

13.30h Accelerating Sustainable Energy

Sr. Pere Brugal · Director de Tesla Sud d'Europa

La missió de Tesla és la d'accelerar la transició del món a l'energia sostenible amb una gamma completa d'automòbils elèctrics cada vegada més assequibles. Tesla es va fundar el 2003 per un grup d'enginyers que volien provar que la gent no havia de fer concessions per a conduir vehicles elèctrics, i que aquests podien ser millors, més ràpids i més divertits de conduir que els vehicles de gasolina. Avui Tesla, amb seu a Califòrnia, no només dissenya i fabrica vehicles completament elèctrics, sinó que també subministra productes de generació i emmagatzematge d'energia, neta i escalable.



.comertia

www.comertia.net  
www.jornadaretailcomertia.net



14.00h

Conclusions, a càrrec del Sr. Santi Pagés · Economista  
Cloenda, per part del Sr. German Cid · President de Comertia

14.15h

Tancament de la Jornada

Patrocinadors



Col·laboradors



# XVI Jornada Retail Valors per Competir

6 de novembre  
Barcelona - Cosmocaixa

.comertia

8.30h

**Recepció d'assistents**

9.00h

**Benvinguda****Sr. German Cid** · *President de Comertia***Sr. Carlos Gramunt** · *Director d'Empreses, Territorial Barcelona, CaixaBank***Sr. Joaquim Ferrer** · *Secretari d'Empresa i Competitivitat, Conselleria d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya  
Ajuntament de Barcelona*

9.30h

**Valors com a factor de competitivitat****Sra. Magda Espuga** · *CEO Kiss Retail Management Consulting*

Presentació de l'estudi de Comertia encarregat a KISS Retail (Ebeltoft Spain) amb els resultats de la recerca internacional sobre retailers amb valors responsables. A través de l'exposició de diferents casos de retailers d'Europa i del món, es posarà de manifest que l'equilibri entre la responsabilitat social corporativa i el negoci és possible, i com, en alguns casos, el valor empresarial es situa en la missió de la companyia. Una tendència cada cop més respectada i demandada per part dels consumidors.



9.50h

**Bloc I: Alimentació amb valors****Com canviar el món des d'un supermercat****Sr. Silvio Elias** · *Director general Veritas*

El primer supermercat ecològic d'Espanya neix en el si d'una família amb una llarga trajectòria en la distribució alimentària. Fundada l'any 2002, a Veritas se li reconeix la tasca d'educar i conscienciar a la població sobre com millorar l'alimentació i com portar un estil de vida més saludable.

Amb el lema de "el menjar de veritat", Veritas és avui la cadena de supermercats líder en compromís amb la salut de les persones i la sostenibilitat a Espanya i BCORP els reconeix com el primer supermercat d'Europa que genera un impacte positiu en la societat i el medi ambient.

**Supermercats amb valors humans****Sr. Michael Skou** · *Director de Recursos Humans Rema 1000*

L'empresa líder en alimentació, Rema 1000 és la segona cadena més popular de Dinamarca, només superada per Lego. Amb més de 300 supermercats, l'empresa va facturar 2.300M€ al 2017 i els seus valors han suposat una autèntica revolució en el model de franquícia.

D'origen familiar, propietat de Grup Reitan, la seva proposta de marca és oferir "descompte amb actitud". Sota aquesta premissa, Rema 1000 ofereix als seus clients productes a preus baixos, amb alts estàndards de qualitat i amb el menor impacte en medi ambient. La companyia basa totes les seves decisions en una política de responsabilitat social que es fa extensiva a persones, comunitat local, ètica en els negocis, desenvolupament social i sostenibilitat.

**REMA 1000**

Meget mere discount!

**Com generar impacte positiu a través d'un negoci de gelats****Sr. Xavier Mon** · *Vicepresident de Gelats Unilever (Ben&Jerry's)*

Ben Cohen i Jerry Greenfield van aprendre a fer gelats en un curs per correspondència i poc després van crear la seva primera botiga (1978) amb tres objectius ben clars: fer el millor gelat possible, utilitzar el negoci per generar impacte positiu i divertir-se.

A Ben&Jerry's tenen els valors com a pilar fonamental del negoci, fent el millor gelat possible de la millor manera possible i utilitzant el negoci i les connexions amb els consumidors per generar un impacte positiu i promoure el canvi cap a un planeta i una societat més justos.

**Compromís per la sostenibilitat****Sr. Jordi Vidal** · *Cofundador i director general d'UDON Restaurants*

UDON neix a Barcelona al 2004 de la mà de Jordi Vidal i Jordi Pascual, van agafar com a referència les receptes tradicionals de diferents països del continent asiàtic i les van adaptar als gustos, sabor i ingredients occidentals.

