



núm. 1
desembre 2007

Acció

revista de comerç des de 1912



Entrevista a Josep Huguet; conseller d'Innovació, Indústria
i Universitats / Situació general dependents i dependentes
El nou Cadci / Història del Cadci

05



27

24

Josep Huguet, conseller d'Innovació,
Indústria i Universitats

Technologies
Qu

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: Bernardo Fernández, Xavier Garcia, Daniel Laspra, Joan Miragall, Agustín Parra, Rosa M. Puig-Serra i Joaquim Soler

fotografia: Carles Suqué

disseny gràfic i maquetació: J.A.G.

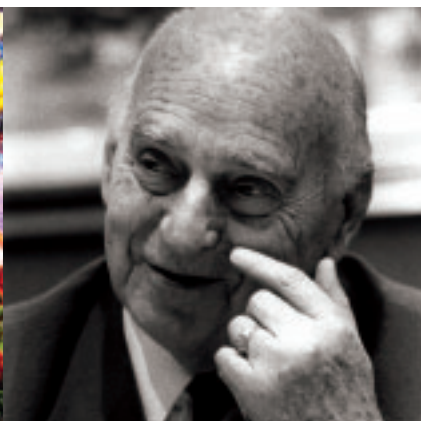
redacció: Rambla de Santa Mònica, 10
08002 Barcelona - tel. 93 304 68 08 - a/e: cadci@cadci.net

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

amb la col·laboració de:



Generalitat de Catalunya
Departament de la Vicepresidència
Direcció de Polítiques Sectorials



Sumari

4. editorial

5. **Entrevista a** Josep Huguet, conseller d'Innovació, Indústria i Universitats

8. Situació general dependents i dependents, per Rosa M. Puig-Serra i Joan Guàrdia

11. **Entrevista a** Alejandro Goñi (PIMEC)

14. El nou CADCI, per Daniel Laspra

16. Comerç urbà, comerç eficient, per Bernardo Fernández

20. La Fundació Catalunya Comerç per Eugenio Folgar

22. El valor de les grans superfícies, per Agustín Parra

23. **L'espai del soci.** Nicolau Casaus, per Lluís Urpinell i Joan Miragall

24. **Amics del CADCI.** La Biblioteca Arús

26. Breus

27. **Memòria històrica.** Història del CADCI, per Manuel Lladonosa i Vall-llebrera

30. **Memòria històrica.** El Fossar de les Moreres, per Pere Camps





Un CADCI renovat

El CADCI és una entitat social i professional que compta amb una dilatada trajectòria històrica i, alhora, també cal comptar amb el testimoni dels homes i dones que n'han mantingut la flama. Ambdós elements conviden a mirar el futur amb optimisme renovat i es van tenir molt en compte quan el propassat mes de maig l'assemblea general va elegir una nova i jove junta de govern, amb el mandat explícit d'adaptar el CADCI a la realitat actual. Avui, el món del comerç ens reclama professionalitat i dedicació, i el voluntariat combatiu forma part d'un passat amb circumstàncies molt convulses. Renovació, modernització, moderació, diàleg i col·laboració són les pautes que marquen el nou CADCI amb una professionalització dels nostres actius per poder donar resposta a les exigències del nostre sector, amb voluntat de servei, i no renunciem a les nostres reivindicacions històriques que per dignitat i dret ens són pròpies, lluitant per no caure en el desànim, mirant endavant amb nous reptes per poder tornar a ser un referent dins del món del comerç i la indústria. Ens presentem a tots vosaltres amb un nou esperit constructiu per dignificar un sector amb uns dèficits professionals ben clars, fruit d'una dinàmica de pressió constant sobre el comerç, sense donar temps a modernitzar amb ordre i amb la formació dels actius que hi treballen; un comerç amb presència dels col·lectius nouvinguts que s'hi adapten a corre-cuita amb suports mínims. Formació, estudis del sector i investigació més desenvolupament són les claus per als nous temps del comerç català.

Josep M. Andreu i Torres , president del CADCI



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

Hem volgut que la nova etapa que ha encetat la revista Acció, i el conjunt del CADCI, comptés amb la presència del conseller del govern català responsable del sector del comerç

El comerç català vist pel govern català

Entrevista amb Josep Huguet Biosca,
conseller d'Innovació, Universitats i Empresa

Hem de procurar per l'equilibri entre petit comerç, mitjà comerç i gran superfície comercial

Quina és la situació actual del comerç a Catalunya?

En general hem de considerar que l'evolució és positiva, així ho indiquen les dades. Per exemple l'índex de vendes general en el comerç al detall s'ha incrementat el 3,3% en el que portem d'any i el clima comercial urbà del tercer trimestre es mostra força positiu. Pràcticament el 90% d'establiments es mostren satisfets amb l'evolució del negoci i les expectatives generades per als propers sis mesos són encara més positives. El flux migratori dels darrers anys ha estat el principal factor de creixement demogràfic que han experimentat el país, amb el que això significa d'augment de la demanda i d'oportunitat, per tant, per al sector comercial. D'altra banda, s'estan produint transformacions constants en el sector, tant a nivell individual de les empreses com en projectes col·lectius, i aquest és també un bon símptoma.

Com s'ha de resoldre l'equilibri entre petit comerç i gran superfície i centres comercials?

Hem de garantir que el ciutadà d'aquest país pugui escollir entre els diferents formats comercials existents en el mercat per a efectuar les seves compres, a la vegada que, per a garantir una millor competència, que necessàriament repercutirà en el consumidor final, hem de procurar per l'equilibri entre petit comerç, mitjà comerç i gran superfície comercial. A Catalunya disposem d'instruments per aproximar-nos a aquest equilibri, alguns de normatius com la llei d'equipaments comercials i el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials, que planifiquen en el territori determinades implantacions comercials amb criteris de proximitat a la població de l'oferta de productes quotidians i de concentració comercial en els centres de les ciutats, i d'altres instruments que tenim són de foment, com el Pla de Dinamització del Comerç Urbà.

Hi ha algun tipus de comerç que desapareixerà inevitablement?

Actualment parlar en termes absoluts no reflexa la realitat, i des del meu punt de vista no desapareixerà res, però és evident

que els canvis socials i econòmics que estem vivint forçaran l'evolució d'alguns segments del comerç. Sempre ha estat així, tota activitat econòmica s'ha anat adaptant a les noves situacions. El comerç que no s'adapti a les noves necessitats dels clients tindrà problemes, però estem parlant d'establiments concrets, no del segment comercial sencer. En conjunt, el sector ha fet i està fent un gran esforç per estar al dia i totes les parts hi estem posant de la nostra part perquè sigui així.

Anem cada cop més cap al comerç especialitzat? Quines són les perspectives generals per als propers anys?

La distribució comercial està en procés de redefinició contínua. La transició cap a un model més especialitzat dels establiments crec que, en gran part, ja es va fer i ara s'estan produint altres moviments per a incrementar el valor afegit del sector: la introducció de sofisticats sistemes de gestió, la verticalització de determinades ensenyos comercials i les estratègies de posicionament dels punts de venda. Això, pel que fa a les estratègies més innovadores. Paral·lelament, en els eixos comercials urbans assistim a la millora d'aspectes importants, tot el que té a veure amb l'urbanisme comercial, que té molt a veure amb el desenvolupament dels establiments implantats en una àrea determinada. Alhora, també en aquest sector enfrontem l'impacte de la immigració, amb la proliferació, en un bon nombre de les nostres ciutats, de comerços propietat d'immigrants i hem d'aconseguir la seva integració harmònica amb el teixit comercial preexistent.

El Departament ha elaborat un pla per determinar les polítiques en el sector. Quins en són els principals eixos?

L'actual Pla de Dinamització del Comerç Urbà 2006-2009 és la principal eina del govern per a consolidar i potenciar el model de comerç català. Un comerç format per petites i mitjanes empreses que volem que cada dia siguin més eficients, orientades cap a l'oferta de proximitat i establertes sobretot en la trama urbana dels nostres pobles i ciutats. El Pla compta amb una dotació pressupostària de 93 milions d'euros



que permeten desplegar una intensa activitat de recolzament i suport al teixit comercial del país. Les principals línies se centren en la millora de les estructures comercials, la cooperació empresarial, la competitivitat individual de les empreses, la funció social del comerç urbà, la internacionalització de l'empresa comercial i la millora en la distribució de productes catalans de qualitat.

En el panorama internacional, quins trets defineixen el comerç de Catalunya? Hi ha algun país on el model comercial sigui un exemple?

L'activitat comercial a Catalunya està en els orígens dels assentaments urbans, molts creixements urbans es van produir a l'entorn de mercats que tenien lloc en l'encreuament de camins. El comerç ha estat sempre present en els centres de les nostres poblacions i ha estat un exponent destacat de l'activitat urbana. En la recuperació i rehabilitació d'espais urbans antics, el comerç ha jugat un paper fonamental. A Catalunya hem pogut evitar la desertització i degradació de centres urbans com a conseqüència de la substitució del comerç urbà per un comerç de perifèria de nova implantació; d'altres països han viscut aquests processos i els ha calgut reorientar les seves polítiques en relació al centre urbà.

Quines actuacions es duen a terme per avançar en l'ús del català en el sector del comerç?

Des del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, a través de la Direcció General del Comerç s'han realitzat al llarg dels últims anys diverses actuacions per fomentar l'ús de la llengua catalana en els establiments comercials, com ara les campanyes "El català et farà un gran servei", o bé "Voluntaris per la Llengua" (comerços voluntaris), a més també s'ha donat suport a iniciatives com el Premi de la Confederació de Comerç de Catalunya a la Millor Iniciativa Lingüística del Sector Comercial. L'objectiu d'aquestes i d'altres actuacions és l'aprenentatge del català entre els treballadors i empresaris del comerç, com també facilitar als comerciants nousvinguts el coneixement de la normativa lingüística.

Com interpreta la manca de personal que afecta el sector?

Aquesta manca de personal pot donar-se per una certa falta de reconeixement social dels treballadors del comerç, fet que pot anar acompanyat per unes condicions laborals que no són les més òptimes, ja sigui pel nivell salarial en algunes ocasions o pels horaris. Però el sector comercial és molt divers i no es pot generalitzar. En alguns segments del sector, els dependents tenen

un important reconeixement social degut al seu elevat nivell de coneixements, de formació i d'atenció al client, perquè aquesta és la clau. Una de les principals formes per incrementar el reconeixement dels treballadors del sector, evidentment, és invertint en la formació. Hem d'entendre que la formació no només és una consideració tècnica, hi ha molts altres àmbits on la formació és necessària per reforçar l'atenció al client. Saber tractar correctament el client, la disposició dels elements dintre l'establiment, la decoració, el màrqueting, entre molts altres..., són elements vitals a l'hora de donar un servei de qualitat i de marcar diferència respecte la competència. Conèixer aquestes tècniques donen un valor afegit al treballador que li permetrà incrementar el seu reconeixement social i, alhora, proporcionar una major afeció alhora d'escollir aquesta opció laboral. Com en totes les feines l'actitud de l'empleat és fonamental i aquesta es basa en una correcta motivació. A vegades, hi ha inèrcies que cal trencar i és necessari trobar noves fórmules motivacionals. Aquest és un factor de la gestió comercial molt important, és un camp on la innovació i les noves idees

hi tenen moltes coses a dir encara.

