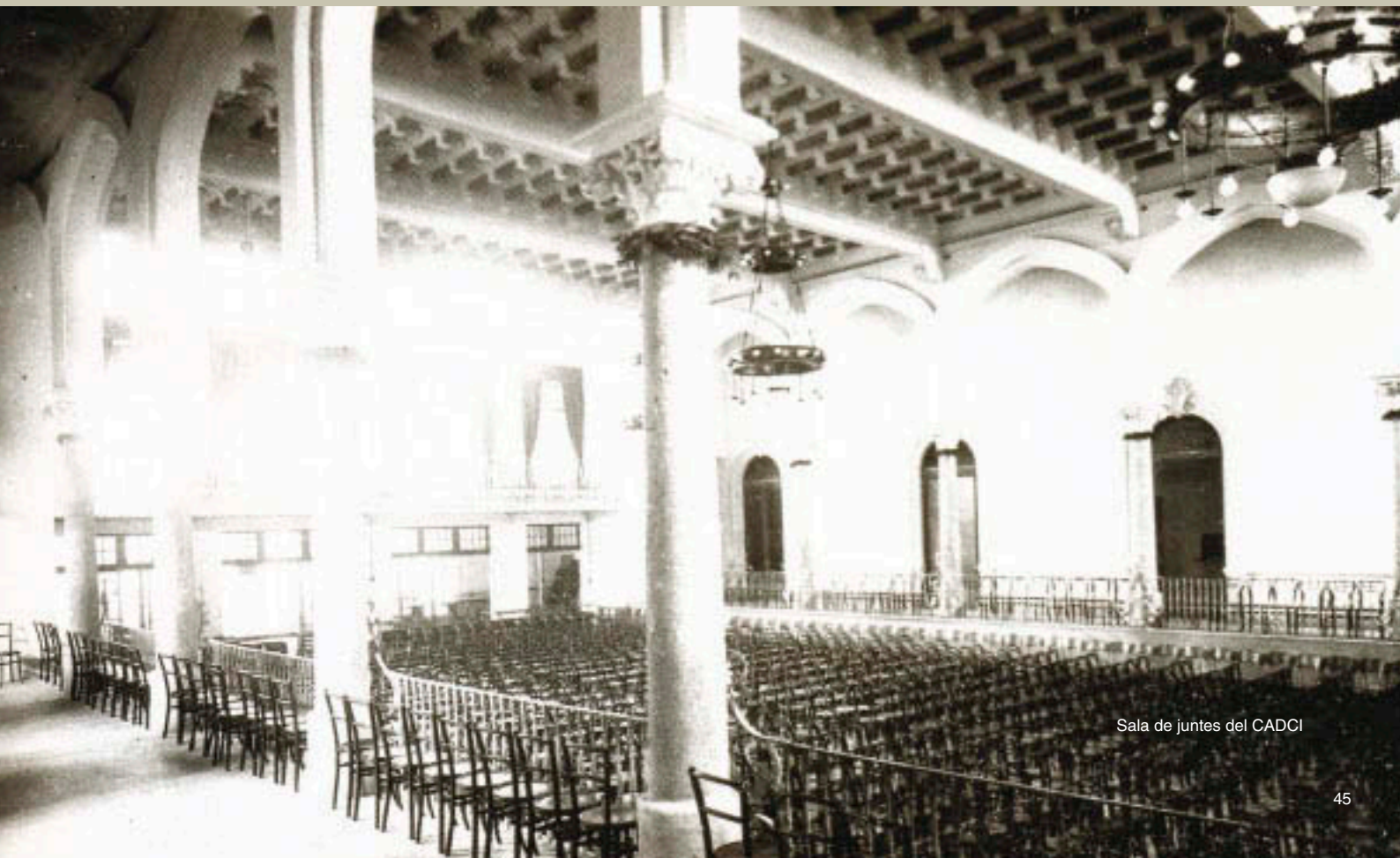
Llibre editat l'any 1992 pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, en paral·lel a la inauguració d'una exposició sobre el CADCI amb el mateix títol



exagerat d'afirmar que la història política, cultural i del moviment obrer de Catalunya des del final del segle XIX fins a la guerra passa indefectiblement per l'estudi d'aquests fons. Són moltíssims els partits, els sindicats, els ateneus, les entitats culturals i esportives de tota mena que tenen a Salamanca llibres d'actes, d'associats, correspondència, comptes, etc.

