

# la lettre

Nº312

ABR-MAY-JUN

BARCELONA

2022

## FLUIDRA gana el XXII Prix Pyrénées



Eloi Planes, director general de Fluidra.

2  
4

### PORTADA

### ACTUALIDAD

COMUNICA  
DE FORMA EFICAZ

VENDER A CARREFOUR

VENDER A DECATHLON

EL VALOR DEL RESEARCH

10

### ACTIVIDAD ASOCIATIVA

COMISIÓN  
DESARROLLO SOSTENIBLE

CÓMO ACCEDER A LOS  
FONDOS NEXTGEN

COMISIÓN CFO

XXIIIº TORNEO DE GOLF

NUEVOS MIEMBROS

CONSEJO ADMINISTRACIÓN

20

### ENTREVISTA

23

### NUEVOS SOCIOS

27

### ES NOTICIA

# Fluidra recibe el XXII Prix Pyrénées por su apuesta por el mercado francés

BCN | 13 JUN 2022

El restaurante el Xalet de Montjuïc acogió por la noche la entrega del XXII Prix Pyrénées. La edición de este premio tuvo lugar en el transcurso de una cena de gala, con música en directo y al aire libre con vistas al skyline de Barcelona donde se dio cita una vez más el mundo empresarial franco-español. Al acto acudieron 150 empresarios, directivos y miembros de la sociedad civil además de las empresas colaboradoras **BNP Paribas y Mazars.**

El Prix Pyrénées se entrega anualmente desde el año 2000. Se otorga a una empresa, entidad o persona que, por su actividad y dinamismo, ha contribuido al desarrollo de las relaciones entre Francia y España.

**Christian Marion**, director general de la Cámara de Comercio e Industria Francesa de Barcelona comenzó dando la bienvenida y las gracias a todos los socios que juegan un papel fundamental en el ecosistema empresarial franco español de Catalunya y de la Cámara; incluyendo al resto de la sociedad civil catalana allí presente. Continuó con la lectura del acto del jurado (formado por representantes de la Cámara de Comercio Francesa de Barcelona, la Cambra de Barcelona, Foment del Treball Nacional, Pimec y el Grupo Godó de Comunicación) que otorgó -por unanimidad- premiar, en su vigésima segunda edición a **FLUIDRA.**

En su fallo, el jurado quiso reconocer desde su nacimiento en 1969 en Sabadell cuando cuatro familias fundaron la compañía Astral dedicada a la fabricación de componentes para piscinas. En 1976 creo su primera delegación en Francia, siendo el país gallo la primera apuesta internacional

del grupo que actualmente cuenta allí con 16 delegaciones propias y un plan estratégico para incorporar un centro logístico cerca de Lyon que será complementario al que actualmente tiene en España.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la concesión del Prix Pyrénées reconoce la apuesta de

**Fluidra ha estado muy vinculada a Francia desde el principio de nuestra historia y, precisamente, fue el país que nos abrió la puerta a una de nuestras grandes señas de identidad: la internacionalización.”**

FLUIDRA por el mercado francés, así como el dinamismo de una empresa familiar catalana que pugna por la calidad y la internacionalización y cuya presencia en Francia es importante y destacada.

El cónsul general de Francia en Barcelona, **Olivier Ramadour**, el presidente de la Cámara, **David Cabero** y el director general **Christian Marion** hicieron entrega del premio a **Eloi Planes**, presidente de FLUIDRA que declaró: “Recoger este premio es un honor para nosotros y nos motiva a seguir trabajando tan duro como hasta ahora. Fluidra ha estado muy vinculada a Francia desde el principio de nuestra historia y, precisamente, fue el país que nos abrió la

puerta a una de nuestras grandes señas de identidad: la internacionalización. Hace ya más de 45 años que dimos el salto a Francia y nuestra vinculación con este mercado ha sido clave a lo largo de todos estos años y os puedo garantizar que lo seguirá siendo en el futuro. En el sector de la piscina Francia, es el segundo mercado a nivel global, sólo superado por Estados Unidos; y también es uno de nuestros grandes mercados hoy y uno de los motores que nos ha permitido crecer en los últimos años”.

Por último, David Cabero, presidente de la Cámara y director general Europa Grupo BIC, clausuró el acto e hizo un análisis sobre la situación económica y política del país y señaló el importante papel que juega la Cámara Francesa en este encuadre: “Vivimos momentos de alta incertidumbre, situaciones de inflación y de conflictos geopolíticos en Europa no vividos en las últimas décadas. En un momento en los que vemos también reducidas las fuentes de información de calidad, el rol de la Cámara de Comercio Francesa de Barcelona es aún más relevante. Es en momentos como estos en los que generar espacios para tratar temas relevantes tiene un gran valor para nuestros socios. Estos espacios nos permiten a todos entender mejor lo que está pasando a nuestro alrededor, informar mejor nuestras reflexiones y decidir mejor”.

”





“

**Vivimos momentos de alta incertidumbre no vividos en las últimas décadas. En un momento en los que vemos también reducidas las fuentes de información de calidad, el rol de la Cámara de Comercio Francesa de Barcelona es aún más relevante.**

”



**ACTUALIDAD**



# Comunica de forma eficaz y gánate a tu audiencia

BCN | 17 MAY 2022



**Javier Corrales**



**Arantxa Gómez**

La habilidad de hablar en público es esencial para hacer una presentación, pero también para liderar una reunión con clientes, para llegar a acuerdos con proveedores, para transmitir directrices e incluso para motivar y liderar equipos. Cada vez que intervenimos sin estar preparados, sin comunicar con claridad y sin conectar con las necesidades de nuestra audiencia es una oportunidad perdida para: Realizar una venta, resolver una necesidad de un cliente, sumar financiadores o socios a nuestros proyectos, que se comprenda bien un servicio o producto, etc.

Javier Corrales, facilitador especializado en comunicación y desarrollo personal y profesional y Arantxa Gómez, facilitadora especializada en comunicación y desarrollo de científicos, técnicos y empresas, nos explican cuáles son los errores más comunes a la hora de comunicarnos.

## ¿Qué es ser un buen comunicador?

Arantxa: En mi opinión, ser un buen comunicador es ser capaz, no solo de transmitir un mensaje, una información o un conocimiento de una forma clara, cercana, memorable, sino de crear una conexión emocional y real con la audiencia o con la persona que nos escucha.

## ¿En qué puntos debemos incidir para que nuestra comunicación sea eficiente?

Arantxa: Principalmente en dos. Una en definir con claridad el objetivo de nuestra comunicación y los mensajes principales y secundarios que están alineados con nuestro objetivo, y

un segundo y no menos importante, el conocer a la audiencia para que podamos conectar con ella, con sus preocupaciones y con sus necesidades. Es un continuo baile entre estos dos aspectos, pero muchas veces es la conexión y el impacto emocional el que permite que de manera genuina podamos cumplir con nuestro objetivo. Por ejemplo, si nuestro objetivo es vender, nos comprarán un producto/servicio o proyecto cuando cubramos las necesidades del cliente y cuando confíen en nosotros.

## ¿Qué consideras más importante en la comunicación?

Arantxa: Hay muchos factores para tener en cuenta, pero para mí uno que resulta clave, al margen de lo comentado en la pregunta anterior, es nuestra actitud y nuestra gestión emocional.

Suele ser común el trabajar a conciencia el mensaje y el discurso que vamos a dar a los demás, olvidándonos del discurso que tenemos con nosotros mismos.

De ahí depende en gran medida el impacto que vamos a generar con nuestra intervención, pues, por ejemplo, no resultaremos creíbles ni convincentes para nuestra audiencia si antes no creemos y estamos convencidos de nosotros mismos y de lo que vamos a comunicar.

## ¿Todo el mundo está preparado para ser un buen o buena comunicador/a?

Javi: Sí y no. Me explico, nosotros creemos que todos tenemos la capa-

cidad de ser un buen comunicador/a. Todo el mundo tiene algo que aportar, su estilo personal. Por otro lado, es cierto que sin preparación es difícil que esas capacidades brillen de forma automática. En nuestra experiencia es necesario un entrenamiento y mucha práctica para ser capaces de comunicar de forma eficaz.

## ¿Cuáles son los errores más cometidos?

Javi: Algunos de los clásicos son proyectar un power point con mucho texto y limitarse a leerlo, hablar demasiado rápido, no interactuar con la audiencia y limitarnos a hablar de nuestro libro, la falta de preparación... La lista puede ser larga, pero seguramente uno de los más relevantes es no tener en cuenta a la audiencia, a quien tenemos delante y caer en monólogos, que a veces pueden incluso ser muy aburridos. Como decía Kean Haemer, preparar una presentación sin tener el público en mente es como escribir una carta de amor empezando con: "A quién le pueda interesar".

## ¿Cuáles son las mejores prácticas para una comunicación eficiente?

Javi: A parte de tener claro nuestro objetivo, tener en cuenta a la audiencia y practicar mucho, nos hemos dado cuenta de que la velocidad de aprendizaje aumenta de forma exponencial cuando aprendemos a autogestionarnos. Si estamos muy nerviosos, tensos o incluso con algo de miedo, es muy probable que eso se perciba. Por el contrario, si estamos confiados, seguros y motivados el impacto de nuestra comunicación puede ser extraordinario.

# Vendre à Carrefour España

BCN | 18 MAY 2022



## Clovis Evrard

Chef produit bio MMD  
Carrefour España

Ont participé aux présentations :



Courant du 1er semestre, notre Chambre a inauguré le cycle de webinaires "Vendre à" qui facilitent la connexion des entreprises françaises et espagnoles avec les acteurs de la distribution dans les deux pays, notamment dans le secteur bio.

Illustration avec Carrefour España qui a animé la rencontre digitale du 18 mai dernier. Son objectif était d'étoffer sa gamme de produits bio et innovants à commercialiser en Espagne, notamment des produits de boulangerie industrielle, des apéritifs/snacks salés, des barres de céréales et des pâtes feuilletées pour leur fabrication en MDD.