En general, la formació del sector del comerç, és suficient?

En el marc actual, la formació és un factor clau per a qualsevol sector econòmic, i el comerç no n'és excepció. Una correcta i adequada formació dels treballadors i directius és clau per garantir la competitivitat, i a més ha de ser una constant en la vida professional. Completant les polítiques formatives especialitzades impulsades fins el moment en l'àmbit dels gerents dinamitzadors, assessors tècnics comercials, gerents de centrals de compres i administració de comerços, s'ha donat impuls als primers estudis universitaris superiors de comerç i distribució (ESCODI) que serviran per prestigiar la professió i dotar-la d'eines que facin més competitiu el sector. Aquesta és un aposta de futur per arribar a tots aquells que requereixen d'aquesta iniciativa formativa per a ser més competitiu, per a ser empreses més consolidades o per a ser operadors comercials que incrementen la seva dimensió.

L'objectiu és l'aprenentatge del català entre els treballadors i empresaris del comerç, i facilitar als comerciants nousvinguts el coneixement de la normativa lingüística



Visita del conseller Huguet al clúster carrosser de Girona



Andrés Rodríguez, Azucena Álvarez, Jovi Fernández, Joan Guàrdia, Rosa M. Puig-Serra, Jezabel Montagut i Cristina Bailón (d'esquerra a dreta) **Fotografia de Juan Zamarripa**

Jovi Fernández, responsable de Comerç de la Federació de Catalunya de Treballadors de Comerç, Hostaleria, Turisme i Joc de la UGT de Catalunya

El comerç català i la situació general dels dependents

El comerç és un sector que a Catalunya dóna feina a gairebé 360.000 persones en unes 90.000 empreses i per tant es perfila com un eix vertebrador i estabilitzador, i element indispensable de redistribució de la renda en el marc de la pròpia economia local, tot participant activament en la configuració i el desenvolupament de pobles i ciutats. També és un sector de referència per iniciar-se en l'activitat laboral, i per al col·lectiu immigrant representa una possibilitat d'accedir a la primera feina. El sector del comerç, tot i ser un motor econòmic molt important que representa un 12.5% del PIB (Producte Interior Brut), no té reconeixement social ni professional. N'és la causa el fet que s'ha establert un model de relacions laborals a partir de la precarietat i basat en els elements següents:

- salaris molt baixos**
- inestabilitat laboral**
- manca de formació professional**
- incompatibilitat per conciliar vida laboral i personal, i flexibilització d'horaris (inclosos els festius d'obertura)**

Aquests factors han provocat un desprestigi del sector i que no aparegui com a atractiu l'incorporar-s'hi. Des de la UGT de Catalunya pretenem que hi hagi una major participació de les parts associades al comerç, amb una major implicació, per tal que aquest sector segueixi sent un referent dins de l'economia del país.

Joan Guàrdia i Rosa M. Puig-Serra, membres del CADCI

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



Jezabel Montagut

(Supermercats de drogueria: Schlecker)

L'empresa Schlecker és una cadena europea de drogueries que té uns 3.000 treballadors a l'Estat espanyol. Els problemes principals són la manca de personal i els salaris molt baixos. La majoria de botigues tenen uns 100 metres quadrats i estan ateses per una sola persona, amb 40 hores setmanals, de dilluns a dissabte, i un sou de 640 euros. Quan comences a treballar tens una formació d'una setmana, però la majoria de coses les has d'aprendre sobre la marxa, tenint en compte que t'has de fer càrrec de tot: l'arribada dels camions, les comandes, l'atenció al públic i la neteja del local, amb inspeccions freqüents. També tens la responsabilitat de la comptabilitat, el tancament del mes, els papers del camió i les factures. Pràcticament som tot dones, tret dels càrrecs que estan ocupats per homes. Els clients demanen un tracte personalitzat, però sovint tens tanta feina que no pots atendre prou bé la clientela. Amb una certa ironia, diria que el millor d'aquesta feina és que coneixes gent, perquè en general la gent és maca, sobretot si t'agrada treballar de cara al públic. Sovint els clients et vigilen el local si has d'anar al lavabo o atendre l'arribada del camió. També cal dir que els horaris són inapropiats per conciliar la vida laboral i la familiar. Tot plegat, en particular la manca de personal, el sou tan baix i els horaris, fa

que es perdi l'interès per la feina, i alhora que costi molt trobar persones que vulguin treballar en unes condicions tan precàries. Malauradament, no hi ha perspectives que l'empresa es plantegi millorar aquestes condicions de treball tan precàries.

Cristina Bailón

(Supermercats d'alimentació: Dia)

En el sector del comerç, i d'una manera particular en el sector dels supermercats d'alimentació, els horaris de treball són bastant incompatibles per conciliar vida familiar i laboral, perquè es fa jornada partida, i amb l'agreujaent que el tancament de caixa es perllonga més enllà de l'horari de feina sense cap remuneració. Bona part dels comentaris fets per la companya d'Schlecker són vàlids per a Dia, però amb algunes diferències. La superfície sol ser més gran i per tant hi ha més personal, format en un 90% per dones, amb un sou base més primes d'uns 900 euros. Hi ha força dones amb reducció de jornada per maternitat o per poder conciliar vida familiar i laboral, i això contribueix a què els homes es promocionin amb més facilitat i ocupin la majoria de càrrecs. Fa catorze anys que treballa a Dia i quan vaig entrar vaig fer un curset d'un mes subvencionat per la Generalitat, però després també va entrar gent sense fer cap curset. Periòdicament es fan cursos (manipulació, càrregues, atenció al client, ...), en general dins l'horari laboral. El treball en el nostre sector està poc reconegut i valorat, amb precarietat salarial, una alta rotació de personal, estrès laboral i problemes musculars i d'esquena. Aquesta precarietat de les condicions de la feina fa que la gent plegui, inclosos molts veterans, i sovint passa que s'atribueixen responsabilitats als nous sense prou preparació; tanta rotació preocupa l'empresa però ara per ara no volen canviar res i quan algú es queixa li diuen que això és el que hi ha, que ja ho sabia quan va entrar a l'empresa. Cal destacar que el treball en equip et pot donar satisfaccions i que sovint és l'element que et permet aguantar.

Andrés Rodríguez

(Comerç d'informàtica: PC City)

El comerç d'informàtica és un sector en ple creixement, i amb recorregut per davant perquè la meitat de les llars encara no tenen ordinador, i quan en tenen s'ha d'actualitzar periòdicament. La dinàmica del sector fa que augmentin les cadenes especialitzades, amb noves obertures d'establiments i l'aparició constant d'innovacions tecnològiques. Això fa que les condicions de treball siguin més bones que les que han explicat les companyes d'Schlecker i Dia.

Et donen una bona formació quan entres a treballar i després la formació és constant, sovint a través dels mateixos proveïdors o fabricants, per exemple d'ordinadors, que t'expliquen els nous productes, sempre dins l'horari laboral. El sou base i les comissions representen per a un dependent sense càrrec uns 19-20.000 euros bruts l'any (més de 1.300 euros/mes) i l'horari de treball és intensiu. El perfil del client també és diferent, i client i dependent sabem que la venda requereix paciència i explicacions. També hi ha molt bon ambient de treball i ens ajudem els uns als altres. És una feina amb una perspectiva llarga de vida laboral, personalment gratificant i amb facilitats per a promocionar-te o per a què et vinguin a buscar d'altres empreses. Hi ha molta demanda de treballadors especialitzats i això ens ha de permetre aconseguir millores col·lectives. Les empreses cada dia que passa necessiten treballadors amb una major qualificació i, alhora, cada vegada més polivalents.

Azucena Álvarez

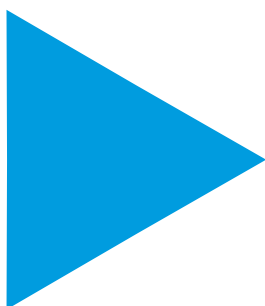
(Grans magatzems: El Corte Inglés)

És una gran empresa, amb establiments arreu i on és molt còmode anar a comprar, perquè hi trobes de tot. Tanmateix, també és una empresa arcaica en molts aspectes, i en concret pel que fa a la política de personal. Es treballen 40 hores setmanals, de dilluns a dissabte, i durant tots els dies de festa que al llarg de l'any és permès obrir els establiments comercials. Una persona que acabi d'entrar cobra uns 803 euros al mes. És cert que es cobren algunes comissions, però varien força d'un departament a un altre i sovint són petites. Costa conciliar la vida laboral i la familiar. El 90% de les dependents som dones, però sembla que hi hagi una voluntat deliberada de l'empresa per promocionar els homes i per discriminar les dones, i moltes dones no tenen ni l'opció a decidir si volen promocionar-se. Ens ofereixen formació, però a vegades arriba tard, o és insuficient o programen un curset de costures per arreglar la roba a Madrid, com si no es pogués fer a Barcelona, a banda que no pots anar una setmana a Madrid si tens fills. La gent gran i amb experiència es jubila, però no es contracta prou personal nou, des de fa anys, i això comporta massa càrrega de treball i una professionalització insuficient pel que fa al servei als clients. Tot plegat fa que hi hagi molta rotació de personal, perquè molta gent no aguanta aquestes condicions de treball. Cal dir també que fa 22 anys que sóc dependenta, que m'agrada treballar de cara al públic, perquè el tracte amb la gent és agradable i n'aprens molt, i que també és molt agradable quan s'aconsegueix treballar en equip, perquè formes com una família.

Consultoria de seguretat (plans d'autoprotecció, plans d'emergència, auditories de seguretat, formació d'equips, senyalització d'emergència i evacuació)

Protecció contra incendis (extintors, boques d'incendi, xarxes de ruixadors, extincions automàtiques, detecció automàtica)

Sistemes de seguretat (circuit tancat de televisió, intrusió, controls d'accés)



Subministrament, instal·lació i manteniment d'equips de seguretat contra incendis

Equips de primera intervenció, respiració i flassades ignífuges

Extintors

Llocs de control i sprinklers

IPF 41

Equips de protecció i roba laboral

Hidrants

Sistema firetrace

Equips de detecció d'incendis

Plaques de senyalització

Balissaments



PCI KOSMOS GROUP S. A.

"SISTEMAS DE SEGURIDAD"

www.pcikosmosgroup.com - tel 902 99 83 47 - fax 902 88 47 83



Entrevista a **Alejandro Goñi,** president de PIMEC-Comerç

Un repàs a l'actualitat del món del comerç

Quina és la funció de PIMEC Comerç?

PIMEC Comerç és la patronal catalana del comerç, creada per PIMEC per defensar els interessos dels comerciants de Catalunya i, sobretot, dels autònoms, les micro i les petites empreses de comerç, les quals requereixen una estructura forta, independent i capaç de fer escoltar la veu dels petits allà on es prenen les decisions.