Un dels fons documentals més rics és el del CADCI. Com la resta d'arxius de partits, sindicats i altres institucions, es tracta d'un fons que apareix completament desfigurat dins l'organització actual de la documentació dipositada a Salamanca. Es troba encabit, almenys en la seva major part, dins la *Sección Político-Social*, que és formada sobretot pels fons de partits, sindicats i entitats culturals, a banda dels que pertanyen a l'Administració central republicana, autonòmica i local. La documentació d'aquesta secció és agrupada en blocs per províncies, segons la seva procedència a l'hora de la requisa; però no hi ha garantia que, efectivament, tota la documentació d'una determinada província es trobi al seu bloc corresponent. Hi ha documentació catalana, per exemple, a "Madrid", i als lligalls de "Barcelona" hi ha documents que no afecten la província de Barcelona ni cap altra de Catalunya. Al seu torn, dins de cada província els fons no són individualitzats sinó completament barrejats. Només la documentació de la Generalitat de Catalunya ha estat reagrupada. Cal esperar que els actuals responsables d'aquesta documentació apliquin aquest criteri a la resta dels fons perquè l'actual classificació contradiu els principis arxivístics més elementals i dificulta altament les recerques.

L'any 1988 el Servei d'Arxius del Departament de Cultura elaborà un informe sobre aquests fons per tal de tenir un coneixement més



Sala de juntes del CADCI



< Museu comercial a l'estatge del CADCI

> Biblioteca del CADCI

> Sala d'actes del CADCI, en l'actual Rambla de Santa Mònica 10, de Barcelona

precís de la seva importància i embalum. Corresponen a aquell informe les referències i les descripcions arxivístiques que seguidament donem, referides específicament al fons del CADCI. Aquestes referències parteixen, en primer lloc, de l'examen dels *índices* de què es disposa a l'arxiu de Salamanca, que són molt sumaris i incomplets, però útils. En segon lloc, també són el resultat, en molts casos, de l'examen directe de la mateixa documentació. En cap cas no s'ha de pensar que les dades que aquí es donen corresponen a la globalitat del fons documental del CADCI que es troba a Salamanca. Es tracta dels resultats d'un sondeig. Sí que permeten, però, que hom es faci una bona idea de l'emalum i l'interès del fons, que, en l'esdevenidor, serà necessari de sotmetre a un tractament arxivístic profund, igualment com la resta de fons catalans.

El 10 de març de 1988, havent llegit l'informe corresponent a l'arxiu del CADCI elaborat pel Servei d'Arxius, la Junta d'aquesta entitat ens féu arribar una lletra d'agraïment on es deia el següent, que no necessita pas cap comentari: "No comprenem com, encara avui, després d'haver transcorregut tants hiverns, escrits originals d'institucions, partits polítics o centrals sindicals que, ben mirat, formen part de la història de la nostra terra, puguin romandre tan allunyats de Catalunya. Hom diria que encara existeix l'aplicació de la llei del més fort i que s'aplica amb tot rigor malgrat els anys transcorreguts."



Archivo Histórico Nacional-Sección Guerra Civil: referències arxivístiques sobre documentació pertanyent a l'arxiu del CADCI

Secció Político-Social, “Barcelona”. Aquesta secció és formada per 1.878 lligalls, del contingut dels quals és dona una notícia molt sumària i poc precisa en un *Índice* de 1.218 fulls a disposició dels investigadors. Donem tot seguit la relació dels lligalls que contenen documentació del CADCI.

Lligalls 184-200, 202-225, 235-236, 264-271, 299-313, 340-350, 363, 374-376, 401, 413-447, 497, 498-500, 508, 535, 567, 568-582, 590-591, 596, 645-663, 665-687, 693-700, 1483-1566: tots contenen filiacions del CADCI.

Lligall 364: conté documentació molt interessant del CADCI, dels anys 1936-1937. Expedients diversos, cartes d'afiliats, Olimpiada Popular, Asamblea General del 29 de febrer de 1936.