Pour mémoire, Carrefour compte plus de 2 000 références bio en magasin, dont 420 en MDD dans la gamme produits de grande consommation (+80 en 2020) et l'ambition de la marque est d'arriver à 1/3 de ventes MDD au niveau groupe en 2022. Cet objectif étant déjà atteint pour le bio depuis l'année dernière, les référencement à venir porteront sur les gammes "durables": vegan, sans gluten, pack bio sourcés, etc.

**Clovis Evrard**, chef de produit bio marques distributeurs (MDD) chez **Carrefour España** s'est prêté au jeu des pitches de 3 marques bio présélectionnées, toutes certifiées IFS food.

Biovence, spécialiste des pâtes bio et végétal ainsi que du couscous bio. L'entreprise est située en Provence dans le sud de la France. 40 salariés, plus de 60 références produits.

Duc de Gascogne, société familiale spécialiste des terrines, pâtes, foie



gras bio. L'entreprise est située dans le sud-est de la France. Avec plus de 300 références, ils sont capables de créer la recette qu'il faut pour le marché ciblé.

Pâtisserie des Flandres, spécialiste de gaufres bio, des gaufrettes aux légu-



mes et aux fruits, et au fromage. Entreprise familiale localisée à la frontière franco-belge. 39 salariés tous issus du milieu de la pâtisserie.

La route est longue jusqu'au référencement, mais les entreprises répondent a priori aux exigences de l'enseig-

ne pour passer les différentes étapes qui mèneront leurs produits aux linéaires de Carrefour et répondent d'ores et déjà aux conseils de Clovis Evrard données aux marques qui souhaitent travailler en MDD.

**- S'assurer d'être prêt :** assurez-vous d'avoir les prérequis nécessaires pour éviter un faux-départ ou un développement sans fin (par ex : une date d'audit IFS n'est pas suffisante vu les nombreux retards)

**- Commencer petit pour apprendre :** le développement en MDD a une myriade d'étapes, d'interlocuteurs, de documents ; centrez-vous sur un seul projet pour ne pas être submergé.

**- Penser à l'après-lancement :** un contrôle qualité réactif et rigoureux, une logistique fluide et des propositions d'amélioration du produit renforceront la collaboration.

**Deux autres webinaires ont été organisés :**

"Vendre à **Senslac**", distributeur de produits sans lactose, sans gluten à la recherche de nouveautés et d'innovation pour ses gammes de produits.

"Vender a **Decathlon**", pour un sourcing Espagne de produits nutritionnels pour sportifs ; nouvelles idées et nouvelles formules pour barres et gâteaux sec énergétiques et gummies notamment.

Ces trois expériences l'ont permis à la Chambre de positionner les marques françaises et espagnoles de l'alimentaire et de la nutrition bio auprès de la distribution en Franc et en Espagne.

Retrouvez-nous sur :

[www.tucanalbio.com](http://www.tucanalbio.com)

[www.lepicerie-espagnole.com](http://www.lepicerie-espagnole.com)

# Vender a Decathlon Francia

BCN | 31 MAY 2022

Dentro del programa “Vender a” organizamos un webinar con el objetivo que los productores españoles compartan en un ambiente privilegiado con un distribuidor francés en búsqueda de nuevos productos.

En este caso presentamos la marca blanca de **Decathlon Francia** denominada Nutrition and Care. La marca francesa de deporte propone una oferta de productos de nutrición con la mejor calidad/precio del mercado.

Desde Decathlon entienden que no solo el deporte es sinónimo de salud, si no que la alimentación es una parte muy importante y fundamental de una vida saludable. Por ello tiene una amplia oferta de productos desde las proteínas hasta geles energéticos, pasando por la comida deshidratada. Toda esta gama de productos es para deportistas aficionados como para los que buscan experiencias físicas de alta intensidad.

Durante este evento online, Decathlon Francia se centró en la gama de productos denominados “Feeling Good” para deportistas aficionados que buscan un estilo de vida sano con un poco de deporte. **Alexis Grégoire**, sourcing nutrición en Decathlon Francia - Nutrition and Care, nos explicó que Decathlon está en búsqueda de productores de galletas, ricas en proteínas y complementos alimenticios en forma de ‘gomitas’, sin ser necesario que sean todos estos productos de origen bio. Estos productos se venderán bajo la marca Decathlon Francia.

El producto ‘Galletas con proteínas’ deberán ser de dos sabores, 50 gramos por galletas, ricas en proteínas, orgánicas con posibilidad de una referencia vegana para el futuro. También el chocolate deberá de proceder del comercio justo, con una denominación ‘clean & clear’ (composición pura y sana) e ingredientes locales (o europeos). Para las gomitas (gummies) deberán

## Alexis Grégoire

sourcing nutrition  
Decathlon Francia - Nutrition & Care



tener dos funcionalidades: sueño e inmunidad, un sabor por funcionalidad con una eficacia demostrada. Además, deberán tener forma de cúpula, con un packaging doypack o tarro/botella plástica y una composición pura y clara, sin composiciones artificiales.

En definitiva, se trata de una producción europea para productos con destino Europa. Los elementos clave de estos deberán ser: compartir valores entre productores y marca Decathlon, ser productos locales para reducir la huella de carbono, se valorará el volumen de negocio y que el producto que requieren no suponga más de 30% del volumen de negocio de la empresa proveedora. Es importante salvaguardar siempre la transparencia en la producción de los productos. Se hará además valoraciones de norma de calidad.

Las etapas del procedimiento de colaboración será el siguiente: Habrá un primer contacto, posteriormente un supplier form (informaciones sobre la empresa productora), NDA (para compartir informaciones sobre los productos), BOR (Best Offer Request) y visitas a la fábrica. Posteriormente a la etapa de selección se realizará una auditoría HRP, otra de calidad y finalmente se firmará el acuerdo para la comercialización.

Para finalizar este encuentro, dos empresas productoras españolas presentaron sus productos:

**Aurora Intelligent nutrition.** Se trata de una productora de fabricación de experiencia de diseño Tailor-made del producto. Formulan, asesoran, diseñan, fabrican y distribuyen productos de alimentación. Sus instalaciones se ubican en Estepa, localidad sevillana tradicionalmente asociada al mundo de la alimentación, especializados en la alimentación deportiva. Las barritas proteicas, los geles energéticos o los comprimidos multivitamínicos fabricados en Andalucía llegan a más de 190 países, a través de los 250 clientes que la compañía tiene repartidos por el mundo.

El **Grupo Mercadalia** es un consolidado grupo de alimentación y propietario, entre otras, empresas como: Damel Group y Boston Nutraceutical Science. Posee cinco plantas de producción a nivel nacional: dos en Valencia, una en Alicante, una en Valladolid y una en Sevilla. Todas las plantas se encuentran preparadas para la fabricación, de forma especializada e independiente, para líneas de confitería y snacks tradicionales, y para líneas de nutrición deportiva y suplementos nutricionales.

# EL VALOR AÑADIDO DEL RESEARCH Y LA INNOVACIÓN PARA EMPRESAS: El caso Innolab by Cofidis

BCN | 7 JUN 2022

La Innovación y el Research, más allá de una moda actual, demuestran con cifras que aportan valor añadido a las empresas que lo practican y mejoran la cuenta de resultados, las ventas y la satisfacción de sus clientes.

De la mano de **Innolab by Cofidis** y dentro de la **Comisión de Innovación** de la Cámara se celebró el pasado 7 de junio un webinar online sobre el valor añadido del Research y la Innovación para la empresa.

Innolab es el hub europeo para impulsar la digitalización y la competitividad empresarial de Cofidis Group y de cualquier empresa. Ahora cualquier organización puede disponer de lo último en tecnología y las plataformas online avanzadas para testar, presencialmente o en remoto, sus productos o servicios y la experiencia con sus usuarios, y también valorar la rentabilidad y el recorrido de sus productos en el mercado. En definitiva, Innolab acompaña en la mejora continua en la experiencia de cliente y en adelantarse a las nuevas necesidades del mercado.

---

**“Innolab es el hub europeo para impulsar la digitalización y la competitividad empresarial de Cofidis Group y de cualquier empresa.”**

Durante casi una hora y junto a **Quim Zurano**, Co-founder & CEO de **Paymefy** y **Elena Megía**, Innovation & UX Senior Research de **Innolab by Cofidis**, los asistentes pudieron comprobar porque el Research y la Innovación son más que una moda actual y pasajera. Y, además, mediante datos, los expertos de innovación de

Cofidis mostraron que la inversión en Innovación y Research es rentable para las empresas que lo practican ya que, entre otros motivos, el research ayuda a optimizar la rentabilidad del negocio, previene errores más difíciles de solucionar una vez terminado un proyecto, y al conocer mejor al cliente/usuario ayuda a crear soluciones más eficientes y asertivas para ellos.

En una sesión con un contenido práctico, se explicaron tres casos reales realizados por filiales de Cofidis Group en el Innolab, como son la optimización de la contratación de un seguro de crédito, la reducción de la tasa de abandono de la contratación de un crédito y la disminución de consultas al departamento de RRHH a través de la mejora de la intranet corporativa.

También se explicó la colaboración realizada entre Innolab by Cofidis y Paymefy. En concreto, Quim Zurano, comentó cómo el research realizado junto al hub de innovación de Cofidis España le permitió conocer de primera mano que uno de los productos que quería lanzar al mercado de las pymes no era conveniente realizarlo en ese momento, pues el mercado no estaba suficientemente maduro para recibir sus soluciones. Para él, fue muy satisfactorio haber realizado esta investigación pues evitó la inversión de recursos que hubieran tenido un retorno de inversión más dilatado en el tiempo de lo deseado.

Todos aquellos que no pudieron asistir al webinar y que quieran verlo, o si quieren volver a visualizarlo, está disponible en el siguiente enlace del canal de Youtube de Cofidis España.



