

**7**  
**Mercadona.**  
Inverteix 200 milions en el seu novè bloc logístic

**8**  
**NH Hotels.**  
Estreny llaços amb el proveïdor de TIC Amadeus

**9**  
**Softonic.**  
Digital River adquireix el 15% del seu capital

**10**  
**Govern central.**  
2 milions per a sis empreses de Girona

**11**  
**Singular Kitchen.**  
Obre la desena botiga a Catalunya

**12**  
**Bon Preu.**  
Tanca el 2009 amb un 7% més de vendes

**13**  
**Apax.**  
La firma de capital risc obre oficina a Barcelona

**14**  
**Puig.**  
S'associa amb Valentino en el mercat de les fragàncies

## Frases

“L'economia dels EUA sortirà abans de la crisi, i per això presenta oportunitats de creixement”

**Fernando Pérez-Hichman**  
Director Banc Sabadell



“La recessió s'està atenuant i es detecta una reactivació del crèdit en el darrer trimestre del 2009”

**Ana Patricia Botín**  
Presidenta de Banesto



“Mantindrem l'arrelament català d'Agbar i, evidentment, la seva seu a la ciutat de Barcelona”

**Jean Louis Chaussade**  
Director general de Suez



“És molt interessant la decisió dels EUA d'imposar una taxa a les institucions financeres”

**J. L. Rodríguez Zapatero**  
President del govern central



## El sector

### Telefonia mòbil

#### S'esperen 47.000 participants al GSM

La gran fira de la telefonia mòbil, el Mobile World Congress (GSM), espera enguany repetir el nombre d'expositors i de persones que hi van participar l'any passat i arribar així a les 47.000. Per aconseguir-ho, l'organització ha hagut d'acordar descomptes amb hotels i en viatges. El GSM ocuparà en l'edició d'enguany, que se celebrarà del 15 al 18 de febrer, un 4% més d'espai expositiu, i comptarà amb la presència dels principals fabricants i operadors, com ara Alcatel, Ericsson, Telefónica o Vodafone. El gran absent serà Nokia, el primer fabricant de mòbils de món, que per la crisi prefereix ser-hi a través de la societat conjunta que té amb Siemens. L'any passat, el Mobile World Congress va tenir un impacte econòmic de 220 milions d'euros, i va suposar la creació de 5.670 llocs de treball. Entre les personalitats que hi assistiran, hi ha el president de Google, Eric Schmidt, o el d'Ericsson, Hans Vestberg.



MIQUEL ANGLARILL

### L'empresa Cromaresme

# Un nou concepte per a la pintura industrial

**PINTOR** · L'empresa de Dosrius recorre a un pintor per tenir una nova mirada dels pigments i textures **OBERTURA** · Amb la nova proposta, aquesta empresa familiar es vol obrir a nous sectors, com ara l'habitatge

**NOM DE L'EMPRESA:**  
Cromaresme

**FORMA JURÍDICA:**  
Societat anònima

**DATA DE NAIXEMENT:** 1955

**ESPECIALITAT:**  
Pintures industrials

**SEU:** Dosrius (Maresme)

**NOMBRE DE TREBALLADORS:**  
34

**XIFRA DE NEGOCI:**  
4 milions d'euros

**MERCATS:**  
Espanya, Japó, Itàlia

**Jordi Garriga**  
DOSRIUS

Una empresa és com una bicicleta, o es mou o cau”, és el lema que ha presidit la trajectòria de Cromaresme des del 1955, quan el fundador, Antoni Colomer, anava en bicicleta per repartir la pintura que fabricava. Dedicada a la pintura líquida industrial per a fabricants de bicicletes o motocicletes, la firma de Dosrius s'ha distingit sempre pel seu caràcter innovador.

“Dissenyàvem pintura especi-



Tècnics de Cromaresme en el laboratori de l'empresa ■ CRISTINA FORÉS

al, de colors amb diversos efectes de tornassolat, quan tothom es dedicava als colors llisos”, recorda Mercè Colomer, directora general de l'empresa. Ara l'empresa està immersa en el projecte *Beyond Colour* (Més enllà del color). Cromaresme pertany al clúster de la motocicleta, no debades el 45% del seu mercat el configuren empreses d'aquest àmbit. Si fins ara, com explica Colomer, “buscàvem els colors que ens demanava el client, a partir d'aquest projecte volíem fer una passa endavant i cercar noves combinacions de colors amb els ulls d'un pintor”. Aques-

ta nova proposta estava pensada per introduir-se en un nou mercat, el de l'habitatge, atès que el sector de les motos està patint de forma molt dolorosa la recessió. Arran d'això, Cromaresme, que va tancar l'any amb un volum de negoci de 4 milions, va veure com la facturació queia un 46%.

Amb el suport del Benjamí Mas, pintor establert a Mèxic i que té una gran anomenada al Japó, Cromaresme ha elaborat un catàleg amb una nova gamma de colors que ens volen transmetre sensacions de primavera, estiu, tardor i hivern o vinya,

blat, Mediterrani i fons marí. En el nou catàleg, a partir d'un color bàsic que allotja un dels conceptes esmentats, es desenvolupen variants amb diferents textures. “Tot i que ho vam pensar fonamentalment per a fabricants de poms, aixetes i endolls, vinculats a l'habitatge, o als que es dediquen al mobiliari urbà, el cert és que a les marques de motos a les quals servim els ha agradat molt, i Yamaha ja s'està plantejant utilitzar un rosa primavera per a un dels seus models”, explica Colomer.

La directora de Cromaresme vol difondre el missatge que la pintura industrial “de cap manera ha de ser un simple de més a més, sinó que és una part fonamental del disseny”.

La recerca del valor afegit ha de ser l'estratègia postcrisi de Cromaresme. “Ara ens dedicarem més al concepte de disseny de color, a barrejar pigments i adaptar-los al món industrial, tot entenent la complexitat que presenta cada client”, afirma Colomer, que afegeix: “Volem fer pedagogia a altres sectors perquè valorin la pintura, i que una peça canvia molt si està ben pintada o mal pintada”.

#### Obrir fronteres

Treballant amb aquesta nova mentalitat, Cromaresme espera, segons avança Colomer, que “se'ns obrin les fronteres, i pensem en el Japó com un mercat potencial, ja que d'allà provenen alguns dels nostres millors clients, com ara Yamaha, Suzuki o Honda”. Així mateix, i ja que la nova proposta va néixer tot pensant en l'habitatge, Mercè Colomer pensa que poden aparèixer oportunitats en sectors d'activitat insospitats. De tota manera, “no podem oblidar que el nostre mercat natural, el de les motocicletes, és un sector molt avançat tecnològicament, i és on probablement es valoren millor les aportacions del nou catàleg”. ■