La nostra organització de comerciants es configura com a sectorial de la patronal de la petita i mitjana empresa de Catalunya

(PIMEC), amb òrgans de govern propis, especialitzada en el sector del comerç, en tots els seus formats i en totes les seves formes jurídiques, de forma que la seva principal motivació, fent honor a la condició d'agent social de Catalunya i entitat més representativa, és contribuir a sensibilitzar les diferents administracions públiques, però també el conjunt de la societat civil, a fi que la política econòmica estigui pensada per afavorir el desenvolupament de les pimes, el principal teixit empresarial de Catalunya, ja que representen més del 90 % del total de les empreses del país.

Els horaris comercials i la legislació que els regula són un tema de debat permanent?

Probablement sí, malgrat que hauríem de preguntar-nos a quins objectius respon el manteniment d'aquest debat. En principi, hauríem de recordar que el debat relatiu als horaris comercials va quedar conclòs després del consens que es va aconseguir el 2004 i que permetia per llei decidir a les autonomies limitar el nombre de festius autoritzats a 8, cosa que va comportar que a la majoria de les diferents comunitats autònomes s'optés



▲ Alejandro Goñi, president de PIMEC-Comerç, i Josep M. Andreu, president del CADCI

◀ El propassat mes d'octubre, Alejandro Goñi, president de PIMEC-Comerç va rebre una delegació de la Junta del CADCI. Roger Pallarols (PIMEC), Bernardo Fernández (CADCI), Josep M. Andreu i Alejandro Goñi, i Agustín Parra (CADCI) (d'esquerra a dreta)

per fixar aquest mínim de 8 dies com a màxim de festius en els quals l'obertura està autoritzada, com és el cas de Catalunya, constituint una posició consensuada entre la voluntat del gran format d'obrir la totalitat dels festius i la voluntat del petit comerç d'obrir els mínims festius possibles.

Aquest etern debat en relació amb els horaris sembla alimentat pels importants grups de pressió que controlen els grans formats comercials, ja que el seu objectiu és la llibertat total d'horaris. Però ja que alguns insisteixen a mantenir aquest debat, i després d'una experiència de diversos anys amb un nombre de 8 festius autoritzats, podem assegurar des de PIMEC Comerç que els festius actuals en què es permet la pràctica comercial resulten excessius i no responen als interessos dels consumidors de Catalunya. Considerem que seria suficient que s'autoritzessin 4 dies l'any, repartits durant el mes de desembre, responen a les necessitats de la campanya de Nadal, i dels quals es beneficiarien alhora els petits i grans formats comercials i el conjunt dels consumidors de Catalunya.

És possible la integració dels nousvinguts en el món del comerç?

No només és possible, sinó que és una necessitat. Sens dubte, la nostra societat ha experimentat un gran canvi en els últims anys, i tots els indicadors ens porten a pensar que la societat cada cop serà més plural i mestissa. I si això passa en la societat en el seu conjunt, el sector del comerç no només no n'és una excepció, sinó que representa un element fonamental per a la integració i la convivència entre els membres d'una mateixa societat.

I en aquesta societat canviant i plural, entenem la nostra funció patronal emmarcada en la necessitat d'integrar la representació de la totalitat dels empresaris catalans, sigui quina sigui la seva procedència, i en l'exigència de preservar un model de drets i deures per a tots els ciutadans en igualtat de condicions. PIMEC és la patronal de tots els empresaris de Catalunya, i PIMEC Comerç de tots els comerciants de Catalunya, i ho volem continuar sent. Aquest missatge

que defensem des de la nostra organització fa incompatible una visió patronal tancada i impermeable a la integració dels nous agents econòmics del país.

Malgrat això cal assenyalar que aquest procés d'integració dels nous empresaris al món patronal no és fàcil ni es produeix automàticament. Seria il·lús confiar una assignatura de la nostra societat tan complexa, però alhora tan vital, a l'espontaneïtat o a l'atzar. Cal una voluntat inequívoca i decidida de treballar en aquesta direcció. Cal uns agents socials i unes administracions públiques conscients de la necessitat de desenvolupar la seva corresponent funció a favor de la totalitat del sector que representen, sense exclusions. I deixi'm assegurar-li que a PIMEC estem fermament compromesos a treballar per aquests objectius, fent un veritable servei al país en la nostra condició d'agent social de Catalunya.

Fa uns mesos, els principals mitjans de comunicació de l'estat van publicar la notícia de la integració de la Unió d'Associacions Xineses de Catalunya a PIMEC Comerç. Ens podria explicar com va anar aquesta experiència?

Deixi'm significar, en primer lloc, que la rellevància d'aquesta adhesió s'explica en el fet que va representar la primera incorporació d'empresaris nousvinguts a una patronal de l'Estat espanyol. Per primer cop a Espanya, i òbviament també a Catalunya, més de 6.000 empresaris nousvinguts s'han integrat dins del món institucional patronal, constituint l'inici, al nostre parer, del necessari nou model patronal del futur, model patronal capaç de continuar representant els interessos de tots els empresaris de Catalunya, sense exclusions. Haig de confessar que no va ser una adhesió senzilla. Van fer falta més de 18 mesos de converses i negociacions, alhora que un lideratge del col·lectiu d'empresaris xinesos ferm i convençut de la necessitat d'integrar aquestes empreses en el món institucional català.

La signatura va servir per contribuir a eli-

El model comercial català es basa en un bon servei, una bona relació qualitat-preu i la proximitat als domicilis dels consumidors, i contribueix a la construcció d'una societat compacta i socialment sostenible

minar aquella diferència estèril entre comerciants autòctons i nousvinguts, per parlar exclusivament de comerciants de Catalunya. La signatura va esdevenir un acte de convivència, aconseguida a partir de l'aplicació dels principis capaços de contribuir a aconseguir-la, és a dir generositat, respecte a les diferències i lleialtat i compromís per part de les dues organitzacions que vam protagonitzar aquell acord històric. Només així, la integració real, la bidireccional, i la convivència esdevenen possibles.

Quin paper ocupa la formació en el món del comerç?

Aquesta és la gran assignatura pendent del comerç. La formació en el món del comerç, i sobretot en el petit i mitjà format, és clau. Només podem continuar competint amb garanties amb els grans formats comercials si som capaços de continuar especialitzant-nos, professionalitzant-nos, és a dir dotant-nos de la formació adequada i de qualitat.

A PIMEC treballem per apropar la formació a les nostres empreses, oferint un ventall molt ampli d'accions formatives dirigides a totes les àrees funcionals i a tots els col·lectius de l'empresa. Intentem donar als nostres socis tot allò que necessiten, dissenyant accions específiques a mida, per a una sola empresa o per a un sector determinat, alhora que el nostre Departament de Formació també assessora les empreses per desenvolupar els seus plans de formació i acostar-los als ajuts disponibles. Però cal recordar també que l'activitat comercial es caracteritza per ser un sector on el factor humà hi desenvolupa un paper primordial, i que l'evolució constant de la demanda fa que sigui imprescindible avançar cap a una oferta comercial cada vegada més dinàmica i més professionalitzada, cosa que implica, inevitablement, empresaris més competitius i treballadors més qualificats.

Veu viable aplicar el model dels bid's a la nostra societat?

Sí, des de PIMEC Comerç ho veiem viable, alhora que interessant, però amb matisos, i de fet, ja fa temps que col·laborem estretament en un comitè d'experts per analitzar aquesta tipologia anglosaxona per contribuir a la creació d'àrees d'excel·lència. Som conscients que importar el model dels bid's és complex, per les diferències en l'estructuració i organització de la nostra societat respecte els models anglosaxons, però si fòssim capaços d'aconseguir-ho podríem aspirar a millorar els serveis o els equipaments existents en una zona permetent el seu millor desenvolupament. M'explico: de la mateixa manera que les diferents zones d'una localitat es beneficien d'una comunitat empresarial pròspera, és comprensible afirmar que l'entorn en què es desenvolupen els negocis milloraria notablement si es comptés amb més recursos econòmics o de gestió.

Però com deia, crec que no és importable en el 100 % el model anglosaxó a les nostres societats. Per ser viable a casa nostra, caldria implicar tots els actors en el procés, ja que resulta imprescindible, al meu parer, que els beneficis de la creació d'una àrea d'excel·lència siguin obvis per a tots els que hi han de participar en un futur. Des de PIMEC Comerç creiem que per avançar en aquesta direcció s'ha d'anar cap a l'obtenció d'un gran pacte entre les administracions i les entitats, fugint del model anglosaxó. Creiem que Barcelona té personalitat suficient per crear un model propi, model capaç d'aglutinar les maneres mediterrànies inherents a les nostres societats i a moltes altres d'Europa.

Quina importància econòmica i social té el comerç a Catalunya, i quines són les seves perspectives de futur?

Vull assenyalar una obvietat que cal recordar: Catalunya ha marcat sempre el nord dins del comerç de l'estat, tot i que a la resta d'Espanya, tal i com ja sabem, també s'ha tingut capacitat per millorar molt el seu comerç, sobretot a Madrid, que compta amb un comerç molt potent, però sense equilibri, constituint un vertader problema que de ben segur ens trobarem més endavant. Però també trobem comerç de qualitat a les principals ciutats d'Espanya, com València, Bilbao, Sevilla..., però deixi'm dir que, a Catalunya, tenim un molt bon comerç i amb una bona salut.

La importància del model del petit i mitjà format de comerç en l'economia catalana és clau, i no només pel que representa en el conjunt del PIB català o en les xifres d'ocupació, sinó pel que comporta en la contribució que realitza a la construcció de societats compactes i socialment sostenibles.

Assumeix actualment un paper clau, i penso sincerament que el continuarà assumint, ja que, a hores d'ara, ningú, fora dels representants dels grans formats comercials, dubta dels beneficis que aquest model concret aporta al conjunt de la societat on s'ubica, cosa que em porta a pensar que el futur del comerç català serà com el d'ara o bastant similar, això sí, amb menys problemes laborals dels que tenim actualment per manca d'incorporació de personal qualificat.

Hem de continuar millorant el nostre comerç, professionalitzant-lo i especialitzant-lo cada dia més, ja que, afortunadament, a Catalunya comptem amb un client exigent que demana un servei a l'alçada de la seva exigència. I aquest és precisament el futur del comerç català, basat en un bon servei, en una bona relació qualitat-preu i en la proximitat als domicilis dels consumidors. Però, no ens enganyem, aquest ja és el model català, només hem de mantenir-lo adequat a les noves realitats emergents.

Déu n'hi do, perquè si bé pensem en un futur, és en el present que cada dia estem bastint el nostre esdevenidor, i si bé el nostre estimat Centre té un llarg i florit passat és ara que cal fer valer el nostre empeny per crear el canvi que faci pensar en un futur de nous èxits. La nostra proposta de valor és una aposta de servei als agents del sector que s'ajusti en cada moment a les circumstàncies i necessitats dels nostres socis, i més enllà dels estàndards del mercat apostem per una atenció construïda en constant interacció amb els nostres usuaris.