**Elena Megía**

Innovation & UX Senior Research  
Innolab by Cofidis

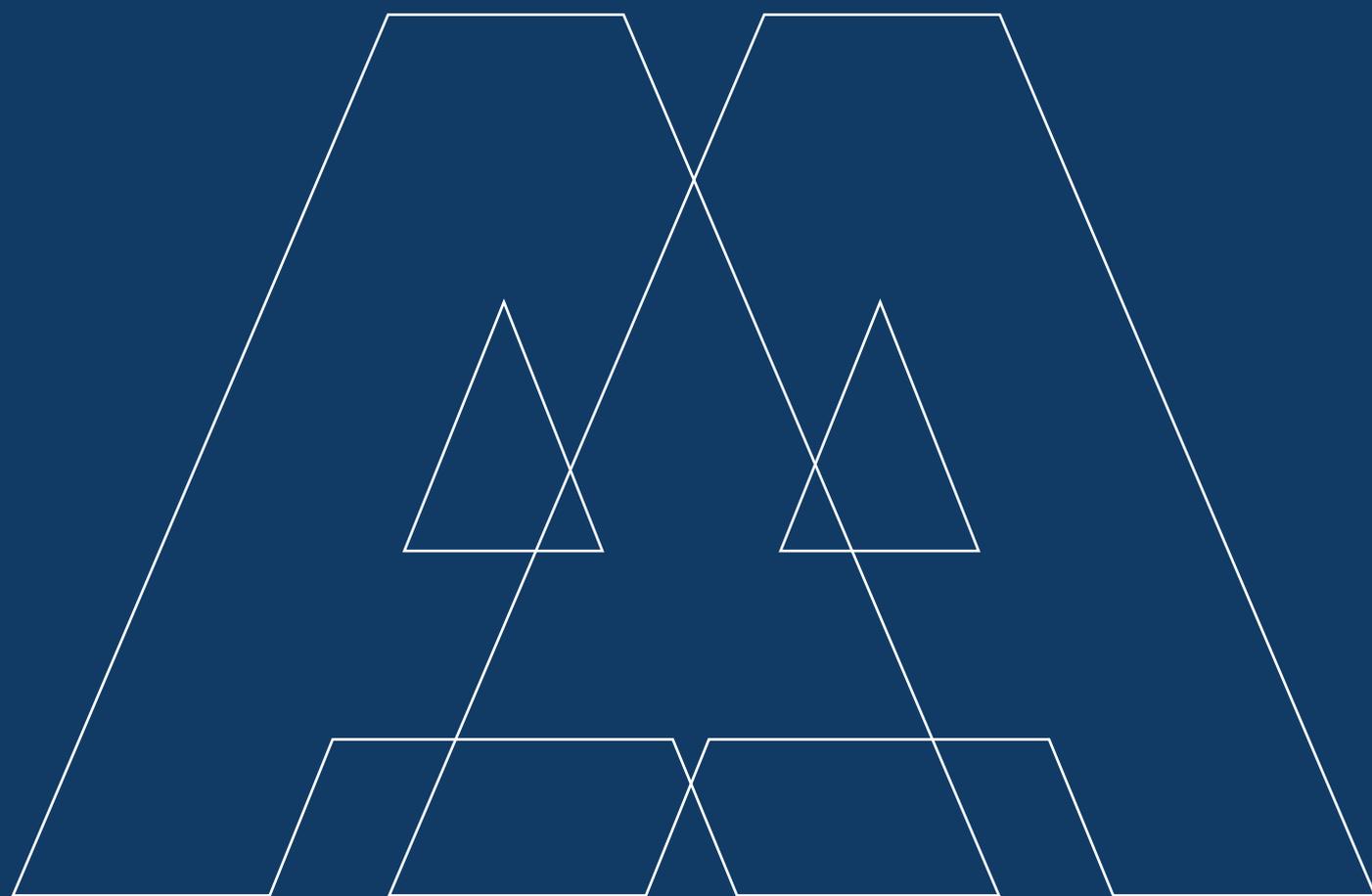


**Quim Zurano**

Co-founder y CEO  
Paymefy

---

**“Cualquier organización puede disponer de lo último en tecnología y las plataformas online avanzadas para testar, presencialmente o en remoto, sus productos o servicios y la experiencia con sus usuarios”**



# ACTIVIDAD ASOCIATIVA



# ¿Por qué tener una estrategia de desarrollo sostenible?

BCN | 12 MAY 2022

COMISIÓN  
Desarrollo  
sostenible

La primera reunión de la Comisión de Desarrollo Sostenible se convocó en nuestra Cámara para hablar de la temática titulada: ¿Por qué tener una estrategia de desarrollo sostenible?

El sector empresarial tiene un rol fundamental en el desarrollo sostenible. Es clave para una transición ecológica justa, en la transformación del modelo de consumo y producción hacia otro más sostenible y en el fortalecimiento e impulso de la innovación. Una estrategia de sostenibilidad implica planificar una serie de acciones meditadas que su fin sea aportar valor social, ambiental y económico.

En esta primera sesión participaron cuatro expertas en la materia para compartir una misma visión: "Hacia una empresa sostenible" para hacer hincapié en cómo se puede utilizar la sostenibilidad como palanca para impulsar un crecimiento inclusivo y sostenible.

Para **Margaux Maugeais**, Social impact & CSR enabler en **Mimpactpro** el desarrollo sostenible "está en el ADN de su actividad" ya que se dedica a acompañar a las empresas en su transformación social y medioambiental. Para introducir el tema del desarrollo sostenible e inaugurar esta nueva Comisión, se partió de la idea de volver a lo básico. Es por ello por lo que Maugeais compartió dos ideas de Charles Darwin: «Las especies que sobreviven no son las más fuertes, [ni las más rápidas, ni las más inteligentes] sino aquellas que se adaptan mejor al cambio.» Y hoy nos enfrentamos a cambios muy desafiantes: el cambio climático, un cambio social y económico. Lo que nos obliga a preguntarnos ¿Cómo adaptamos nuestras empresas para que sobrevivan?

Darwin nos dice también que "En la larga historia de la humanidad (incluso de la especie animal), son aquellos que aprenden a colaborar los que ten-

drán más probabilidad de prevalecer." La palabra colaborar es clave y es por ello por lo que en esta Comisión se compartirá, aprenderá ejemplos concretos de empresas que están actuando para adaptarse al cambio. El Desarrollo sostenible o de la sostenibilidad, recordó Margaux, se basa en 3 pilares: social, ambiental y económico.

En cuanto a la empresa **Danone, Charo Saavedra**, responsable de Sostenibilidad Danone explicó que "El Desarrollo Sostenible en Danone es una herencia dónde recogemos el compromiso del doble propósito social y económico de la compañía que ya hace 50 años Frank Riboud formuló: La capacidad de aportar impacto positivo a la sociedad. Es un compromiso donde Danone se adapta a los nuevos retos que la sociedad actual plantea, que se refleja en su portfolio de productos saludables y sus proyectos sobre hábitos de salud en la infancia como "Alimentando el Cambio." Estas iniciativas son acreditadas por la Certificación Bcorp, desde 2016, siendo la primera marca en España de gran consumo que lo conseguía.

Uno de los ejemplos en sostenibilidad de la sesión vino por parte de la empresa Valrhona. Para **Sandra Ornelas**, Chef pastelero instructor **Escuela Valrhona**, "Somos una empresa que busca tener un impacto positivo en toda su cadena de valor. Con los productores de cacao pagándoles un precio fijo, con contratos de largo plazo y capacitándoles con prácticas agroecológicas. También con sus empleados preocupándose de su bienestar y con los clientes acompañándolos con prácticas sostenibles. Es por ello por lo que desde el año 2020 Valrhona es una empresa BCorp. En esta sesión se pudo poner en evidencia la complejidad del tema, con desafíos sociales, económicos y medioambientales a los cuales se debe hacer frente de manera simultánea.



**Margaux Maugeais**

Social impact  
& CSR enabler  
**Mimpactpro**

Finalmente se resaltaron tres grandes problemáticas entorno a cómo lograr con éxito una estrategia de desarrollo sostenible:

- 1. LA FALTA DE TALENTO:** Faltan personas para gestionar el cambio de paradigma en las empresas y falta formación. Por ejemplo, la empresa Veolia ha creado una escuela en internet para formar a su personal.
- 2. DIFICULTAD DE INVERSIÓN:** El cortoplacismo hace que a veces sea un freno dentro de las empresas. Aunque existen soluciones: Fondos de inversión, planes de inversión a 3 o 4 años (un gasto importante en el año 0 que se recuperará con los ahorros futuros).
- 3. LA COMUNICACIÓN y LA DIVULGACIÓN:** ¿Cómo comunican las empresas? ¿Es la sostenibilidad cosa de ricos?

A pesar de algunas problemáticas, nos encontramos en un gran momento para apostar por estrategias de DS debido a: Precios altos de la energía, avances en las soluciones tecnológicas, una sociedad cada vez más avanzada y organizaciones que quieren invertir, además de mucha liquidez en el sistema (fondos next generation EU).



**Charo Saavedra**

responsable de Sostenibilidad  
Danone



**Sandra Ornelas**

Chef pastelero instructor  
Escuela Valrhona



**Eva Mateo**

Gerente Marketing y Comunicación  
SII Concatel



**Raquel Carrasco**

Directora general  
Veolia



**Los retos en sostenibilidad al que se enfrentan las empresas de múltiples sectores son amplios y complejos, por eso mismo requieren de soluciones creativas, disruptivas y en algunos casos de proponer cambio de modelos. La generación de alianzas será fundamental para alcanzar los objetivos**

CHARO SAAVEDRA



**En esta sesión se pudo poner en evidencia la complejidad del tema, con desafíos sociales, económicos y medioambientales a los cuales se debe hacer frente de manera simultánea.**

SANDRA ORNELAS



**Empezamos el camino hacia el ‘Sostenibilismo’**

MARGAUX MAUGEAIS

# Fondos NextGen: Cómo acelerar tu competitividad paso a paso

BCN | 21 JUN 2022

COMISIÓN  
CFO



**Mariona Sanz**

directora general de Fondos Europeos de la Generalitat de Catalunya.



