

Un 65% dels clients prenen per foranes les marques catalanes que més valoren

Els establiments especialitzats i de restauració són els que tenen més notorietat, segons Comertia

EVA GARCIA PAGÁN / Barcelona

● Sis de cada deu consumidors no saben que les marques que compren són catalanes i es pensen que són estrangeres, segons dades de Comertia, Associació Catalana de l'Empresa

Farggi, Happy Books, Viena, Gaes, Fotoprix i Santiveri són marques catalanes, algunes amb projecció internacional consolidada i d'altres que treballen en la seva expansió, però nascudes al país. Però segons una enquesta duta a terme per l'empresa Hamilton per encàrrec de Comertia (Associació Catalana de l'Empresa Familiar de Comerç), un 65% dels consumidors creuen que són estrangeres. «No saben que són catalanes, les associen a una marca internacional, com una marca potent», explicava ahir Jordi Aymerich, responsable de l'estudi.

De fet, un 78,2% dels consumidors tenen una bona opinió de les empreses catalanes perquè valoren especialment la seva projecció exterior i la nacionalitat de les marques no els condiciona en la seva opció de compra en un 74% dels casos, segons l'informe.

En general, tenint en compte els indicadors de notorietat, compra i imatge, les marques més ben valorades són Pans&Co, Bocatta, Fotoprix, Llongueras, Santiveri, Viena i Farggi. Les quatre primeres han estat esmentades per més d'un 80% dels entrevistats (500 persones d'entre 18 i 65 anys) i se situen al mateix nivell que altres multinacionals amb inversions molt elevades

Familiar de Comerç, que dedueix també, a través d'una enquesta, que un 78,2% dels compradors tenen una molt bona opinió de les empreses catalanes. Algunes firmes, com ara Pans&Co, Bocatta, Fotoprix, Llongueras i

Santiveri, han estat reconegudes per més d'un 80% dels consumidors i se situen al mateix nivell que multinacionals amb inversions elevades en publicitat, com ara El Corte Inglés, Decathlon, McDonalds, Benetton i Fnac.



Una gelateria de la cadena Farggi, del grup Farga, a Palafrugell. / I. BOSCH

en publicitat i alta presència en el mercat, com poden ser El Corte Inglés, Decathlon, McDonalds, Benetton, H&M i Fnac. Per sectors, els establiments que concentren una major notorietat de marca són els especialitzats (Fotoprix, Llongueras, Discos Castelló, Happy Books, Gaes, Òptica Cottet i Solmanía) i els de restauració (Pans&Co, Bocatta, Farggi, Viena, Fresc Co i El Mussol).

Entrepanes i gelats, els més comprats

● Sens dubte les marques més reconegudes són les de restauració, les que tenen establiment a cantonada sí cantonada no i les que ofereixen més bona relació qualitat preu. Segons l'enquesta encarregada per Comertia, Pans&Co i Bocatta són les marques que més usuaris han tastat (85,3% i 78,4%, respectivament). Però també la cadena de revelat de fotos Fotoprix té una implantació forta, ja que un 73,8% dels enquestats reconeixen haver-hi comprat en alguna ocasió. Marques també

gastronòmiques com ara Viena i Farggi revelen també un nivell de compra elevat, tot i no ser presents entre les vint marques més conegudes, i Llongueras, per la seva banda, resulta una marca molt més coneguda que utilitzada.

En els sectors en què competeixen, les cases Veritas, Santiveri, Chocolat Factory, Punto Blanco, El Mussol, Viena, Pans&Co, Bocatta, Expomobi, Fotoprix, Solmanía, Gaes, Llongueras i Pepa Paper ocupen una posició dominant.

Inditex crea una nova marca que es dirà Uterqüe i està destinada a accessoris, calçat i complementos

JOAN OLLER / EFE / Madrid

● El grup tèxtil Inditex va anunciar ahir que aquest any llançarà al mercat mundial un nou concepte comercial especialitzat en accessoris, calçat i complementos de moda, que s'anomenarà Uterqüe. Inditex preveu que durant aquest exercici s'obrin entre 20 i 30 establiments de la nova cadena. Així ho va explicar ahir el grup tèxtil

en un comunicat amb motiu de la presentació dels resultats de l'exercici 2007. Segons la mateixa companyia, Inditex va guanyar 1.260 milions d'euros l'any passat, un 25% més que en l'exercici anterior. La xifra de negoci del 2007 va ser de 9.435 milions d'euros, un 15% més que el 2006, i es van obrir 560 nous locals, un 80% dels quals fora de l'Estat

espanyol. El grup va invertir 942 milions d'euros i va fer especial èmfasi en l'expansió internacional, que va ser un 6% superior a la del 2006. La major part d'aquestes inversions es va dedicar a l'obertura de noves botigues, amb les quals ja disposa de 3.691 establiments en 68 països, quatre més que l'any anterior, a Croàcia, Colòmbia, Guatemala i Oman. Tam-

bé destaquen les inversions per a la nova plataforma logística de Meco, a Madrid, i a l'increment de capacitat de la resta de plataformes existents. El grup va generar 10.277 ocupacions el 2007 i la plantilla al final de l'any va quedar en 79.517 persones.

Les vendes internacionals d'Inditex van significar un 62,5% del total, contra el 60,4% del 2006;

el format de Zara va obtenir un 72% dels seus ingressos en el mercat exterior, i Bershka i Massimo Dutti arriben a prop del 50%. Un 42% dels ingressos d'Inditex va correspondre a Europa, un 37% a l'Estat espanyol, un 11% a Amèrica i un 9,5% a Àsia. Els principals mercats del grup durant els pròxims anys seran sobretot França i Itàlia.

Pimec alerta que la crisi afecta les pimes, que tenen menys capacitat financera

● Barcelona. Pimec va alertar ahir que la crisi posarà en un situació «difícil» les petites i mitjanes empreses (pimes), que tenen menys capacitat financera que les grans companyies. En la presentació de l'anuari de la pime catalana del 2007, el president de la patronal, Josep González, va reclamar al nou govern estatal que generi «confiança», perquè les entitats financeres sàpiquen transmetre'n a les pimes. En relació amb la davallada de la construcció, va proposar que es destinin més fons al sector dels serveis i la indústria, i que s'allarguin els crèdits. González va demanar al nou govern de l'Estat mesures «pal·liatives» contra la crisi immobiliària com ara l'acceleració dels projectes d'infraestructures i el pla d'habitatge protegit. Malgrat això, va advertir que aquestes mesures no podran compensar el nombre de llocs de treball que es perdran en el sector de la construcció d'habitatge privat. A més, González va reclamar una reforma laboral per posar fi a l'entorn «rígid». El sector empresarial de les pimes, que representa un 60,1% del PIB català, va créixer durant l'any 2005 un 4,4% en termes reals. Aquesta dada contrasta amb la de les grans empreses, que representen un 32% del PIB, que només va augmentar un 2,3%. En el període 2000-2005 s'ha enregistrat un fort creixement del nombre d'empreses a Catalunya, que van passar de 459.817 a 517.006. També s'ha incrementat el nombre d'ocupats en uns 250.000, ja que ara les pimes ocupen gairebé 1,99 milions de persones. La productivitat de les grans empreses entre el 2000 i el 2005 ha estat més destacada en les grans empreses —ha crescut un 0,6%— que en les petites i mitjanes empreses, una tendència positiva que apunta cap a un estancament. / M.A.L.