Però quins són els reptes immediats de futur?

El primer objectiu és obrir-se a la societat catalana actual i així créixer en potencial humà i social, i per a això ens cal perseverar en les possibilitats del comerç català i en les necessitats de les persones que treballen en el sector. Per assolir aquest objectiu hem establert una agenda de contactes per construir ponts amb els agents públics i privats significatius en el sector del comerç; la nostra fita és ser propers als nodes significatius de la xarxa institucional dels agents del sector per així publicitar adequadament la nostra proposta.

El segon objectiu és elaborar un pla estratègic per establir els fonaments del que seran les Escoles Mercantils del CADCI; tot parcel·lant la nostra acció en diferents estadis de desenvolupament, en primer lloc un treball de camp per concebre un pla d'estudis adient a les necessitats del sector, en segon lloc implementar aquests coneixements mitjançant l'elaboració de tècniques d'ensenyament innovadores, en tercer lloc prospectiva i projecció d'una estructura pròpia per establir de forma emblemàtica les futures Escoles Mercantils del CADCI.

El tercer objectiu és créixer internament. Entenem que l'estructura i la logística consoliden l'organització, però el nostre valor afegit és i serà el factor humà, és per això que l'altre repte que es presenta en dues vessants és: primer, partint de les necessitats dels nostres associats oferir un ventall de serveis que facultin cadascun dels nostres socis i sòcies de l'oportunitat de millorar la seva capacitat en la pròpia projecció personal i professional en el món del comerç català i global, i segon, crear un equip de persones que per les seves aptituds i capacitat de treball siguin apropiades i flexibles a les exigències del Centre i a les expectatives de servei que ens imposem.

Els nostres objectius immediats són: obrir-se a la societat catalana actual i així créixer en potencial humà i social, tornar a bastir les Escoles Mercantils del CADCI i créixer internament

Com crearem les condicions per atènyer aquests reptes?

El primer compromís, la construcció d'una xarxa d'afins i l'estratègia comunicativa del Centre

Ens cal establir una xarxa de contactes basada en una estratègia personalitzada i uns objectius concrets. L'estratègia institucional del CADCI cal que sigui autònoma ja que si bé és bo prendre experiència dels nostres anàlegs cal també prendre un plus de responsabilitat per elaborar el nostre perfil.

Seleccionar la xarxa social més adequada; el Centre ha de ponderar necessitats i expectatives per així prendre decisions al respecte de les múltiples possibilitats de relació. Si ens basem en l'experiència del passat veurem com la nostra entitat ha sabut teixir al llarg de la seva història eixos de treball amb tot l'espectre del sector: gremis, patronals, sindicats i ens públics. La vocació assertiva del CADCI és i serà un pilar bàsic de la praxi de l'entitat.

La comunicació no hauria de contemplar peatges, perquè resta valor i frena el seu creixement; la fluïdesa és el màxim valor, així com la reciprocitat és la garantia de la comunicació.

La creació d'una agenda de contactes no contempla jerarquies, si bé tots els contactes no són iguals pensem que tots són importants. L'essència de la nostra estratègia és que tots els agents ens aporten valor.

Fluïdesa és l'element clau per permetre actualitzar el nostre perfil de forma constant, per així fer arribar als nostres o als afins els nostres projectes, iniciatives i expectatives. El feedback és l'eina per adreçar la nostra acció social.

El respecte a la privacitat. Conciliar els fruits del coneixement compartit o intel·ligència col·lectiva amb la nostra cura estricta de la protecció de dades alienes.

La proactivitat. El Centre té la vocació de participar activament en les iniciatives nascudes en el si del sector del comerç, i atrevir-se a proposar-ne de pròpies.

Cultivar els nostres contactes. Potenciar el ventall d'oportunitats tant per al Centre com per als nostres partners. Creiem que és tan important construir una xarxa com mantenir-la activa. La nostra vocació és crear la relació avui, per així imaginar la coalició demà.

Daniel Laspra, secretari de la junta de govern del CADCI

El nou CADCI

El CADCI engega una nova etapa carregada de reptes de futur. Tot mantenint ben viva la memòria del passat, ara tenim l'oportunitat de bastir una entitat al servei dels dependents del comerç i la indústria

El segon compromís, pla estratègic per establir els fonaments del que seran les Escoles Mercantils

El nostre Centre té un eix vertebral en la innovació formativa —en el passat constituïa l'anomenada Secció d'Educació i Instrucció que gestionava les Escoles Mercantils Catalanes. Aquesta institució acadèmica ofería un excel·lent cos de professors —com el mateix Pompeu Fabra, evidentment classes de català— que donaven classes específiques al sector (comptabilitat, taquigrafia, etc., així com també d'altres adaptades al comerç internacional com llengües germàniques, francès, italià, àrab i esperanto). Som ben orgullosos també dels nostres alumnes, com ara el Molt Honorable President Josep Tarradellas, però han estat diverses generacions d'empresaris, treballadors autònoms i menestrals les que han gaudit de la instrucció comercial del Centre.

Aquest basament ens esperona l'esperit i ens ajuda ara a bastir una nova oferta formativa; com bé sabeu el que ens coneixeu la nostra vocació acadèmica té dues eixides, allò local i allò global. Podríem dir que la nostra entitat és de les pioneres a treballar en un pensament "glocal", neologisme apuntat pels teòrics de la globalització. És a dir que si bé estem arrelats a la nostra concepció de país, de societat estructurada ans oberta, projectem la nostra instrucció vers el concepte mal·leable que denota la hibridació del coneixement, còmput d'implementació de noves tecnologies i habilitats clàssiques comercials: gestió, negociació, domini de llengües, etc. Si entenem com diuen els teòrics que en un món globalitzat les necessitats i anhels de la societat són cada cop més complexes i sofisticats, ens adonem que per corollari els usuaris tenen uns targets microsegmentats, així la hibridesa és la fórmula més acurada de concebre la nostra oferta al treballador del comerç actual; aquest té la necessitat d'innovar-se constantment per exigències del mercat i alhora de consolidar-se com a professional més enllà dels moviments de l'entorn. Quan els nostres estatuts parlen de la dignificació del professional de comerç parlem d'una formació híbrida en la competència i facultat que requereix el sector, la nostra avidesa és transmetre un nou empowerment comercial que capaciti els nostres deixebles a esdevenir individus clau en les empreses de comerç i persones que per la seva integritat esdevinguin models en les seves organitzacions.

Gremis, patronals, sindicats i ens públics són els nostres interlocutors

El tercer compromís, el nostre valor afegit és i serà el factor humà

El nou CADCI té el perfil humà plural com així ha estat en els millors moments del Centre. Recordem que l'any 1920 s'arriba a més de 20.000 socis actius i funcionen a ple rendiment les seccions de propaganda autonomista, mutualisme, organització i treball, educació i instrucció, cooperativa de consum, esports i altres. Avui, i després de la reactivació del Centre amb un potencial social proper als 7.000 i escaig individus, estem consolidant especialment una panòpia de serveis que s'ajusti a la diversitat d'anhels dels nous i antics socis, perquè avui tant els individus com les organitzacions comercials tenen necessitats que van més enllà del "tenir" servei per passar a "disposar" de servei, és aquest outsourcing social el que proveeix de valor afegit a la proposta del CADCI, la possibilitat de conciliar en el Centre el temps per a la innovació, la formació i el servei.

Per això la junta de govern del Centre està formada per un equip transdisciplinar on diferents professionals i tècnics comparteixen una mateixa passió: la de fer del comerç català un referent d'innovació i qualitat en la nostra societat, i renovar l'autoritat i emblema de l'agent comercial català en el mercat global. És per això que la nostra aposta per l'I+D té una predicació en eixides tan punyents com l'e-comerç, la protecció de dades, la incorporació de les dones majors de 45 anys al sector, etc., i aquestes qüestions i d'altres plantejades en la prospectiva inicial són les que ens donen embranzida ja que no creiem en les aparences, creiem en l'anàlisi de l'experiència, i per això estudiem noves fórmules per correspondre als reptes del present.

El Centre és un cluster humà on diferents individualitats fan convergir les seves capacitats i experiències per, de forma multidisciplinària i transversal, crear les oportunitats per a què el nostre soci sigui un bon gestor del canvi. El Centre aspira a ser un thinktank del comerç que observa la realitat social i la dinàmica del mercat per oferir al soci i a la societat catalana les respostes a les inquietuds que generen els avatars del nostre sector.

Parlem de la dignificació del professional del comerç, parlem d'una formació híbrida en la competència i la facultat que requereix el sector





Bernardo Fernández, membre de la junta de govern del Cadci

Comerç urbà, comerç eficient

L'activitat comercial ha estat el factor determinant en la constitució i el creixement de les ciutats europees. En el model de ciutat mediterrània, el comerç les fa vitals, conviviales i segures

Fotografia de **Carles Suqué**

Aquest model urbà, característic de la majoria de països de la Unió Europea, és propi del nostre estil de vida i constitueix un factor que ens identifica. El comerç dels centres històrics dels nostres pobles, ciutats i barris es contraposa a models de comerç perifèric característics de models culturals i d'ocupació del territori aliens. Cal, per tant, preservar la ciutat europea compacta, complexa i socialment cohesionada en la qual el comerç exerceix una funció determinant. Una ciutat compacta que redueix la mobilitat i evita desplaçaments innecessaris. Una ciutat complexa en què l'ús residencial es combina en perfecta harmonia amb les activitats comercials i de serveis. Una ciutat socialment cohesionada que garanteix a la ciutadania, tinguin o no possibilitat de desplaçar-se, la satisfacció de les seves necessitats. En aquest sentit, cal que les nostres ciutats donin resposta tant a les accions de "fer la compra", lligades a la necessitat de proveir-se dels productes de consum quoti-

dià, com a les "d'anar de compres", lligades als aspectes més lúdics de l'acte de compra que es correspon amb l'adquisició de productes de consum no quotidià.

Així mateix, per poder gaudir d'unes ciutats millors per a tothom, cal redissenyar-les des de la complexitat per evitar una única perspectiva i per integrar la perspectiva de gènere en el disseny i construcció de l'espai comú, els equipaments i les dotacions, com a garantia de qualitat per al conjunt de la ciutadania. D'altra banda, cal tenir en compte que Catalunya respon a una realitat territorial configurada per una xarxa de ciutats amb una dinàmica i unes funcions comercials pròpies que responen també a una certa jerarquització. Per altra banda, els darrers 30 o 35 anys s'han caracteritzat en el comerç perquè aquest ha patit o ha gaudit –segons qui ho expliqui– una profunda transformació. Els establiments minoristes han afrontat una important renovació perquè han aparegut nous formats comercials; s'han incrementat les superfícies de venda; han desaparegut algunes especiali-

tats, i n'han aparegut d'altres noves. Alhora, ha proliferat també la transformació de carrers i places en parcs, centres i eixos comercials. Tot això ha contribuït de manera decisiva, juntament amb l'increment de la capacitat de compra i el canvi d'hàbits en els consumidors, a portar-nos a un estadi gairebé desconegut del món de la distribució.