**Amine Saoudi-Hassani**

CFO de Freepik



**Michaël Djaoui**

director, Ayudas e Incentivos en CROWE

Durante la última sesión de la **Comisión CFO** hablamos sobre los fondos Next-Gen, que suponen una gran oportunidad para el desarrollo y crecimiento de las empresas. Aprovecharemos para romper el mito de que estos fondos son solo para las grandes corporaciones, y así tratar de convencer a las PYMES de que ellas son las principales destinatarias y deben aprovecharlo.

Para ello contaremos con 3 expertos que tienen visiones complementarias: la visión del experto, la visión de la administración y la visión del usuario.

**Mariona Sanz**, directora general de Fondos Europeos de la Generalitat de Catalunya. En conexión directa con la UE, nos puso el contexto, los objetivos y el reparto según administraciones. En su intervención explicó que los fondos NextGen están gestionados por el Gobierno central, pero que las Comunidades autónomas también participan como ejecutoras de los fondos asignados.

En 2021 se recibieron en Catalunya unos 1.900 M€, y de momento en lo que llevamos de 2022 se han asignado algo más de 1.000€. Desglosando por departamentos, los que más recursos están recibiendo son Derechos Sociales, Educación, Acción Climática y Empresa y Trabajo.

Por último, recomendó a las empresas utilizar los recursos de la página **fonseuropeus.gencat.cat** para conocer todas las convocatorias europeas (no solo NextGen) y presentarse el mayor número de veces para poder tener más opciones, pese a que ello necesite un esfuerzo en recursos.

Por otro lado, **Amine Saoudi-Hassani**, CFO de Freepik, aportó el punto de vista de los CFO en esta temática. Comentó la importancia de optimizar los incentivos a la I+D+i en 3 grandes apartados: deducciones fiscales por actividades de I+D+i, bonificaciones a la Seguridad Social del personal investigador y el acceso a ayudas públicas NextGen (subvencionar las actividades e inversiones (CAPEX, I+D+i, Formación, Contratación personal, lanzamiento productos, etc.).

Entrando ya en el detalle de los fondos NextGen, Amine comentó que es clave saber organizar la empresa para aplicar a estos fondos.

Básicamente resumió el proceso en 4 puntos:

- Definir una estrategia interna.
- Identificar responsables en la organización (técnico y administrativo).
- Mapping de proyectos e inversiones.

· Análisis de las convocatorias para saber, por ejemplo, su compatibilidad con otros incentivos.

Finalmente, **Michaël Djaoui** director, Ayudas e Incentivos en CROWE, experto en ayudar a las empresas en la gestión de este tipo de fondos, nos explicó de manera muy práctica como pueden hacer las empresas para acceder a estas ayudas.

Estas ayudas se distribuyen a través de una gran variedad de agencias españolas tanto a nivel local, nacional e incluso europeo. Las ayudas pueden ser de concurrencia competitiva o subvenciones directas que se otorgan por orden de llegada.

Michael recordó que hay que prepararse previamente a esta avalancha de oportunidades para las empresas e integrar una estrategia de identificación y preparación de solicitudes de ayuda, ya sea, con la incorporación de perfiles dentro de la empresa o externalizando y dejando en manos de asesores expertos.

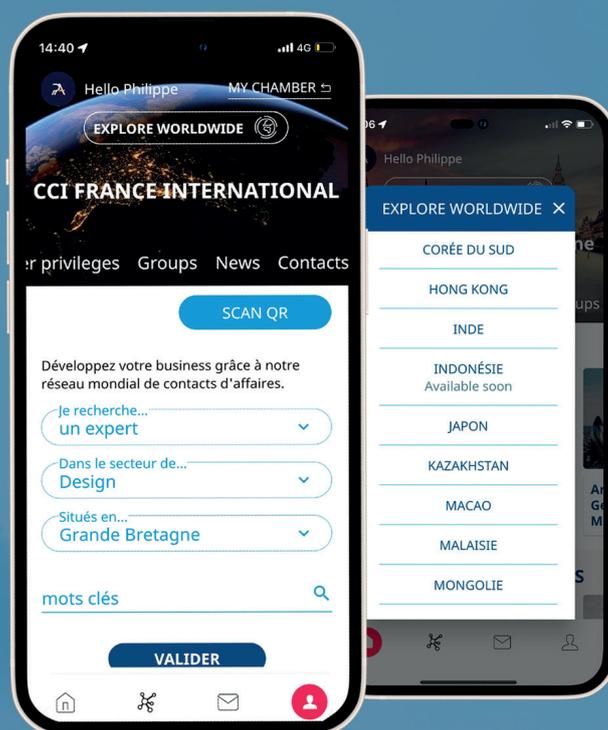
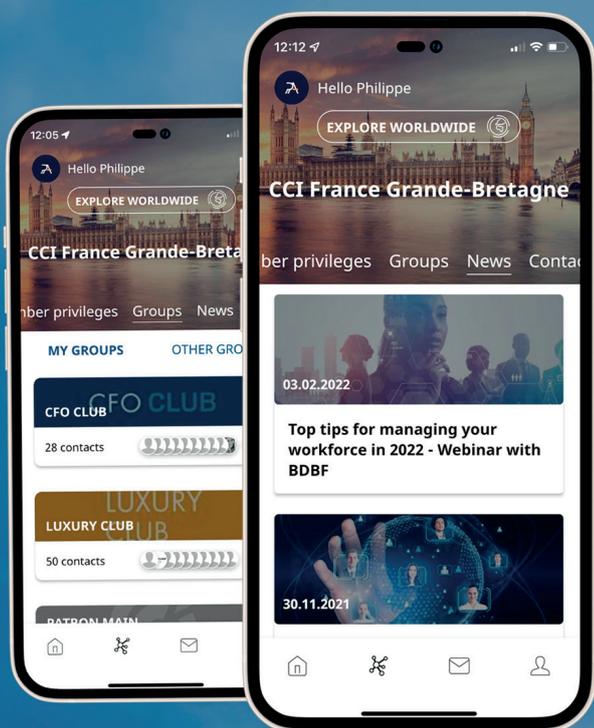
# Ya llega la nueva app de la Cámara de Comercio Francesa



¡Únete a la primera red privada  
de empresas francesas en el mundo!

Conecta con profesionales  
de todo el mundo

**+90**  
**países**



Descubre eventos exclusivos y  
las comisiones de trabajo

**+33.000**  
**empresas**

SEPTIEMBRE 2022

# Cómo acceder a los fondos europeos NextGeneration

BCN | 21 JUN 2022

COMISIÓN  
CFO



Hablamos con **Michaël Djaoui** director, Ayudas e Incentivos en **CROWE**, experto en ayudar a las empresas en la gestión de este tipo de fondos para entender de una manera muy práctica cómo pueden hacer las empresas para acceder a estas ayudas.

## ¿Qué son los fondos NextGeneration?

En julio de 2020, el Consejo Europeo acordó constituir un instrumento excepcional de recuperación temporal conocido como Next Generation, dotado con 750.000 millones de euros para el conjunto de los Estados Miembros para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la pandemia.

## ¿Qué son los fondos del Marco Financiero Plurianual?

El Marco Financiero Plurianual (MFP) constituye el presupuesto de la UE a largo plazo, traduciendo en términos presupuestarios las prioridades de la Unión. El MFP 2021-2027 cuenta con

una dotación presupuestaria de más de 1,074 billones de euros y es el instrumento por el cual se establecen límites máximos para cada una de las principales rúbricas de gasto, las cuales engloban los distintos instrumentos de financiación. De esta forma, el MFP supone un motor de eficacia probada para la inversión, la cohesión y la solidaridad, que además refuerza el mercado único europeo.

## ¿Qué presupuesto tenemos para España?

Para el periodo 2021-2027, el presupuesto de España se debería acercar a los 180.000 millones de euros, de los cuales 140.000 millones (78%) provienen de los Fondos Next Generation, y 40.000 millones (22%) del Marco Financiero Plurianual. Este nuevo presupuesto aumentará los mecanismos de flexibilidad para garantizar su capacidad de enfrentar necesidades imprevistas. Se trata de un presupuesto preparado no solo para las realidades actuales, sino también para hacer frente a los escenarios futuros.

## ¿Qué tipo de convocatorias existen para las empresas españolas?

Las ayudas públicas se distribuyen a través de una gran variedad de agencias españolas tanto a nivel local, nacional e incluso europeo. Estas ayudas pueden ser de concurrencia competitiva - en este caso todas las solicitudes se evalúan a la vez y únicamente las mejores puntuadas reciben subvenciones - o subvenciones directas que se otorgan por orden de llegada.

## ¿Cómo se deben preparar las empresas?

Para prepararse ante esta avalancha de oportunidades para las empresas españolas, es absolutamente fundamental entender los mecanismos subyacentes a la obtención de las ayudas públicas, e integrar una estrategia de identificación y preparación de solicitudes de ayuda. Esta estrategia, para ser más exitosa, puede pasar por la incorporación de perfiles dentro de la empresa o se puede externalizar y dejar en manos de asesores expertos externos con experiencia en la gestión de oportunidades de subvenciones.

## ¿Cuáles son los pasos a seguir para acceder a fondos públicos?

### 01 Diseñar un portfolio de inversión para el próximo año.

Las ayudas en régimen de concurrencia competitiva funcionan con plazos definidos y se requiere, en la gran mayoría de casos, la resolución favorable de la Administración Pública antes de iniciar el proyecto. Por este motivo es importante analizar los proyectos de inversión de cara al año siguiente para poder aprovechar dichas ayudas. Los proyectos del portfolio pueden incorporar proyectos de inversión en CAPEX, contratación de personal, innovación y desarrollo de nuevos productos o Investigación y Desarrollo (I+D).