Lligalls 459 i 1860-1876: contenen carnets d'afiliats al CADCI.

Lligalls 503, 839, 1409: sol·licitud d'aval i avals d'afiliats al CADCI.

Lligall 614: conté aval d'afiliats al CADCI i l'imprès intítulat “A tots els associats del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria”.

Lligall 819: “Ficha de afiliados al Comité de ayuda a los niños de los asociados al Centro de Dependientes del Comercio y de la Industria”.

Lligall 848: alguns documents sobre el Grup Ferrer Álvarez, Socor Roig Internacional (1937).

Lligall 903: conté l'Acta de la Reunió del Grup Sindical Socialista Mercantil (membres socis del CADCI). Celebrada a l'estatge del CADCI els dies 27 i 28 de febrer de 1937.

Lligall 908: lletres d'afiliats al CADCI que se'n donen de baixa pel fet que es troben al front, o bé que agraïen algunes trameses.

Lligall 1053: conté actes de creació de comitès de control obrer d'empreses on era present el CADCI (1936). Correspondència rebuda per Pere Aznar, president del CADCI.

Lligall 1056, 1087, 1282, 1475, 1479 i 1480: contenen actes de creació de comitès de control obrer d'empreses on era present el CADCI.

Lligalls 1083 i 1086: “Empresas colectivizadas de Barcelona. Certificados extendidos por la misma (*sic*) a personas pertenecientes a Centros de Autonomistas del Comercio y de la Industria, como adictos al régimen republicano”.

Lligall 1200: conté el “Llibre d'actes del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria. Entitat Obrera. Barcelona”, volum de dues-centes pàgines (cent cinquanta-sis d'escrites) des de l'1 de desembre de 1932 fins al 17 d'agost de 1934.

Lligall 1278: conté el “Llibre d'actes núm. 1 de la Secció Permanent d'educació i Instrucció del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria. Barcelona”, volum de cent pàgines del 18 de setembre de 1904 al 30 de juny de 1909; el “Llibre d'actes núm. 2 de la Secció Permanent d'Educació i Instrucció del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria. Barcelona”, volum de cent pàgines del 8 de juliol de 1909 a l'11 de març de 1913, i el “Llibre d'actes núm. 3 de la Secció Permanent d'educació i Instrucció del Centre Autonomista de dependents del Comerç i de la Indústria de Barcelona”, volum de cent pàgines del 8 d'abril de 1913 al 5 de juliol de 1916.

Lligall 1283: conté poca cosa del CADCI, però hi ha una lletra del 29 de juny de 1937, signada per J. M. Roig.

Lligall 1286: conté el llibre d'actes intítulat “Secció Permanent de Propaganda Autonomista del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria”, volum de 204 pàgines del 6 d'abril de 1909 al 29 de març de 1916, i un altre llibre d'actes de la “Secció de Rugby del nostre Centre”, volum de vint-i-cinc folis (només deu escrits) del 29 de maig de 1936 al 18 de novembre de 1936.

Lligall 1335: conté documentació de la “Borsa de Treball”, actes de constitució de comitès de control obrer d'empreses on el CADCI era present, fitxes d'afiliats, etc.

Lligall 1427: conté el “Libro de actas del centro de Dependientes del Comercio y de la Industria”, volum de dues-centes pàgines (cent vuitanta-tres d'escrites) del 31 de desembre de 1927 al 4 de febrer de 1931.

Lligall 1454: documents esparsos sobre el CADCI (lletres, afiliació honorífica, ...).

Lligall 1465: conté qüestionaris de mobilització, actes de constitució de comitès de control obrer d'empreses on era present el CADCI, documents sobre la borsa de treball i la Secció de Rugby.

Lligall 1466: conté qüestionaris de mobilització, documents de la Secció Permanent d'Educació i Instrucció (1937) i del gremi de Viatjans i Corredors (1936).

Lligall 1467: conté fitxes de les escoles Mercantils catalanes del CADCI, documents de la borsa de treball i una llista d'afiliats al CADCI (delegació de Vic, sense data).

Lligall 1468: conté algunes lletres del 1937 referents al CADCI.