El comerç dels centres històrics dels nostres pobles, ciutats i barris es contraposa a models de comerç perifèric característics de models culturals i d'ocupació del territori aliens



Un excés de formats comercials provinents d'altres models culturals i territorials ens podrien portar a la desertització dels nostres centres urbans

És obvi que nosaltres estem per un comerç eficaç, eficient i competitiu. No n'hi ha dubte. No tan sols pel necessari aprovisionament dels ciutadans, sinó per les aportacions socials, econòmiques i com a mitjà galvanitzador a les ciutats, com ja s'ha posat abans de manifest. Per això, garantir la llibertat de l'acció dels consumidors ha de ser, sens dubte, un dels trets inspiradors de qualsevol iniciativa en el món del comerç. Per a això és fonamental que des de les administracions es vetlli per aconseguir una

implantació equilibrada dels diferents sectors, al servei dels ciutadans.

És evident que, en una societat oberta com la nostra, han de tenir, i de fet tenen, cabuda tots els formats d'oferta. Sobre això, no hi pot haver dubtes. Són els ciutadans, en el seu vessant de consumidors, els qui han de decidir on i com volen comprar. Les administracions tenen l'obligació de posar al seu abast tot tipus de formats. Ells -els ciutadans- tenen el dret a escollir. Per tant, que quedi clar: no es pot discriminar ningú, però no seria bo per al país permetre un creixement incontrolat de nous formats aliens a nosaltres consistents en comerç perifèric i grans superfícies. Un excés de formats provinents d'altres models culturals i territorials ens podrien portar a la desertització dels nostres centres urbans. I això: no ens convé, no ho volem, i, per tant, farem el que calgui per a què no succeeixi. Per tot això, la nostra aposta és clara: per un tipus de comerç que, bàsicament, està constituït per empreses petites i mitjanes, d'àmbit local i sovint de titularitat familiar. Junta-

ment amb aquestes, ens trobem un nombre important d'empreses emergents, dinàmiques, de tipus mitjà, que ens són properes i que desenvolupen la seva tasca tant en l'àmbit alimentari com no alimentari, i aquestes empreses comencen a tenir una forta implantació en tot el país i tenen ja un pes específic considerable.

Només amb aquests requisits podrem gaudir d'un comerç desitjable en termes socials, en termes econòmics viable i sostenible en termes mediambientals. Entenem que aquesta és la millor manera de posar a l'abast del consumidor (és a dir: ciutadà) totes les ofertes i formats disponibles. Ell té el dret a escollir.

Són els ciutadans, en el seu vessant de consumidors, els qui han de decidir on i com volen comprar





VINÇON

VINÇ

Eugenio Folgar Regueiro,
director Fundació Catalunya Comerç

Treballar en el comerç **una professió**

El comerç és un dels sectors econòmics més importants pel que fa a la creació de riquesa i llocs de treball. Ara afronta un dels seus majors dilemes identificatius: el prestigi de la professió

Fotografia de **Carles Suqué**

L'evolució que ha viscut el món del comerç durant les darreres dècades ha estat espectacular. Podem dir que avui tenim un comerç de prestigi, tot i ser conscients que el dia a dia comporta variacions que fan possible la seva millora i evolució permanents. Aquesta evolució del sector és constant cap a models d'especialització, i són els fets els que han permès la supervivència de moltes empreses i la implantació d'un model comercial professional, modern i adaptat en general a les necessitats actuals dels consumidors. Però en aquesta evolució el comerç ha tingut un punt fosc, gosaria dir regressiu, pel que fa al prestigi professional de l'activitat de treballar en el món del comerç.

Els treballadors encara són la cara del comerç, malgrat l'evolució cap a l'autoservei, i sempre serà així, perquè en l'activitat comercial la presència del professional esdevé imprescindible. Tanmateix, convé preguntar-se: treballar en el comerç és una professió? La resposta ben clara és que sí, i a més és una de les professions més antigues. Però la persona que desenvolupa la seva activitat laboral en el comerç troba a faltar el prestigi social, perquè no sent reconegut el seu treball professional. Aquesta realitat requereix una atenció especial durant els pròxims anys, perquè és del tot cert que el futur comercial estarà estretament lligat a la capacitat que tinguem de prestigiar i reconèixer la professió dels treballadors i treballadores que desenvolupen la seva activitat professional en el sector del comerç. El món laboral ha de caminar, de manera permanent, cap a enfortir i prestigiar la professionalitat i el reconeixement social. Les persones, com a part activa del comerç, necessiten que la tasca que desenvolupen sigui valorada i reconeguda; una valoració i un reconeixement que superi l'àmbit del lloc de treball i de l'empresa, de manera

que esdevingui part del sentir general dels ciutadans.

El comerç, com a lloc d'intercanvi i de trobada, compleix una funció de cohesió de la societat, i segons sigui el seu desenvolupament i estructuració així serà la ciutat en què visquem. És a dir, des del nostre sector s'influeix de forma determinant sobre la qualitat de vida i el model de societat. És necessària la coexistència dels diferents models comercials, tot atenent la diversitat de consumidors, i aquest és el camí adequat per continuar construint un comerç de professionals i de professionalitat.

No hi ha res que es mogui de forma individual en el món del comerç, perquè és un engranatge de necessitats compartides en què intervé el conjunt de la societat, els consumidors, les empreses i els treballadors. I és per això que adquireixen importància els sentiments, la credibilitat i els compromisos. S'han produït canvis importants en els hàbits de consum, als quals s'ha hagut d'adaptar l'oferta, la presentació i la qualitat, les formes de pagament, els horaris i la periodicitat, però hi ha un nivell d'exigència que es manté: el tracte sempre personal i professional amb el client. Aquest tracte humà i la garantia de comptar amb professionals només es pot desenvolupar des de la dignificació social del treball en el comerç i amb una societat que comparteixi i reconegui el prestigi professional i personal de l'activitat del comerç i dels seus professionals.

Per això hem desenvolupat un model de fundació que aspira a esdevenir referent imprescindible, on tothom hi estigui representat, del comerç i del seu desenvolupament, tant com a generador de riquesa i servei a la societat com d'activitat de reconegut prestigi per a l'activitat

laboral. La Fundació Catalunya Comerç té la ferma convicció de treballar i entendre des de la pluralitat el desenvolupament del comerç i dels seus professionals, tot evitant que aquesta pluralitat es pugui veure afectada o en risc per interessos de part, perquè per a la Fundació Catalunya Comerç només existeix una part, anomenada comerç.

Aquesta forma d'entendre les relacions i els compromisos és l'essència del comerç i dels seus professionals, tot buscant el consens, el cobrir les necessitats que cada part involucrada en el sector té i necessita, per a així, al final, compartir i ser partícips d'un model d'activitat que sigui l'orgull de tots els que en formem part com a professió i del conjunt de la societat a la qual oferim els nostres serveis. En definitiva, efectivament treballar en el món del comerç és una professió.

**La Fundació
Catalunya Comerç té
la ferma convicció de
treballar per al
desenvolupament del
comerç i dels seus
professionals**

Agustín Parra Gallego, gerent del C.C. El Centre de la Vila, Olympic Moll, S.A. i membre de la junta de govern del Cadci

El valor de les grans superfícies

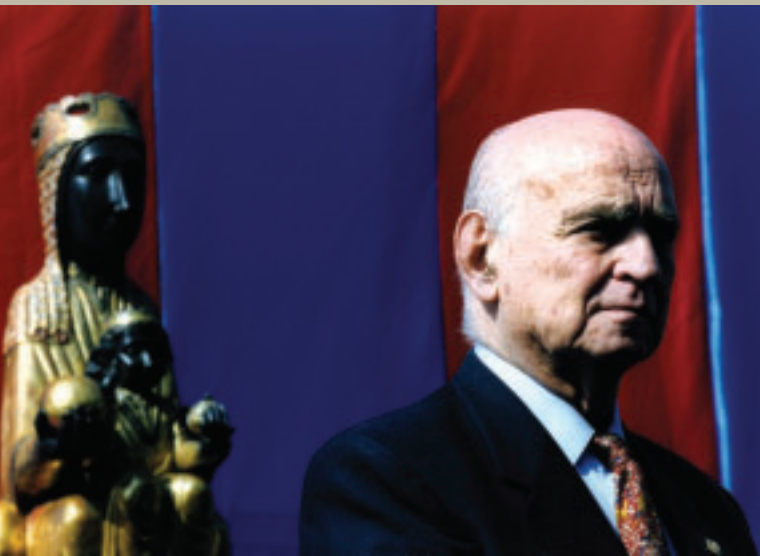
El consum i les noves formes de vida han comportat un augment increïble de les grans superfícies



En l'actualitat, està fora de tota discussió que les associacions professionals tenen establert entre els seus objectius l'interès general. El consum i les noves formes de vida han canviat molt en els darrers anys i han comportat un augment increïble de les grans superfícies, quan encara no han passat gaire dècades des de la seva aparició. Ningú pot negar l'èxit d'aquesta fórmula comercial que té com a principals components: la falta de temps d'una gran majoria de famílies i la major incorporació de la dona en el mercat laboral, i així ens trobem que els cònjuges treballen tot el dia i se'ls fa difícil compatibilitzar els horaris familiars i els horaris comercials tradicionals. A aquesta situació caldria afegir-hi la necessitat de recórrer diversos comerços per tal de completar la compra bàsica d'aliments. Encara caldria comptar amb els preus que ens ofereixen les grans superfícies, lleugerament inferiors gràcies al volum de compres que realitzen. Tot plegat, converteix en efectiva aquesta fórmula de compra.

Sembla ben clar que avui les grans superfícies i el comerç tradicional han de conviure, malgrat que moltes vegades s'hagi dit que són antagonistes, però això no és cert, perquè és ben sabut i el temps ho ha demostrat que la implantació d'una gran superfície dinamitza i augmenta l'afluència de clients potencials als establiments que ja estan instal·lats en els voltants. Fins i tot, les grans superfícies vertebreren barris i ciutats i provoquen la proliferació de nous comerços en el seu entorn. El comerç tradicional compta, com les seves majors armes, amb l'atenció personal i l'especialització. Podem mirar els dos exemples següents: els súper i els hípers no han acabat amb les botigues d'ultramarins, vinoteques i tendes *delicatessen*, de la mateixa manera com les grans cadenes de moda tampoc han eliminat les sabateries, les botigues de bosses de mà o les sastreries.

És del tot clar que aquest model de convivència és el que interessa el consumidor, i els professionals, les associacions i les administracions ens devem al consumidor, a banda que el comerç minorista és el sector econòmic que pateix més inflació. La nostra principal característica és donar el millor servei al ciutadà, pel nostre coneixement, la identificació dels seus problemes i la nostra proximitat, i per això és l'hora que tots fem un esforç, posant l'interès general per davant d'interessos particulars. Els nostres objectius són crear més de 180.000 llocs de treball entre directes i indirectes, acompanyats d'unes inversions adequades al voltant dels 15.000 milions d'euros.