## 02 Recoger la información de los proyectos de inversión.

Por cada uno de los proyectos del portafolio, será necesario identificar datos básicos como su fecha de inicio, duración, presupuesto (costes personales, material, subcontratación, etc.), impacto medioambiental, grado de novedad tecnológica, impacto social (número de personas involucradas en la ejecución del proyecto, nuevas contrataciones), etc.

Adicionalmente, será necesario definir si la ejecución del proyecto se realizará en formato individual, o en caso contrario, con otros colaboradores dentro de un consorcio. Esta distinción es absolutamente fundamental para una buena explotación de los resultados del proyecto.

## 03 Buscar convocatorias de ayuda

Una empresa española puede aplicar a un gran abanico de oportunidades de ayudas públicas. Existen organismos intermedios al nivel local (Agència per la Competitivitat de l'Empresa, Generalitat de Catalunya, Institut Català d'Energia, etc.), a nivel nacional (Ministerios, Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, Red.es, etc.); y a nivel comunitario (Direcciones Generales de la Comisión Europea, Agencias ejecutivas y Asociaciones Internacionales).

Puede parecer un poco abrumador bucear entre todas las agencias y programas de subvenciones. Por suerte existe herramientas y páginas web que simplifican y hacen más eficientes las búsquedas.

**“Existen herramientas y páginas web que simplifican y hacen más eficientes las búsquedas”**

## 04 Redactar las memorias de la solicitud de ayuda

Una solicitud de ayuda generalmente se constituye de un apartado administrativo (datos del beneficiario), un apartado técnico donde se describen las tareas que se van a llevar a cabo en el proyecto, y de un apartado económico que recoge las partidas presupuestarias de las dichas tareas.

La clave de una solicitud de ayuda exitosa reside en estudiar con mucho detalle el texto de la convocatoria, y comenzar con tiempo la redacción de las memorias.

**“La idea del proyecto debe de ser potente, sólida e innovadora, y debe contribuir a alguna necesidad existente en España o en la UE y que, en el caso de ejecutarse el proyecto, tenga unos resultados de gran impacto social”**

## 05 Evaluación de las solicitudes

Es un proceso que generalmente involucra la participación de varios evaluadores, expertos del sector en cuestión y suele demorarse entre 3 y 9 meses según la agencia ejecutiva y la convocatoria.

A lo largo de este proceso, puede que el beneficiario reciba comunicaciones por parte de la agencia para subsanar algún tipo de documentación. Es recomendable comprobar regularmente el estado de su expediente por si se requieren acciones suplementarias.

## 06 Ejecución del proyecto

Una vez la ayuda se aprueba, es el momento de ejecutar el proyecto según el calendario y presupuesto definidos en la solicitud de ayuda. Es absolutamente necesario seguir al pie de la letra lo que se definió en la solicitud de ayuda y limitar posibles desviaciones a lo

largo de la ejecución del proyecto. La justificación de los proyectos suele seguir bases regulatorias, plantillas y formularios concretos que se deben usar.

Adicionalmente, en el transcurso del proyecto se debe registrar las actividades que se llevan a cabo, el nivel de participación, las incidencias que se producen, los resultados que se obtienen y los recursos utilizados.

Finalmente, se recomienda que el equipo técnico o financiero debe marcar los límites o disponibilidades presupuestarias que hay en cada área del proyecto, también debe hacer un control semanal de los gastos, para que después sea más fácil hacer la justificación económica y evitar desviaciones económicas en el proyecto.

**“Es importante reflexionar sobre la información que se va a recopilar y cómo se quiere hacer, estandarizar al máximo el proceso permite que cualquier persona lo pueda realizar”**

**Si tuvieras que dar un consejo a las empresas, ¿cuál sería?**

Tener paciencia, mucha paciencia. Acceder a fondos públicos con convocatoria en régimen de concurrencia competitiva requiere un trabajo importante por parte de los equipos técnicos y administrativos de la empresa, y a menudo no son fáciles de obtener.

Diseñar proyectos elegibles, preparar las solicitudes correspondientes y ejecutar correctamente las tareas requiere de esfuerzo, tiempo y recursos económicos, pero los resultados suelen superar la inversión inicial, y permiten a empresas de posicionarse como líderes en su sector.

# XXIIIº Torneo de golf

BCN | 17 JUN 2022



**¡Descubre todas las  
fotos del evento en la  
galería!**





El Real Club de Golf El Prat, en Terrassa, acogió el viernes 17 de junio el XXIII Torneo de Golf de nuestra Cámara, patrocinado por Air France - KLM, Caviar Nacarii y Veolia.

Esta edición, al que asistieron más de 70 jugadores, se realizó durante la mañana y acabó en un almuerzo de networking. Además, se realizó paralelamente también un taller de iniciación al golf adaptado para todos los socios y amateur friendly.

Los asistentes al clinic de iniciación pudieron disfrutar de unas horas para aprender los tips más importantes para jugar al golf, lo que supuso una gran oportunidad para comenzar a iniciarse a este apasionante deporte.

Tras la recogida de las acreditaciones y la entrega del welcome pack, los jugadores se dieron cita en el campo para realizar una foto de grupo antes de salir con sus buggies por pareja y colocarse en sus respectivos hoyos para la salida a tiro.

Los participantes pudieron disfrutar de una agradable mañana de competición, recorriendo los diferentes hoyos cada uno con su encanto y diferente nivel de dificultad. Una vez finalizado el torneo y el clinic de iniciación y tras el cocktail networking ofrecido, llegó el tradicional sorteo de regalos ofrecidos por las empresas patrocinadoras del torneo como por otras empresas colaboradoras.



# Nuevos miembros del Consejo de Administración

BCN | 13 JUN 2022



## Raquel Carrasco

Raquel Carrasco lleva toda su carrera profesional trabajando en el universo **Veolia** en las actividades de reciclaje y economía circular, empresa en la que ha ejercido durante más de 15 años en Londres y 4 en París, aterrizando en Barcelona como directora general de la rama de gestión energética en septiembre de 2021.

Inmersa en el mundo francófono desde pequeña (infancia en Suiza y estudios superiores en París) tiene una gran sensibilidad en los temas de cooperación entre Francia y España. La innovación y el acompañamiento en el crecimiento de startups también es algo en lo que ha trabajado y que disfruta haciendo.

Junto con sus 3 hijos, marido francés y dos conejos están empezando a descubrir esta ciudad fantástica que ofrece una inmensa cantidad de oportunidades.

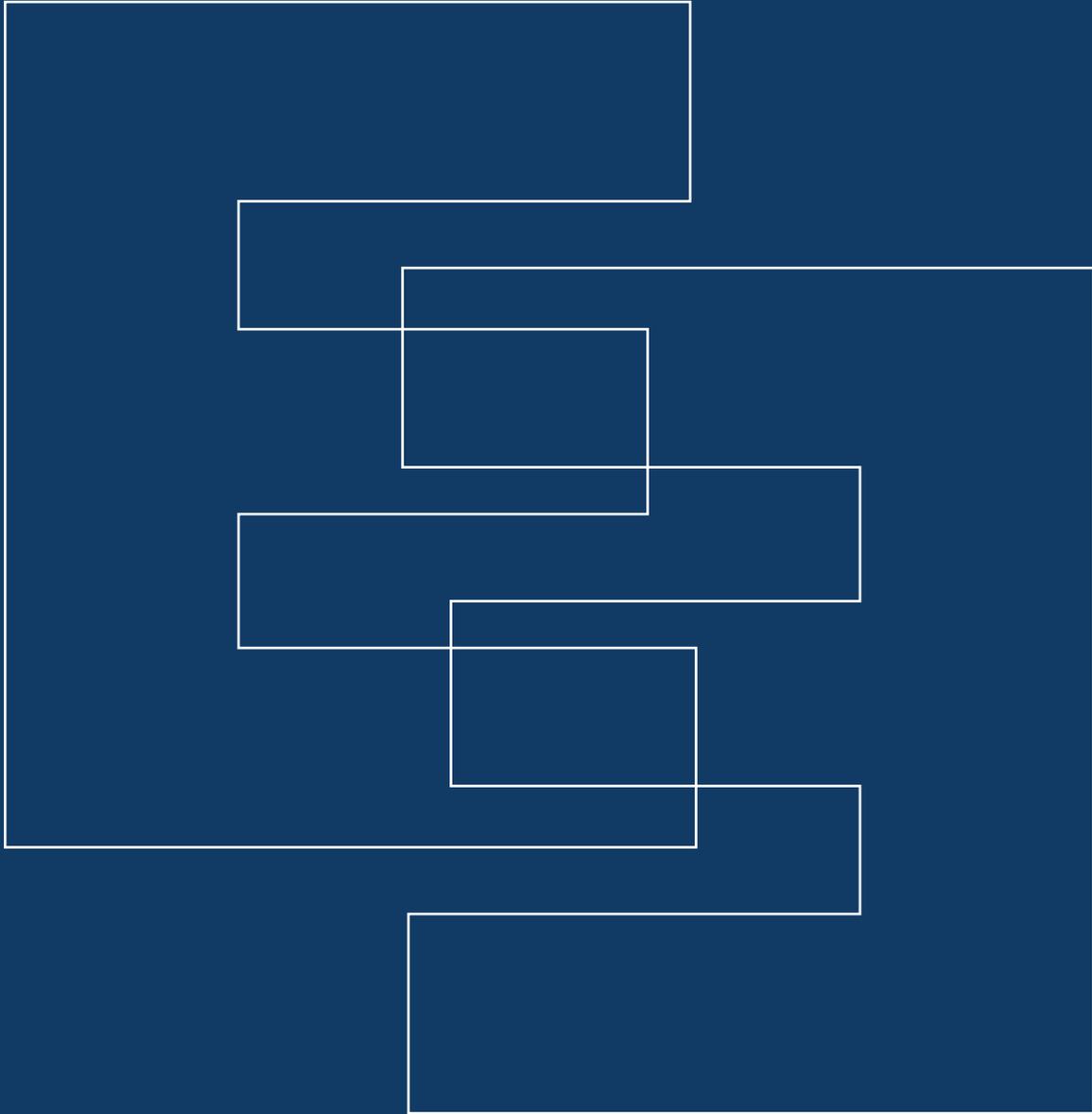
## Emmanuelle Guinefolleau

Emmanuelle Guinefolleau (Rouen, 1986) tiene un máster en Iniciativa Empresarial y Marketing por la Escuela de Negocios ESCE (París).