El novembre de 2017 i amb els mateixos valors i ànima que quan va néixer, UDON engega un projecte integral i transversal en Sostenibilitat com a principal estratègia de marca; centrada en les Persones, el Producte i el Planeta.

En aquesta presentació, es detallaran els objectius i el procés d'implantació de les accions dutes a terme.

**Debat****Moderador Bloc I i III: Sr. Enric Jové** · *CEO McCann Barcelona***McCANN**

11.05h

**Bloc II: Els consumidors conscients volen CEO's conscients****Sr. José María Batalla** · *Soci fundador i director creatiu de 1000friends i de l'estudi de disseny més estrany del món: La Casa de Carlota*

D'un temps ençà, les empreses i les seves marques estan descobrint que els consumidors ja no els són tan fidels malgrat tots els seus esforços per aconseguir el seu afecte.

La publicitat porta anys contaminant el món i tractant al consumidor com un idiota. Està perdent la credibilitat d'un consumidor cada vegada més interessat en qüestions més relacionades amb el compromís de les marques en temes tan poc comercials com són el medi ambient, la justícia social i la sostenibilitat. Ha nascut el consumidor conscient.

**1000FRIENDS**

11.25h

**Coffee break**

11.50h

**CaixaBank**

12.00h

**Bloc III: Innovació i valors****Join Life: la moda sostenible****Sr. Alfred Vernis** · *Director acadèmic de Sostenibilitat Grup Inditex*

Grup Inditex està incrementant, any rere any, el seu compromís amb la sostenibilitat, la promoció dels drets humans i la transparència. La companyia ha alineat els seus plans amb l'agenda de Nacions Unides 2030, per contribuir als 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (SDG) que pretenen afrontar el canvi climàtic, la pobresa i la desigualtat. Des de la vessant més humana, l'any 2002 el grup va posar en marxa la iniciativa social "For&From", una xarxa de 14 botigues que són gestionades per empreses socials i hi treballen persones amb discapacitat.

De la mà del responsable de sostenibilitat del grup, coneixerem el darrer projecte "Join Life", una etiqueta de roba sostenible que identifica les peces de roba produïdes en fàbriques certificades amb qualificacions A o B, tant en auditories socials com en avaluacions medi ambientals.

**INDITEX****Patagonia: sostenibilitat i traçabilitat****Sr. Nicholas Allen** · *Responsable de Traçabilitat Patagonia*

Patagònia és una marca de referència en el món de l'esport, per la qualitat del seu producte, i per haver mantingut el lideratge en el seu compromís amb el medi ambient. Avui dia aquest compromís es manifesta en el seu activisme corporatiu i també en la seva tasca dins de la cadena de subministrament.

Nick Allen gestiona el programa de traçabilitat a Patagònia, treballant amb proveïdors de tot el món per assegurar l'origen sostenible del material. Nick ens explicarà com Patagònia busca influir de manera positiva sobre les condicions mediambientals, socials i aquelles relacionades amb el benestar animal en la seva cadena de subministrament.

**patagonia****Misui com a marca editora de joiers****Sr. Joan Gomis** · *Director general Misui*

Misui és una marca editora de joiers, nascuda a Barcelona, que col·labora amb els seus dissenyadors per desenvolupar propostes innovadores combinant creativitat i ofici. El projecte neix de mans de la família Vendrell, propietaris d'Unión Suiza, amb vocació de permanència per les següents generacions i amb la voluntat d'influir positivament en el sector i en la ciutat. La marca aposta pel talent local, tant al disseny com a la producció, contribuint a la generació de teixit empresarial local i al manteniment de l'ofici a Barcelona. La marca dedica esforços a la innovació, buscant solucions tècniques que donin resposta a les necessitats creatives.

**MISUI****El valor de la família en el món del vi****Sr. Miquel Torres** · *Director general de Família Torres*

Cuidar la terra, cercar l'excel·lència i difondre la cultura del vi són valors que han passat de generació en generació. La cinquena generació se centra avui a transmetre el llegat familiar, elaborant vins que provenen de vinyes singulars i finques amb història i recuperant varietats ancestrals catalanes. Un projecte que, a més de recobrar el patrimoni vitícola pot esdevenir una solució de futur en un escenari de canvi climàtic, el repte més gran que té actualment la viticultura i que la Família Torres combat adaptant-se i reduint les seves emissions per mitigar-ne els efectes.

Família Torres és membre de les Primum Familiae Vini, una associació que integra 11 de les famílies centenàries elaboradores de vi més reputades del món.

**FAMILIA TORRES**