Lluís Urpinell i Joan Miragall

El nostre personatge Nicolau Casaus

Fotografies facilitades pel centre de Documentació i Estudis del FC Barcelona

El proppassat mes d'agost ens va deixar en Nicolau Casaus. El presentem com el nostre personatge, però ho diem en sentit genèric, perquè una persona amb tanta humanitat pertany a tothom. El seu barcelonisme era de morro fort, però tenia el do de la simpatia i el *savoir faire*. Tant és així que sempre va ser un dels millors ambaixadors que el Barça i Catalunya tenien arreu del món.

Nat a l'Argentina, sempre va tenir per aquell país una especial predilecció. L'any 1986 hi va anar a presidir la inauguració de la Penya Barcelonista de Buenos Aires. L'any 1981 va entrar a formar part de la junta del FC Barcelona, presidida per en Josep Lluís Núñez, amb el càrrec de vicepresident que va exercir amb una gran professionalitat.

Va presidir durant anys la Penya Solera, al carrer Pelai de Barcelona. Aquesta entitat, tot i que es va crear amb un sentit lúdic, va acabar sent un emblema del barcelonisme. De fet, Nicolau Casaus va

esmerçar una part important de la seva dedicació al club a impulsar les penyes arreu. També era soci del Cadci.

Quan era jove, el seu tarannà demòcrata i català no estava ben vist per les autoritats franquistes, i primer el van empresonar i després el van condemnar a mort, tot i que al capdavant se'n va lliurar, i així va tenir més sort que el malaguanyat president del Barça Josep Sunyol, el qual no va gaudir ni d'un simulacre de judici i va ser executat l'any 1936.

En el transcurs de la seva vida al servei de l'esport català, en Nicolau Casaus ha tingut alegries i tristeses, tot i que més de les primeres que no pas de les altres; pel seu caràcter obert, li queien les llàgrimes en els moments emotius, perquè els vivia de tot cor, ho demostrava i encomanava el seu barcelonisme a tothom.

Nicolau Casaus, estimat per tothom, sempre et recordarem.

Josep Brunet i Sierra, gerent de la Biblioteca Pública Arús

Present, passat i futur de la Biblioteca Pública **Arús**

La primera biblioteca pública de Barcelona va complir el seu primer centenari l'any 1995. La Biblioteca Pública Arús fou llegada al poble de Barcelona gràcies a l'intel·lectual i filantrop Rossend Arús i Arderiu, l'any 1895



Per aquest fet, la ciutat es dotava no sols d'un extraordinari fons bibliogràfic que es conserva intacte per més que, encara avui, sigui desconegut per una gran part dels barcelonins, sinó també d'una autèntica joia arquitectònica. Dissenyada en el seu moment per l'il·lustre arquitecte, i amic personal de Rossend Arús, Bonaventura Bassegoda i Amigó, les obres foren dutes a terme pel mestre d'obres Pere Bassegoda i Mateu. De la decoració se n'encarregà Josep Lluís Pellicer i Fanyé. L'entrada, mitjançant una majestuosa escala feta de marbre, envoltada de columnes amb capitells jònics i adornada amb làpides commemoratives i un bust de Rossend Arús, situa el visitant enfront de l'escultura de Frederic-Auguste Bartholdi, reproducció de "La llibertat il·luminant el món". Es tracta d'una altra estàtua de la llibertat com les que trobem a Nova York o a París, encara avui dia símbols molt especials d'una forma de pensar.

Un cop dins la biblioteca, el lector tindrà a la seva disposició més de 70.000 volums registrats, podent consultar a través del Catàleg Col·lectiu de les Universitats de Catalunya (CCUC) les monografies publicades posteriorment a 1901, totes les publicacions periòdiques, la música impresa, les microformes, els documents cartogràfics, els manuscrits i els documents gràfics, amb

personal especialitzat per assessorar-lo, a les seves magnífiques sales de lectura que, gràcies a les aportacions de l'Ajuntament de Barcelona, la Diputació de Barcelona i la Generalitat de Catalunya, avui es troben totalment restaurades lluint la seva antiga bellesa

A la nostra ciutat, i més concretament a la Biblioteca Arús, entre d'altres obres importants es poden examinar les actes i la corres-

ponència manuscrita de l'Associació Internacional del Treball (AIT) durant els seus primers anys. En algunes d'elles es troba la signatura original de Pablo Iglesias, molt abans de la fundació amb d'altres persones del Partit Socialista Obrer Espanyol i la Unió General de Treballadors. Qualsevol estudiós dels moviments socials i de l'obrerisme disposarà aquí de tot tipus d'informació, de vegades úniques. Ja l'any 1929 el periodista i escriptor, col·laborador d'*El Socialista*, Juan José Morato, va definir la Biblioteca amb aquestes paraules: "Quizá no hay en España archivo ni biblioteca tan rico en documentos de este género." Així mateix, aquest tipus de publicacions no és l'únic que el lector pot consultar, sinó que disposa també d'obres sobre història general, música, medicina i art militar dels segles XVII, XVIII, XIX i mitjans del XX, entre d'altres temes.

La Biblioteca Arús és un important centre d'investigació de la maçoneria i moviment obrer

ment s'està incrementant amb importants donacions de particulars i de grans lògies de tot el món que aprofitant el Centenari de la Biblioteca hi han volgut col·laborar.

La Biblioteca Arús ha firmat convenis de col·laboració amb les universitats de Catalunya. També té conveni amb l'Ateneu Barcelonès, la Xarxa de Biblioteques de la Diputació de Barcelona, la Fundación Instituto de Estudios Políticos y Sociales, la Facultat de Biblioteconomia, el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, el Centro Ibérico de Estudios Masónicos i la Fundación Rosacruz. També té conveni amb la Gran Logia de España, la Gran Logia Simbólica Española, el Gran Orient de Catalunya, el Gran Oriente Español Unido, la Gran Lògia de Catalunya, la Gran Lògia d'Andorra, el Supremo Consejo Masónico de España, la Gran Logia de Canarias, el Gran Priorato de Hispania, el Gran Orient del Principat d'Andorra, el Suprem Consell del Grau 33 de Catalunya, la Gran Logia Femenina de España i el Centro Ibérico de Estudios Masónicos. Per tot això, en els darrers anys la Biblioteca Arús s'ha convertit en un autèntic centre d'investigació per a professionals i estudiosos de les matèries esmentades, i es troba en el camí cap al seu segon centenari.

Un punt i a part mereix l'important fons bibliogràfic referent a maçoneria. Rossend Arús, home modern, progressista i liberal del seu moment era maçó, i arribà al càrrec de Gran Mestre de la Gran Lògia Catalano-Balear, com també ho foren els seus marmessors que, seguint les instruccions que ell els va indicar abans de morir, es convertiren en els autèntics promotors de la Biblio-

25

Tallers de llengua i comunicació

Acaben de començar els tallers de llengua i comunicació per a socis del CADCI. Es tracta d'una iniciativa de la nostra entitat, impulsada des de la Fundació Comaposada, amb el suport de la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat i la col·laboració de la Federació de Comerç de la UGT de Catalunya. L'alumnat dels dos primers grups són persones associades al CADCI i, alhora, sindicalistes ugetistes en actiu. Els continguts d'aquests tallers són: llengua catalana, expressió oral, comunicació no verbal i escriptura. Els objectius són: començar a parlar en català, als qui encara no el parlen; parlar més en català; parlar amb fluïdesa en català; escriure més, escriure més bé; millorar el llenguatge no verbal i millorar el coneixement global de la llengua catalana. El professor de les sessions presencials és Joan Tudela i la professora del treball que es fa a través d'internet és la Rosó Herrera. Tot plegat encaixa amb la voluntat històrica i vigent del CADCI d'impulsar la normalització de la llengua catalana. Aquests dos primers cursos tenen lloc a Barcelona.



Història del Club Tennis Barcino

L'any 2003, arran del seu 75 aniversari, el Club Tennis Barcino va publicar un magnífic llibre sobre la història d'aquesta entitat tan arrelada a la vida de Barcelona i tan viscuda pels seus socis. Amb una acurada presentació, a través de textos i fotografies ens podem acostar a la història viva del club. El tennis neix l'any 1874 a Anglaterra i arriba a l'Estat espanyol durant l'Exposició Universal de 1888 de la mà de la colònia anglesa. L'any 1917, el CADCI instaura una secció de tennis amb unes pistes al carrer Alfons XII. Quan l'any 1928 la dictadura de Primo de Rivera dissolgué el CADCI, els seus esportistes crearen el seu propi club de tennis, i així va néixer el Club Tennis Barcino.



La recuperació dels "Papers de Salamanca"

El CADCI va ser una de tantes entitats catalanes que l'any 1939 van veure com les tropes rebels franquistes els incautaven tota la seva documentació, per a després utilitzar-la per a la repressió i l'assassinat. Fa molts anys que la societat catalana reclama la devolució d'aquesta documentació, tal i com estableix una llei i per raons de justícia. El propassat 21 d'octubre, la Comissió de la Dignitat va organitzar un gran acte al Palau Sant Jordi de Barcelona, durant el qual van pujar a l'escenari representants de les entitats que esperen que el sigui retornat allò que és seu; el CADCI hi va estar representat a través del seu president, Josep M. Andreu.

Ofrena de l'11 de Setembre

Fidels a la tradició del catalanisme, una representació del CADCI va participar en l'ofrena davant el monument a Rafael Casanova durant la Diada Nacional de Catalunya d'enguany. El dia abans s'havia assistit a la celebració institucional del Parlament de Catalunya. És bo recordar que a partir de 1905, el CADCI va encapçalar l'impuls social per a què la societat catalana oferís l'ofrena a Rafael Casanova cada 11 de Setembre i que aquella celebració ha estat la guia per a la seva continuïtat fins avui.

Manuel Lladonosa i Vall-Ilebrera

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

El CADCI en la història de Catalunya

La vida del Centre Autonomista de Dependents del Comerç i de la Indústria (CADCI) de Barcelona entre 1903 i 1939 és un bon exemple de la vitalitat de la societat civil catalana d'aquest període

D'una banda, aquesta entitat era formada per treballadors mercantils amb una mentalitat que aspirava a l'ascens en l'escala professional i l'establiment per compte propi, amb la corresponent traducció en una línia associativa moderada o reformista. De l'altra, es va adscriure, des del primer moment i de manera decidida, al moviment catalanista, del qual seria un dels principals components populars. Ara bé, es tractava d'una agrupació que es definia unitària i de composició plural, si bé aviat s'hi va sentir la influència de la Unió Catalanista i més endavant les agrupacions promogudes per Francesc Macià.