Tras finalizar sus estudios puso en práctica rápidamente su formación con la creación de su primera start-up en el sector del ocio. Este fue el principio de una carrera construida en torno a dos pilares: las ventas y el espíritu empresarial. Tras la creación de su segunda start-up (sector bodas) decidió en 2017 instalarse en Barcelona y crear su tercera empresa. Así nació, Amenitiz, una plataforma que permite a los gestores de hoteles y alojamientos centralizar todas las necesidades digitales de sus establecimientos. En la actualidad, ocupa el puesto de Chief Revenue Officer (CRO).

Música experimentada es también es una excelente organizadora de momentos de convivencia en los que comparte su pasión por los productos locales.





# ENTREVISTA



# “Francia nos abrió la puerta a la internacionalización.”

BCN | 14 JUL 2022



Fluidra fue fundada en 1969 y cuenta con una dilatada experiencia en el desarrollo, producción, distribución y comercialización de servicios y productos innovadores en el mercado de la piscina residencial y comercial a escala global. Su cartera incluye alguna de las marcas más reconocidas del sector como Jandy®, AstralPool®, Polaris®, Cepex®, Zodiac®, CTX Pro-

fessional® y Gre®. Son líderes a nivel global en el sector de la piscina y el wellness tras nuestra fusión con Zodiac en 2018. Tienen más de 140 delegaciones comerciales, cerca de 40 centros de producción en 47 países y nuestra plantilla suma casi 7.000 personas. Además, cotizan en bolsa y desde marzo del pasado año forman parte del Ibex 35, un hito que no era

un objetivo en sí mismo, pero que sí es la consecuencia del gran trabajo realizado durante muchos años por el equipo de Fluidra. En términos de sostenibilidad, Fluidra forma parte del índice de sostenibilidad FTSE4GOOD y la calificación CDP (Carbon Disclosure Project).

## ¿Qué supone para Fluidra ganar un premio como el Prix Pyrénées?

Eloi Planes: “Recoger este premio es un honor para nosotros y nos motiva a seguir trabajando tan duro como hasta ahora. Fluidra ha estado muy vinculada a Francia desde el principio de nuestra historia y, precisamente, fue el país que nos abrió la puerta a una de nuestras grandes señas de identidad: la internacionalización. Hace ya más de 45 años que dimos el salto a Francia y nuestra vinculación con este mercado ha sido clave a lo largo de todos estos años y os puedo garantizar que lo seguirá siendo en el futuro. En el sector de la piscina Francia es el segundo mercado a nivel global, sólo superado por Estados Unidos; y también es uno de nuestros grandes mercados hoy y uno de los motores que nos ha permitido crecer en los últimos años”.

---

**“Fluidra ha estado muy vinculada a Francia desde el principio de nuestra historia y, precisamente, fue el país que nos abrió la puerta a una de nuestras grandes señas de identidad: la internacionalización.”**

## En el contexto general de la economía, con una inflación disparada ¿Qué planes tiene Fluidra para seguir creciendo?

“Durante los últimos años, ante la elevada demanda que ha tenido el sector de la piscina, el reto, tanto para Fluidra como para toda la industria, ha sido dar respuesta a los clientes a pesar de los problemas de desabastecimiento en las cadenas de suministro y del incremento de costes, tanto en las materias primas como en transporte de mercancías. Por fortuna, estamos en un sector en el que es posible manejar bien los precios y hemos trasladado los aumentos de costes a nuestros clientes, lo que nos ha permitido proteger nuestros márgenes. En 2022, estamos centrados en consolidar el crecimiento logrado en 2020 y 2021. Todavía estamos experimentando una sólida demanda y también nos apoyaremos en las adquisiciones completadas el pasado ejercicio, el aumento de precios y el mayor volumen de ventas. En todo caso, tendremos que vigilar de cerca la inflación para poder gestionar de la mejor forma posible nuestros márgenes”.

## “Tendremos que vigilar de cerca la inflación para poder gestionar de la mejor forma posible nuestros márgenes”

### Y en Francia ¿Cuál son las expectativas para el mercado francés?

“Francia es un mercado clave para Fluidra y lo va a seguir siendo. Nuestro foco está en reforzarnos en las zonas en las que ya tenemos presencia, ya que representan más del 90% del parque de piscinas mundial. En el caso concreto de Francia, ya tenemos una presencia muy importante, siendo los líderes del sector, pero seguimos viendo mucho recorrido para crecer. Precisamente, acabamos de anunciar la apertura de un nuevo centro logístico en Lyon, lo que nos permitirá mejorar nuestro servicio a nuestros clientes en Francia”.

## ¿Cuál es la hoja de ruta de Fluidra para los próximos años?

“A medio plazo, seguimos con algunos de los objetivos que ya nos planteamos y anunciamos en el V Capital Markets Day en abril del año pasado. Esperamos seguir creciendo por encima del sector, con un porcentaje de incremento anual superior al 6%, una expansión anual de margen EBITDA superior a 50 puntos básicos y un aumento en el Beneficio Neto en Efectivo superior al 15%. Pero no vamos a quedarnos ahí. Estamos en una posición idónea para continuar creciendo e impulsar nuestro valor porque tenemos los mejores activos.

## “Estamos en una posición idónea para continuar creciendo e impulsar nuestro valor porque tenemos los mejores activos.”

Contamos con una huella geográfica única, diversificada y potente, con acceso a mercados con alto potencial de expansión donde nuestro modelo de negocio es óptimo. Lideramos en innovación y en IoT, donde somos ya una empresa líder de la piscina conectada y seguiremos apostando por este camino como vector de crecimiento, convencidos de que es el futuro del mercado. Junto a esto, continuaremos buscando el crecimiento mediante adquisiciones y compras estratégicas. Nuestra sólida posición de caja y liquidez nos permite ser un actor principal en la consolidación del sector, apoyados en nuestra presencia mundial y en el gran equipo que tenemos.

Nada de esto se consigue sin evolucionar internamente. Seguiremos trabajando en la digitalización, mejora y simplificación de los procesos de la propia empresa, y al mismo tiempo, siendo cada vez más sostenibles gracias a nuestro plan ESG. Nuestro objetivo no es sólo mejorar nuestros resultados, sino hacerlo de manera más sostenible”.

## Planes ESG

“En 2020 pusimos en marcha nuestro nuevo Plan ESG 2020- 2026 “Responsibility Blueprint”, y 2021 ha sido el primer año completo de aplicación de las diez líneas estratégicas marcadas para sus tres pilares (Medioambiental, Social y de Buen Gobierno). Ya hemos logrado avanzar en los retos que nos hemos marcado y estamos seguros de que vamos a alcanzar todos nuestros objetivos y será la muestra de la seriedad con la que abordamos nuestro compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

En 2021 ya superamos nuestros objetivos en varias áreas en materia medioambiental, lo que ha hecho que hayamos incrementado nuestras ambiciones de cara a 2022 y a 2026 en materias como el uso de energía renovable, el consumo de agua o el porcentaje de residuos enviados al vertedero, entre otros.

Uno de nuestros objetivos es ser líderes en materia medioambiental en nuestro sector y nos estamos esforzando por actuar con responsabilidad para construir un negocio sostenible a largo plazo. Para ello, mantenemos el compromiso de impulsar una gestión responsable de los recursos, mediante la aplicación rigurosa de criterios de sostenibilidad y eficiencia en el desarrollo, fabricación, comercialización de nuestros productos y servicios”.

## “Uno de nuestros objetivos es ser líderes en materia medioambiental en nuestro sector y nos estamos esforzando por actuar con responsabilidad para construir un negocio sostenible a largo plazo.”

”

NIS

**NUEVOS  
SOCIOS**



**Contacto:**

**Eric Angioletti, gérant**  
+33(0)6 07 80 96 80  
eangioletti@angiocom.fr  
www.angiocom.fr

**Angiocom**, creada en 2013 y situada en el corazón de París, es una agencia especializada en relaciones con los medios de comunicación, consultoría y formación.

Gracias a sus estrechos vínculos con los medios de comunicación y el mundo digital, defienden a diario los proyectos en los que creen y ponen toda su energía y competencias

al servicio de sus clientes para darles visibilidad: estrategia de comunicación, relaciones con la prensa, comunicación de crisis, formación de medios, comunicación digital y organización de eventos.

Su estructura es a escala humana y sitúa el apoyo personalizado de sus clientes y la disponibilidad en el centro de su acción.



CLOS PACHEDEM

**Contacto:**

**Michel Grupper, propietario**  
621229185  
mgrupper@clospachedem.com  
www.clospachedem.cat

**Clos Pachedem** es una bodega centrada en su gente, en la historia del Priorat y en una filosofía de cultivo sostenible.

La bodega está ubicada en Gratallops, corazón de la DOQ Priorat. Elaboran vinos con el máximo respeto al territorio, cultivando de manera ecológica y biodinámica. La arquitectura sostenible de la bodega es un reflejo de su filosofía.

Su objetivo es elaborar vinos honestos que respeten y expresen fielmente su territorio. Para conseguirlo, eligen vinificar con baja extracción y utilizar materiales que preservan la uva y sus aromas. Sus vinos tintos revelan la delicadeza y la frescura del Priorat, mientras que su vino blanco expone la complejidad y la vivacidad de la Terra Alta.