Lligall 1472-1474: “Recibos de cuotas de afiliados al Centro Autonomista de Dependientes y de la Industria”.

Lligall 1477: conté sol·licituds de la borsa de treball del CADCI (1937).

Lligall 1482: conté documentació esparsa del CADCI, entre la qual hi ha una lletra de l'onze de gener de 1937 adreçada pel gremi del Film al president del CADCI per demanar-li la conformitat per “efectuar el traspàs del nostre Gremi del Film al Sindicat d'Espectacles Públics”.

Secció Político-Social, “Madrid”. Consta de 2.783 lligalls.

Lligall 1878: conté avals a afiliats al CADCI (1936), documentació del “Grup Ferrer Álvarez” i altra documentació esparsa.

Lligall 1947: conté actes de constitució de comitès de control obrer d'empreses on era present el CADCI.

Lligall 2203: “Centro Autonomista de Dependientes de Comercio, expedientes de afiliados”.

Lligalls 2300, 2648-2675, 2684-2703 i 2710-2721: “Dependientes de Comercio del Centro Autonomista de Cataluña, filiaciones de asociados”.

Catalunya Motor

Oferta Exclusiva



Dins dels acords preferencials a col·lectius, hem subscrit acords de col·laboració amb SEAT Catalunya Motor pels quals els associats del CADCI i els seus familiars directes podran adquirir un vehicle SEAT en les condicions especials que a continuació detallem:



OFERTA PER A ASSOCIATS DEL CADCI I FAMILIARS DIRECTES*:

COMPRA VEHICLE NOU:

Descompte de fins a un **18%** en qualsevol versió dels models: **IBIZA, CORDOBA, LEON, ALTEA, TOLEDO I ALHAMBRA.**

- Regal d'un Kit de lliurament (triangles, catifes, llums, armilla).
- Tarifa VIP en finançament i assegurances.

COMPRA VEHICLES FLOTA DIRECTIUS SEAT, DE DEMOSTRACIÓ I KM.0:

A MÉS ASSEGURANÇA A TOT RISC GRATIS
I COMENÇA A PAGAR AL MARÇ DE 2009!**

	Preu Especial***
ALTEA TDI 140CV STYLANCE (2007)	16.000 € ó 234 €/mes
ALTEA TDI 105CV STYLANCE (2007)	15.500 € ó 225 €/mes
ALTEA XL 1.9 TDI 105CV REFERENCE (2007)	15.800 € ó 231 €/mes
IBIZA 1.4 85CV REFERENCE HIT 5P. (2007)	9.800 € ó 123 €/mes
IBIZA 1.9 TDI 100CV REFERENCE HIT 5P. (2007)	11.500 € ó 153 €/mes
LEON 1.9 TDI 105CV SPORT LIMITED (2007)	14.500 € ó 207 €/mes
LEON 2.0 TDI 140CV STYLANCE (2007)	16.800 € ó 249 €/mes
ALHAMBRA 2.0 TDI 140CV SPORT (2006)	16.800 € ó 249 €/mes
"NOU" IBIZA TDI 105CV DPF STYLANCE Km0	15.500 € ó 225 €/mes

A més lot de 100 vehicles km.0 nous a estrenar a preu especial per a associats al Cadci i els seus familiars.

* Per a aprofitar-se a l'oferta serà necessària acreditació. ** Assegurança a Tot Risc amb franquícia de 600€ per a menors de 25 anys o de 360€ per a majors. Vàlid per a motors fins a 140 CV. Ofert per Zurich. *** 81 quotes. TIN 0,95% amb 3.000€ d'entrada.



Catalunya Motor

Catalunya Motor S.A.

BARCELONA:
Zona Franca (Central)
C/ A Nº51. Polig. Ind. Zona Franca
(antiga Fàbrica SEAT)
Tel. 93 298 25 22/19/40

BARCELONA:
Avda. Madrid, 179 esq. Galileo
Tel. 93 330 29 62

BARCELONA:
Gran Via, 140 (Plaça Cerdà)
Tel. 93 332 11 00

L'HOSPITALET:
Avda. Camilet, 219
Tel. 93 260 05 20

catalunya.motor@catalunya-motor.es www.catalunyamotor.seat.es