Fundació i primeres passes. La seva organització. La fundació del CADCI es va produir a principi de març de l'any 1903, després de diverses reunions al cafè dels 4 Gats. Catorze joves dependents signaren l'acta constitutiva i elegiren com a president Carles Font i Rovira. Van redactar una declaració –que va aparèixer al diari *La Veu de Catalunya* el 14 de maig del 1903–, en la qual situaven la seva iniciativa dins del moviment d'emancipació, llibertat i autonomia que commovia la societat catalana. Els promotors manifestaven la seva voluntat que la dependència mercantil i industrial adquirís, per mitjà de l'associació, “la palanca social més poderosa de l'època”, una presència i una capacitat d'influir positivament a favor de l'estament mercantil i dels drets de Catalunya. Alhora emmarcaven el seu esforç associatiu en la necessitat de substituir “l'acció tirànica i opressora de l'estat per l'acció lliure, fecunda i redemptora de la iniciativa individual”, és a dir, el que avui en diríem “societat civil”. Els iniciadors del CADCI dirigiren la seva iniciativa a la “instrucció i autonomia”; la propaganda de les doctrines autonomistes i difusió de la instrucció i cultura entre la dependència com a mitjà “per aconseguir la millora moral i material de les quals tan necessitada es troba la nostra classe”. S'hi afegirien el mutualisme, l'esport i l'excursionisme. Per complir aquests objectius van crear les seccions de propaganda (després secció permanent de propaganda autonomista) i la d'ensenyament (més tard, secció permanent d'educació i instrucció).

El CADCI aspirava a l'ascens en l'escala professional i l'establiment per compte propi dels dependents del comerç i la indústria, amb una línia associativa moderada o reformista, i es va adscriure al moviment catalanista

Les conferències van ser les primeres activitats, i Martí i Julià, tot tractant de l'esdevenidor del problema social, en va encapçalar la llista, a més de freqüentar sovint la seva sala d'actes i gaudir aquí d'un grup actiu de seguidors. En el futur s'hi podria escoltar tota mena de dirigents polítics i personatges de la cultura i la política, des d'un Francesc Cambó fins a un Andreu Nin. A mitjan novembre del 1903 es van fer les primeres classes d'aritmètica. A partir del 1904 van començar a funcionar les Escoles Mercantils Catalanes, on s'impartirien estudis d'idiomes, càlcul i tinença de llibres, taquígrafia, gramàtica, escriptura catalana i una assignatura denominada “Drets i deures del ciutadà”, que donava Joan Bardina. El 1909-1910 es va establir un pla d'estudis de quatre cursos que l'any següent va esdevenir de tres. Les classes serien, habitualment, de 9 a 11 h de la nit. Al maig del 1904 es formava una comissió encarregada d'estudiar la constitució d'una germandat o mutualitat per als socis que havia de donar lloc a la formació de la secció permanent de socors mutus per a casos de cessantia, invalidesa i malaltia. Alhora també s'endegaven activitats esportives amb la secció d'excursionisme creada l'abril del 1903, que es diria més endavant d'esports i excursions, i que era una subsecció de la d'educació.

Els estatuts del setembre del 1903 estructuraven l'entitat en seccions permanents amb una important vida pròpia, representades en el consell directiu del Centre, i subseccions representades en les juntes directives de cada secció permanent. El president de l'entitat, el secretari general, el caixer i el bibliotecari eren elegits per la junta general de socis, mentre que els vicepresidents i vocals ho eren per les juntes generals de cada secció permanent. El català era la llengua oficial del Centre i aquest article no es podia modificar en el futur. Un butlletí, *Acció*, n'era el portaveu. A les tres primeres seccions permanents de propaganda autonomista, educació i instrucció i socors mutus, el 1910 s'hi afegirien la secció permanent d'esports i excursions i la de relació i treball (més endavant d'organització i treball). Els socis fonamentalment serien numeraris (o actius) i havien d'ésser assalariats, però també hi havia socis protectors que podien ésser d'altres nuclis professionals o antics socis actius establerts pel seu compte. En una reforma posterior dels estatuts aquests socis protectors passarien a ésser-ho de la secció permanent d'educació i instrucció. Els protectors sols tenien veu en el afers del CADCI i eren elegibles per als càrrecs de caixer i subcaixer.

Catalanisme i reformisme social: 1903 i 1914. El CADCI creixeria de pressa. L'abril del 1903 tenia 85 socis. Onze anys després, el 1914, superava els 3.000, el 1920 quasi eren 7.200, i prop de 10.000 el 1925. Les matrícules de les seves escoles també progressarien paral·lelament: de 489 matrícules durant el curs 1904-1905 es va passar a més de 1.400 matrícules a partir del curs 1916-1917, i de catorze matèries que s'impartien el curs esmentat del 1904-1905 a més de quaranta



^ Carnet de soci del CADCI número 13.219

✓ Inauguració el 1913 del local definitiu del CADCI a la rambla de Santa Mònica

> Congrés d'Empleats i Tècnics de Catalunya, Balears i País Valencià. Sala d'actes del CADCI, 13-15 d'agost de 1933

>> Portada de la revista Acció, 1931

el curs 1920-1921. Les escoles serien un dels factors principals d'impuls de l'entitat per la forta demanda que experimentarien i de mobilitat d'estatges del CADCI fins a la compra de la seva seu a la rambla de Santa Mònica l'any 1914.

El CADCI esdevindria un punt de referència del nacionalisme, tant en les seves activitats internes i periòdiques (inauguracions dels cursos, festes de l'aniversari, festa de repartiment de premis a partir del 1911, etc.) com en iniciatives exteriors, com l'organització de la commemoració de l'Onze de Setembre a partir del 1905, tot representant el gest iniciat el 1900 per la institució Catalunya i Avant. El protagonisme i la continuïtat del CADCI en aquesta celebració està en els orígens immediats i desenvolupament de l'actual celebració d'aquesta diada. El CADCI formaria part del catalanisme protestatari i reivindicatiu, sempre a punt per a denunciar qualsevol atemptat anticatalà o per a afirmar la pròpia identitat: al costat del moviment de Solidaritat Catalana, a favor de la Mancomunitat, etc. Alguns cops els seus animadors sortien fora de Barcelona amb l'objectiu de suscitar l'organització de centres de dependents com el seu i difondre el nacionalisme. A nivell social, l'evolució va ser més lenta i complexa. Com he indicat, al començament la instrucció i el mutualisme eren l'eina escollida per a la "millora del dependent". El 1910 aquesta actitud havia de modificar-se amb la creació de l'esmentada secció permanent de relació i treball i l'inici de l'activitat social del Centre dins d'una línia reformista, legal i possibilista, però que havia de connectar prou amb el tarannà real d'aquest grup social perquè, el 1913, esdevingués l'associació mercantil principal. La primera assemblea de dependents de Catalunya del 1913 en va ser una expressió visible.

Radicalització nacional i social. El panorama polític i social del país es va radicalitzar amb els fets de l'estiu del 1917, la campanya per l'autonomia del 1918-1919, la vaga de la Canadenca del 1919 i l'agitació sindical posterior. El 1915 el CADCI reformava els seus estatuts per reforçar l'actuació de la secció de relació i treball que prenia el nom d'organització i treball, la qual s'articulava en subseccions que havien anomenat des del començament gremis (denominació prou significativa i que evitava de recórrer al nom de "sindicat"). A finals del 1915 la secció permanent de relació i treball endegava una primera campanya per l'augment de salaris que es repetia el 1917.

S'assumien noves iniciatives en el camp cultural i festiu, com l'organització de les festes d'infants i flors o les vetllades teatrals, dirigides per Ignasi Iglesias el 1916 i 1917. El final de la Primera Guerra Mundial, que, en els ambients catalanistes, s'havia viscut com un conflicte a favor del principi de les nacionalitats, va portar un activisme nacionalista: homenatges als voluntaris catalans que havien participat a la guerra, als països aliats, a algunes de les noves nacionalitats i participació en la campanya autonòmica del 1918-1919, en la qual els membres del CADCI foren la força principal de les manifestacions populars per les Rambles. La conseqüència va ser la clausura del CADCI quan es declarà l'estat de guerra, a finals de gener del 1919, fins el 14 de juliol del 1919, que va ser obert parcialment, i fins el 22 de setembre, que ho va ser completament. Paral·lelament es continuava incrementant l'activitat associativa interior: dispensari, subsidis en cas de defunció, mútua femenina, mútua infantil, edició d'un butlletí escolar, establiment de tres especialitats en l'ensenyament de les escoles, creació d'un museu comercial i cursos complementaris (converses de comptables, educació artística, tècniques de transport, història de Catalunya, etc.). El 1918 el Centre endegava una caixa d'estalvis. S'adquiria un edifici surant, el Club de Mar per als esports de mar, i la secció esportiva completava les seves iniciatives amb la pràctica del tennis, el que contribuïa a popularitzar uns esports reservats, fins aleshores, als sectors benestants.

La lluita de classes dels anys vint va tenir els seus reflexos en el CADCI. Al seu si es van produir conflictes entre tendències moderades i socialitzants que acabarien en una mena de pacte amb l'arribada a la presidència de



Francesc X. Casals, que dirigia la secció d'organització i treball i era un representant dels socis renovadors. El CADCI passava a ésser dirigit per un sector de gent nacionalista i radical que donaria suport a Francesc Macià i a Estat Català, així com a la futura Esquerra Republicana de Catalunya, com el mateix Casals i Manuel Juliachs, i un nucli de socialistes catalanistes que s'arreglarien amb la Unió Socialista de Catalunya, com Ràfols i Camí. L'entitat accentuà el seu nacionalisme independentista en molts dels seus membres, i els seus posicionaments de classe. En aquest darrer nivell, tanmateix, va prosseguir l'estratègia reformista: nova campanya per l'augment de sous el gener del 1919, obtenció d'una comissió mixta del treball en el Comerç de Barcelona l'abril del 1920, celebració d'una nova assemblea de dependents que donaria lloc a la creació de la Federació de Dependents de Catalunya el gener de 1921, establiment d'una caixa contra l'atur forçós i creació d'una cooperativa d'habitatges que fou una de les bases de la secció permanent de cooperativisme i que es presentava com una alternativa al capitalisme.

El CADCI combatrà el clima de minva del moviment catalanista durant els anys vint, a causa de la radicalització social de l'època, amb una presència constant i l'impuls d'actes de sensibilització, protesta o solidaritat (per exemple amb el nacionalisme irlandès). En particular, havia de promoure per tot Catalunya, amb el suport d'altres centres de dependents, una campanya, l'any 1922, perquè els ajuntaments catalans signessin una declaració nacionalista en la qual s'exigia el dret a l'autogovern.