**Contacto:**

**Thibault de Larturière**  
+34 628 366 138  
tdeLarturiere@hr-team.net  
www.hr-team.net

Creada en 2005, **HR Team** es una consultora informática francesa que cuenta con más de 1000 colaboradores y 15 agencias en Europa.

Acompaña y asesora las empresas en sus proyectos de transformación digital y está especializada en el Desarrollo (web, aplicaciones y móviles), la Ciberseguridad, el IOT y la Data, el Cloud y la Consultoría.

La entrada en 2019 en su capital de B & Capital, el fondo de inversión de Roland Berger, ha permitido a la empresa seguir con su ambición y su reto de abrir 1 país por año.

Dentro de este plan de expansión, la filial en España ha sido creada a finales de 2021 y ya cuenta con presencia en Madrid y Barcelona.



SIENTA BIEN AL MUNDO INMOBILIARIO

**Contacto:**

**Jourdain Corinne, CAFO**  
696 018 928  
corinne.jourdain@iadgroup.es  
www.iadespana.es

**IAD** es la primera red de intermediación inmobiliaria en Francia, que nace en mayo del 2008.

Actualmente está presente con más de 16.000 agentes en Francia, Portugal, Italia, España y alemana.

Una nueva manera de entender la intermediación inmobiliaria, un modelo

innovador que conquista por su ambición de crear valor y poner a las personas en el eje estratégico de la organización, ofrece soluciones eficaces, tanto a los propietarios de los inmuebles, a futuros compradores y arrendatarios, y por supuesto a los "Asesores Inmobiliarios".



**Contacto:**

**Olivier Jaupart, director general**  
655 905 843  
Olivier.jaupart@lepetitballon.com  
www.lepetitballon.com

**Le Petit Ballon**, miembro del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara y recientemente incorporada al grupo COGIP, con sede en Lyon, ha transformado la experiencia de comprar vino.

mes se recibirá una caja que contiene 2 botellas de vino seleccionados por Jean-Michel Deluc, antiguo sumiller del Ritz Paris.

El concepto es muy sencillo: elegir una suscripción mensual (3, 6 o 12 meses) y una de las 4 tarifas diferentes según el tipo de vino deseado. Cada

Desde su creación en 2011, Le Petit Ballon ha conseguido 150.000 suscriptores y un volumen de negocio de 23 millones de euros de ventas y más de 1,5 millones de botellas distribuidas.

■ **Margaux M / CSR CONSULTANT**

**Contacto:**

**Margaux MAUGEAIS, Social impact & CSR enabler**  
+34 691 268 174  
maugeaism@gmail.com  
www.mimactpro.com

**Margaux Maugeais** ayuda a las organizaciones a transformar su estrategia y sus operaciones para mejorar su impacto al tiempo que desarrollan modelos de negocio sostenibles.

estratégicos para apoyar a las empresas en su transformación hacia la sostenibilidad y el impacto social. Como profesional ayuda a las organizaciones a tener una economía más inclusiva y sostenible para construir una cultura que apuesta por una manera diferente de hacer negocios.

Emprendedora con más de 6 años de experiencia y lidera proyectos



Next  
Retail  
Design

**Contacto:**

**Thibault de Pompery, Fondateur & Designer**  
+33 (0)6 08 85 38 29  
tdepompery@nextretaildesign.fr  
www.nextretaildesign.fr

**Next Retail Design** es una agencia de retail design que crea plataformas comerciales para comercios físicos y digitales desde 2014. Su misión es crear y diseñar espacios comerciales del futuro. Su metodología, basada en el intercambio, sirve para nutrir una relación singular con sus clientes.

Esta metodología de trabajo creada internamente (Échange Gagnant), ágil y colaborativa sitúa en el corazón del proceso del diseño a la relación estratégica entre los objetivos de retail, de la empresa y sus clientes. Para ello aplican también principios de diseño.



**Contacto:**

**Frédéric Conejero**  
+33(0)6 73 97 45 74  
coneje@orange.fr  
www.presta-service.es

**Presta Service** es una empresa que se encarga de la gestión del mantenimiento multitécnico y multiservicio de más de 20.000 instalaciones en Francia, España y Benelux (en tiendas, agencias comerciales, restaurantes, supermercados, edificios, etc.).

realizados. Los servicios se basan en la experiencia técnica (comprobada al final de cada proyecto) y en el seguimiento en tiempo real de las intervenciones a través de su base de datos empresarial "Harmony".

Confiar la ejecución de trabajos de mantenimiento a Presta Service permite tener un mejor control de los costes y de la calidad de los trabajos

Trabajan en todos los oficios (fontanería, electricidad, cerrajería, pintura, revestimiento, albañilería, tejado, etc.) para garantizar el mantenimiento de todas las obras.

**Contacto:**

**JC Hubac, Country Manager**  
932 20 66 07  
jc@rziliant.club  
www.rziliant.club

**Rziliant**, con oficinas en Lyon, París y Barcelona, es una plataforma de gestión de equipos informáticos reacondicionados. Esta plataforma simplifica la gestión del parque informático reduciendo la huella de carbono de las empresas.

informáticos a través de una plataforma intuitiva, sencilla y moderna que les permite externalizar todas las tareas mediante soluciones eco responsables.

Sin necesidad de tener un IT Manger, rziliant se ocupa de todo y hace que sus clientes ganen tiempo optimizando su parque informático.



Acompañamos en los cambios de la vida profesional

**Contacto:**

**Marion Suffert, socia fundadora**  
938 322 310 / 600 420 994  
info@vasis-conseil.com  
www.vasis-conseil.com

**Vasis Conseil:** "del deseo al placer de trabajar." Nacida en 2006, se definen así mismo como una boutique de los RRHH especializada en acompañar a profesionales y organizaciones en momentos complejos. (Outplacement/ transición profesional / talento y situaciones difíciles entre equipos)

trabajar juntos, bajo la metodología original y rigurosa del equipo franco canadiense Human Research.

Aprovechan una comunidad privada formada por más de 1000 personas y comparten una misma mirada sobre los cambios de la vida profesional y el valor de la ayuda mutua e inteligencia colectiva.

Se trata de una iniciativa de un equipo senior de consultores que decidieron

**Contacto:**

**Adrien Romero, director**  
681 970 303  
wdko@outlook.fr  
www.wdco.es

**WDKO** es una empresa francesa multiservicio especialistas en vaciado y puesta a punto de comercios. Cuentan con 20 años de experiencia en el servicio de limpieza y cierre/vaciado de tiendas para marcas nacionales e internacionales. Se encargan del desmontaje completo del mobiliario interior (estanterías metálicas, góndolas, expositores, mobiliario, iluminación,

etc.) y exterior (rótulos, revestimientos, persianas, etc.)

Además, realizan el embalaje y transporte de muebles a otras tiendas y de la eliminación de residuos voluminosos. Intervienen de forma rápida en toda España gracias a su eficiencia, rápida capacidad de respuesta y personalización en cada trabajo.

**Contacto:**

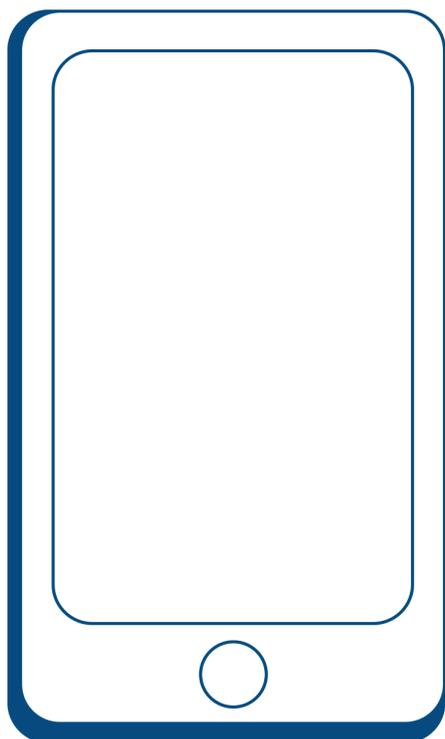
**Nicolas LEBEAU, Key Account Director**  
+ 34 687 541 291  
nicolas.lebeau@witco.io  
www.witco.io

**Witco** es una plataforma digital que unifica el acceso a todas las herramientas y servicios que mejoran la experiencia laboral dentro y fuera de la oficina. Esta compañía ayuda a las personas a mantenerse conectadas entre sí y con su empresa para que solo tengan que preocuparse por hacer el mejor trabajo posible.

mejorar la experiencia de sus empleados en 200 ciudades a nivel mundial.

Desde su lanzamiento en 2016, Witco ha recaudado \$14 millones con los mejores fondos de capital de riesgo. La compañía tiene oficinas en París, Madrid, Londres y Múnich y prevé duplicar su plantilla a finales de 2022 para apoyar su expansión internacional.

Hoy en día, más de 5.000 empresas utilizan el software de Witco para



## Medios digitales

App CCIF

Web

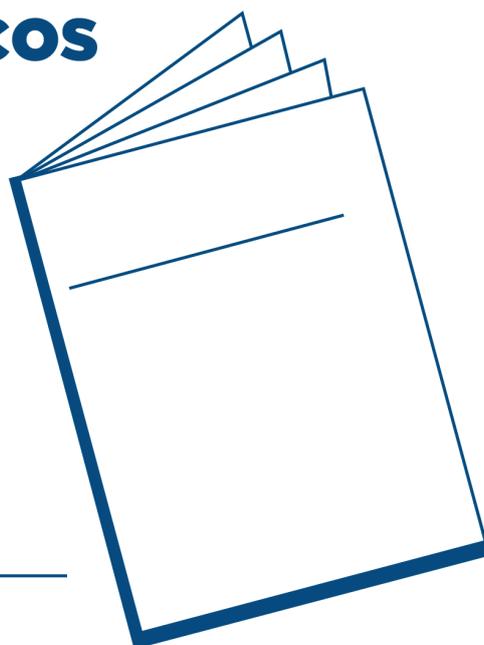
**Comunica con  
la Cámara**

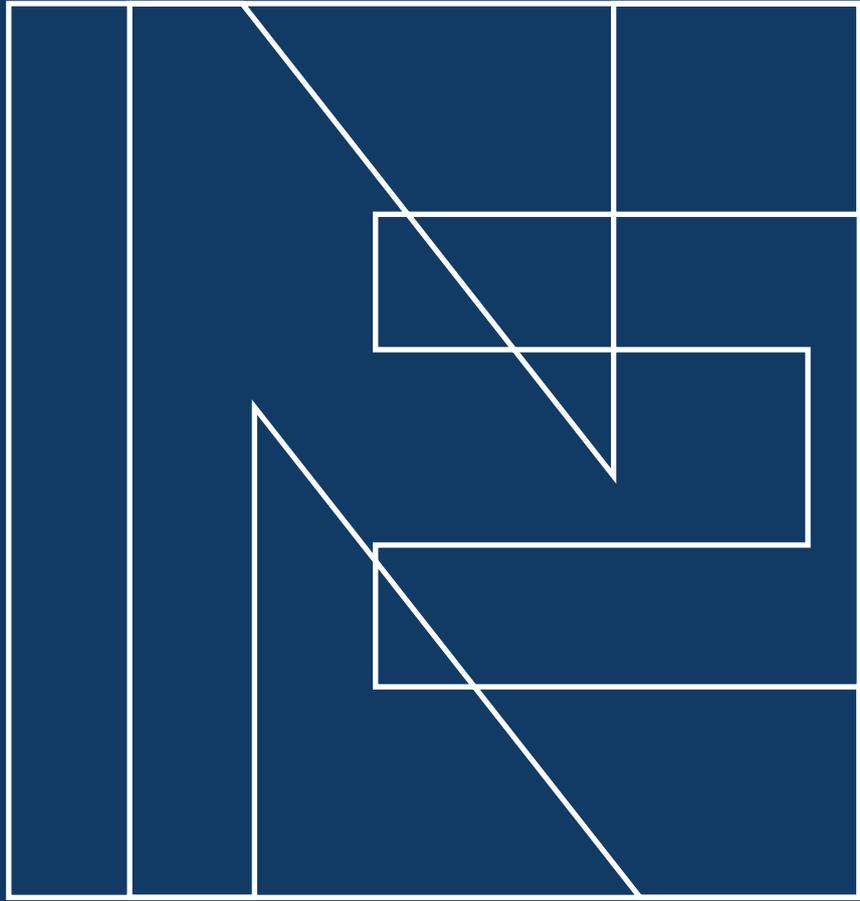
## Medios físicos

La Lettre

Anuario de miembros

Guía “La France a Bcn”





# ES NOTICIA





## Alting arrienda al grupo Sonder su hotel de cinco estrellas de Passeig de Gràcia

**Grupo Alting**, socio de nuestra Cámara, alquila al grupo Sonder el hotel de Passeig de Gràcia 29-31 para los próximos 15 años.

Sonder Holdings Inc., firma hotelera estadounidense de nueva generación, trabaja la experiencia del huésped en sus estancias a través de la tecnología y el diseño. Su fachada consta en el catálogo de Edificios Protegidos del Ayuntamiento de Barcelona y está considerado como una pieza única.

Javier Marcos, subdirector general de Alting, afirma: "con esta operación se demuestra el acierto de la Compañía en su estrategia de invertir en activos prime, que permite tener una altísima ocupación, con un portfolio estable y sólido para abordar los nuevos proyectos de inversión en los que se encuentra el Grupo".



## Cooptalis levanta 80 M€ en una ronda de financiación y se convierte en "Anywr"

**Cooptalis**, líder en contratación internacional y movilidad profesional, ha anunciado una nueva ronda de financiación de 80 millones de euros, la mayor que la empresa ha recaudado hasta la fecha. Para esta operación, Cooptalis eligió asociarse con NAXICAP PARTNERS, junto con su inversor histórico EURAZEO.

Para llevar a cabo la nueva dimensión internacional y digital de la empresa y su vocación universal, el grupo ha elegido **Anywr** como su nuevo nombre. Anywr es el resultado de su eslogan: Anywork, Anyway, Anywhere, Enabler.

Su objetivo es ser considerados como una empresa global y responsable y, sobre todo, como un proveedor de soluciones innovadoras en un contexto en el que el deseo de flexibilidad en la captación de talento es cada vez más fuerte.



## Bové Montero y Asociados publica el libro "Comment traiter des affaires en Espagne"

La firma española de servicios profesionales **Bové Montero y Asociados**, miembros de nuestro **Comité de Patronage**, presenta *Comment traiter des affaires en Espagne*, un libro de enfoque práctico dirigido a empresarios, inversores y emprendedores franceses interesados en establecerse por primera vez en el país y estar al día de la información necesaria. Su propósito es presentar de manera clara, resumida y con un lenguaje cercano al mundo de los negocios la realidad jurídica, mercantil, tributaria, contable y laboral española.

Editada por Profit Editorial, es una guía práctica que describe los rasgos principales de la sociedad y el mercado españoles, desde la geografía, demografía y realidad institucional a las políticas y los idiomas, además de aquellos aspectos de naturaleza empresarial que afectan a la creación de una actividad empresarial en España y qué hay que tener en cuenta en el momento de invertir en el país. Bové Montero y Asociados ha contado con la colaboración de la Cámara Oficial de Comercio de España en Francia.



## globalpacta celebra sus 10 años de película

El pasado día 8 de junio la firma pudo por fin reunir a clientes y amigos en una celebración familiar en la Sala Cocheras del Hotel H10 Mimosa. Durante el evento, los socios agradecieron a los presentes la confianza depositada, explicaron sus 10 años de película y dieron paso al invitado principal, Rector Mgfc. D. Alfonso Méndiz, rector de la Universitat Internacional de Catalunya, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

El acto contó con una presentación sobre la figura del abogado en el cine, en la que se destacó los principales valores de esta noble profesión que han podido verse en la gran pantalla a lo largo de la historia; seguidamente actuó el Mago Cesc y finalmente el acto se cerró con un aperitivo.

Fundada por los abogados Roberto Martínez y Juan Carlos Piqué, con la sede principal en la calle Muntaner (Barcelona), y miembros del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara, **globalpacta** completa más de 10 años de trayectoria atendiendo a sus clientes, familias, empresas y empresarios, que buscan la cercanía de profesionales ágiles y pragmáticos.

## Marimón Abogados nombra socio a Marcelino Pajares

**Marcelino Pajares** ha sido nombrado socio de **Marimón Abogados**, miembro de nuestra Cámara, en la última junta de socios celebrada a principios de año.

Los socios han valorado el trabajo que está realizando como responsable del departamento de Derecho procesal en la oficina de Madrid desde su incorporación al despacho en 2015.



“Agradezco enormemente la apuesta que el despacho hace por mí y por mi departamento, y asumo con mucha ilusión el reto que supone. Cuento con el mejor equipo para afrontarlo”, asegura Marcelino Pajares.

Pajares inició su carrera profesional en Uría Menéndez y cuenta con casi 20 años de experiencia en el asesoramiento a empresas y particulares en procedimientos judiciales y arbitrales de índole civil y mercantil.

## Grupo Neoelectra fortalece su presencia en Francia

El **Grupo Neoelectra**, miembro del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara, acaba de adjudicarse un contrato por 10 años como partner de eficiencia energética de la papelera de Allard Emballages Varennes del Grupo Hinojosa para contribuir a la producción anual de 82.000 toneladas de papel 100% reciclado.

A lo largo de esta alianza de eficiencia energética, Neoelectra Francia acompañará a Allard Emballages en la consecución de sus objetivos de desarrollo sostenible (ODS). El Know How y los más de 20 años de experiencia de Neoelectra serán claves para evitar la emisión anual de 16.000 toneladas de CO2 y gestionar la planta de embalajes en línea con los ODS compartidos por ambas compañías.

El plan de inversión de Neoelectra France contempla alrededor de 15 M€ para potenciar la línea de negocios Neoelectra Green, especializada en energías renovables.

## SPHERE, patrocinador del Congreso Nacional de Reciclado de Plástico

**SPHERE España**, socios de la Cámara, de diseño, fabrica y comercializa bolsas de basura, bolsas de salida de caja y bolsas self service biodegradables compostables.

Coincidiendo con su 60 aniversario, SPHERE España está inmersa en la última fase de ejecución de su nuevo complejo de economía circular en el municipio de Pedrola en Zaragoza. La factoría está basada integralmente en los principios de la economía circular e incorporará criterios de eficiencia energética.

La planta será ‘residuo cero’ y en ella se llevará a cabo el reciclado de polietileno posconsumo, polietileno posindustrial y bioplástico posindustrial, reincorporando al proceso productivo los sobrantes de la fabricación.

Este proyecto va a ser un referente en Aragón, España y Europa. Con una previsión de ventas para el ejercicio 2022 en torno a los 90 millones de euros.

## Sopra Steria ayuda a Acciona a evolucionar su estrategia de gobierno y servicios TI

**Sopra Steria**, miembro de nuestro **Comité de Patronage**, ha firmado un contrato con Acciona para evolucionar su modelo de gestión TIC a través de la configuración de una Oficina de Gestión de Servicios y una Oficina de Gobierno de Tecnologías de la Información.

La Oficina de Gestión de Servicios constará de un catálogo de actividades que facilitarán el uso de los servicios TI a las distintas áreas de la Compañía. Su objetivo es colaborar con la organización en la definición, seguimiento y control de los niveles de calidad en la prestación de los servicios TIC a los negocios y apoyar en la gestión de proveedores y en la mejora continua de los servicios.

Por su parte, la Oficina de Gobierno tendrá una función más consultiva, centrándose en actividades y labores de apoyo propias del Gobierno TIC, y también ejecutará algunas iniciativas solicitadas por la Organización bajo demanda.