La dictadura i la Segona República. La dictadura, però, aturaria la vida i l'evolució del CADCI. Miguel Primo de Rivera va perseguir el CADCI i el deixà en mans dels sindicats lliures. Tots els socis s'aglutinaren en defensa de l'entitat, fora d'una minoria escassa que col·laborà amb els ocupants i que foren motejats amb el malnom de *filipinos*. L'arribada de la República facilità la recuperació del CADCI pels seus associats i la represa de les seves activitats. Francesc

Millora moral i material dels dependents a través d'instrucció, cultura, mutualisme, esport, excursionisme, etc. Les Escoles Mercantils serien un dels factors principals d'impuls de l'entitat

X. Casals, nomenat conseller de Treball de la Generalitat, va ser substituït per Manuel Juliachs en la presidència de l'entitat, canvi que consolidava la línia del nacionalisme republicà d'esquerres. Però llavors s'agreuaren les divisions en l'interior de l'entitat que havien començat a aparèixer en l'etapa anterior. Les posicions ideològiques de caire socialista revolucionari o comunista hi guanyaren pes. Sobretot va ser l'opció de la Minoria d'Oposició Mercantil a la

direcció del Centre que es constituí com una organització dintre de l'organització. Es tractà, de fet, d'un conflicte generacional, ideològic i polític que reflectia les tensions polítiques entre Esquerra Republicana i els grups a la seva esquerra, i fins i tot probablement al si de la mateixa Esquerra, i en aquest sentit es tractava d'una lluita pel control de l'entitat. Per a uns era el moment de fer del CADCI el bastió de la independència catalana, i per a altres –o uns i altres alhora– de convertir l'entitat en una sindical de treballadors mercantils.

El triomf de Jaume Cardús a la presidència del CADCI, al consell general del 17 d'agost del 1934, va representar la desclosa d'aquest procés, la participació del Centre en els fets del 6 d'octubre i, amb la mort de Jaume Compte, la projecció pràctica dels ideals nacionalistes dels nous animadors. El nou tancament del Centre i el context exterior no permeteren, tanmateix, que els nous dirigents de l'entitat poguessin dur a terme els seus projectes i establintessin la seva vida interior, desballestada per les tensions passades. El Centre romandria tancat fins després de les eleccions del 16 de febrer del 1936. Els associats que parlaven en nom de la secció d'organització i treball, des de les planes de la premsa, donaren suport a la candidatura del Front d'Esquerres, tot trencant així, per primer cop, la neutralitat oficial que mantenia l'associació.

A finals d'aquest mes, Pere Aznar, diputat al Parlament de la República, membre de l'antiga Minoria d'Oposició Mercantil i militant del Partit Català Proletari, va ser elegit president del CADCI, en detriment de la candidatura de Jaume Cardús. L'elecció, tanmateix, es donava en un clima i unes circumstàncies difícils i de poca participació electoral (Aznar va ser elegit per tot just 412 vots). En crear-se el PSUC la majoria dels dirigents del CADCI pertanyien als nuclis originaris d'aquesta formació política. En caure la UGT sota la influència comunista, el CADCI esdevenia, ja esclatada la guerra, una secció més d'aquella central sindical, en unes condicions evidentment antiestatutàries, però explicables per la situació generada

pel conflicte armat i el procés revolucionari. Encara, el juliol del 1937, Pere Aznar entrava a formar part del comitè executiu del PSUC. El CADCI va participar en l'esforç de la defensa republicana.

Acabada la guerra, l'exèrcit vencedor ocupava el CADCI i el clausurava. No obstant això, molts dels seus associats continuaren defensant el mateix ideari de l'entitat tant a l'exili com a l'interior.



L'actual fossar és part de l'antic cementiri de Santa Maria de les Arenes que, en construir-se el temple de Santa Maria del Mar, amb un nou fossar major a la plaça del mateix nom, passa a denominar-se fossa menor. El 1714 s'aprofità per enterrar-hi els patriotes catalans que moriren lluitant contra les hosts franco-espanyoles de Felip V, ja que era el més proper a la contesa, fins que a començaments del segle XIX la part no edificada es transformà en plaça pública.

La primitiva necròpolis. Prescindint de les tradicions tardanes que ens parlen de la vinguda a Barcelona, l'any 38, de Jaume el Major i la seva predicació en aquest lloc, trobem com a primera data de la presència d'una comunitat cristiana la de les persecucions ordenades per Dioclecià (s. III-IV). Situant-nos a la Barcelona d'aquella època, trobem els actuals barris de la Llotja, Santa Maria, la Seca i el Born convertits en un petit nucli de pescadors i terrissaires i una de les necròpolis del segle IV o començament del V que estaven situades al llarg dels camins que envoltaven la ciutat. Les restes d'aquesta necròpolis han estat trobades a l'interior de l'edifici del carrer de l'Espaseria a tocar del fossar (actualment carrer de Santa Maria) i també sota el presbiteri de l'actual temple i a la placeta de Montcada, així com pels voltants del passeig del Born, si bé les localitzacions podrien ésser de diferents enterraments.

Amb la promulgació de l'edicte de Milà (any 313) fou possible la construcció de capelles públiques per als cristians. No sabem la data certa en què Santa Maria fou edificada, si bé en principi era privada, car la documentació més antiga que en fa esment és del 22 d'octubre del 998 ("culos basilice sita est ante muros civitatis barchinove in littore maris" ex Lib. Ant., vol L, fol. 74, doc. 168), però el cert és que ja existia abans d'aquesta data, puix ací fou enterrada, si és que és verídica aquest personatge, la discutida Eulàlia de Barcelona, per Fèlix i d'altres parents, els quals la col·locaren en un sepulcre "cum lactilla et psallentes".

L'existència d'enterraments cristians en aquest lloc i el fet d'ésser focus de la nova religió poden ser deguts a la proximitat de l'antic port, canal d'entrada de nous corrents i idees al nostre país, i també a ésser lloc de residència de persones humils, allunyades de la ciutat emmurallada en la qual continuà viure el culte als déus pagans. Dues centúries després d'aquests fets, pels volts del 635, l'agustinià Quirico vingué de Toledo amb la intenció de restaurar i impulsar el culte a Eulàlia de Barcelona, a fi de posar en pràctica una de les resolucions del IV Concili de Toledo. Fruit de les seves gestions fou la construcció d'un monestir a la rodalia de Barcelona i el trasllat de la despulla de la santa a aquest nou emplaçament. A conseqüència de la invasió sarraïna retornà de bell nou al fossar i fou amagada entre els murs de l'església de Santa Maria de les Arenes.

Pere Camps

Passat i present del Fossar de les Moreres

La primera part d'aquest article es va publicar en el número d'abril d'enguany de l'anterior etapa de la revista Acció, però ara el publiquem sencer per a una millor comprensió i així també establim un lligam entre ambdues etapes de la revista



Des del 14 d'abril del 2002, l'entitat Perenne Fossar de les Moreres Memorial 1714 fa una ofrena floral cada diumenge, a les dotze del migdia, al Fossar de les Moreres



La nova església. El petit nucli de mariners s'anà desenvolupant gràcies a la proximitat de la Via de la Mar (carrers de l'Argenteria i de l'Espaseria), les Drassanes (carrer dels Canvis), el Rec Comtal i el mercat públic. Si hem de situar l'esglésiola i el fossar pels voltants del segle XII d'acord amb l'emplaçament que els dona Pi i Arimon, això és a la cantonada del carrer de l'Espaseria amb la plaça de Santa Maria, al sud trobaríem un arenys, on s'instal·là la peixateria general, amb barques dels pescadors varades, com cercant el petit resguard del Puig de les Falzies (actualment Pla de Palau); vers Badalona albiraríem el Puig dels Molins (l'actual Estació de França) i els estanyols del que seria el barri de la Ribera, ja mig amagats per les edificacions de la rodalia de Corbera, barriada de pescadors construïda pel capítol catedralici vers el 1209 en els sorrals concedits pel Rei Pere I –l'home de palla fou Dufort Corbera, relacionat amb el bisbe, i d'ell rebé nom el sector-; a llevant ens trobaríem amb una altra immobiliària de l'època als terrenys que Guillem-Ramon de Montcada rebé del comte Ramon Berenguer IV a canvi de la seva col·laboració en la conquesta de Tortosa. Per a edificar-los millor, els féu travessar per un carrer (Montcada). Amb aquestes construccions augmentà el nombre d'habitants i, consegüentment, el de feligresos, i així l'església del fossar es veié afavorida per algunes donacions, com ara: l'any 1208 es construí un nou altar dedicat a Sant Miquel, per Sanxa Marcús. Els altres foren: Santa Margarida (1257), per Berenguer Dufort; Santa Magdalena (1261), per Pere Moranta; Sant Jaume (1268), per Jaume Sebastida; Sant Pere (1286), per Bernat Quadres; Sant Joan (1287), per Pere Roca (recordem que a Barcelona les moreres negres s'anomenaven moreres de Sant Joan); Santa Anna (1304), per Pere Guardiola; Sant Gabriel (1322), per Elisenda de Canyelles; i Sant Vicenç i Santa Llúcia (1324), per Arnau Busquets.

Cal pensar que a l'edifici li treien tot el profit, però aquest ja no dona per a més i el 1324, amb el nomenament de Bernat Llull com a ardiaca, es comença a parlar de construir una nova església que la tradició popular enllaça amb una promesa de Jaume I. L'any 1329, Alfons el Benigne en col·locà la primera pedra i s'edificà al nord de l'antiga, però deixant una separació entre ambdues. El destí del vell edifici és bastant fosc, però el cert és que en van ésser desmuntades les capelles i traslladades al nou temple, ja que les dates de construcció de les actuals capelles són de l'antic edifici, és a dir, anteriors a la col·locació de la primera pedra. Més tard, el seu probable emplaçament serà destinat a fossar i habitatges. Potser va ser destruïda per l'incendi del 1377, i aprofitades les seves pedres, o bé s'ensorrà en el terratrèmol del 1428 que destruï igualment la rosassa de la nova església.

Catalunya Motor



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 unes condicions especials que a continuació detallem:



COMPRA VEHICLE NOU:

Descompte fins a un **8%** més aportació del fabricant en qualsevol versió dels models: **IBIZA, CORDOBA, LEÓN, ALTEA, TOLEDO I ALHAMBRA.**

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

COMPRA VEHICLES KM.0 I FLOTA DIRECTIUS:

Catalunya Motor disposa de la major oferta de vehicles de **km.0** i de **directius**, en tota la gamma **SEAT: IBIZA, CORDOBA, LEÓN, ALTEA, TOLEDO I ALHAMBRA.**

Més de 600 vehicles de total confiança i garantia, que oferim en exclusiva i **en condicions molt avantatjoses** a associats del CADCI.

Fins a **1000 euros de descompte** o sobretaxació del cotxe a canvi, en la compra de qualsevol model.

- Pla Doble Prever: Fins a **960 euros de descompte**, si tens un vehicle de més de 10 anys.*
- Tarifa VIP en finançament i assegurances
- Regal de kit de lliurament (triangles, catifes, llums, armilla).
- Fins a **2 anys de garantia addicional.**

Per a beneficiar-se de les condicions especials, serà imprescindible acreditació.

* Incompatible amb altres descomptes

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

Catalunya Motor S.A.

BARCELONA:
Zona Franca (Central)
C/ A Nº51 . Polig. Ind. Zona Franca
(antiga Fàbrica SEAT)
Tel. 93 298 25 00/45/17/40

BARCELONA:
Av. Madrid, 179 amb Galileo
Tel. 93 330 29 62

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

L'HOSPITALET:
Av. Carrilet, 219
Tel. 93 260 05 20



Catalunya Motor