

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Gremi de Flequers de la Província de Barcelona*

1. Dades de l'organització

Raó social:

GREMI DE FLEQUERS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://bcnsostenible.cat/web/punt/gremi-de-flequers-de-la-provincia-de-barcelona>

Número de persones
treballadores

10-25

Número de persones
associades o agremiades

>100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

01/01/2024 al 31/12/2024

Persona de contacte

Vanessa Molina

Com s'ha elaborat?

Elaboració tècnica

En cas de seleccionar procés participatiu, expliqueu breument com s'ha portat a terme:

Feu clic aquí per escriure text.

3. Accions per la sostenibilitat

Nom: DONA-LI VIDA AL PA!

Àmbit d'actuació prioritària:

El model alimentari

L'acció està relacionada amb:

- Repte de descarbonització de B+S
- Repte d'aigua de B+S
- Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

El Gremi de Flequers de la Província de Barcelona sempre està buscant noves iniciatives i idees per tal d'acomplir la seva missió de promocionar la cultura del pa artesà i de qualitat entre la ciutadania. D'aquesta manera, un dels nous projectes que ha posat en marxa és una nova campanya titulada "Dona-li vida al pa!".

L'objectiu principal d'aquesta nova campanya és potenciar la venda i el consum de productes flequers, tot destacant la professionalitat de l'ofici i la qualitat del producte. Així, en aquesta ocasió, per continuar fomentant el consum dels productes de fleca artesana de qualitat i amb la finalitat de conscienciar els clients de la importància de consumir productes saludables, artesans i de proximitat, el Gremi ha optat per titular aquesta campanya amb un lema vitalista i proactiu, amb un to positiu i propositiu: "Dona-li vida al pa!".

La dinàmica d'aquesta campanya busca promocionar els diferents productes de fleca a través d'un receptari digital elaborat expressament amb el pa com a protagonista. Així, en cada estació de l'any se suggereixen receptes de temporada amb diferents pans que podem trobar en una fleca. Els forners poden compartir aquest receptari, disponible en format digital, amb els clients per tal que el descarreguin. Aquest llibre de receptes s'anirà enriquint cada temporada i es podrà descarregar a través de xarxes socials i del codi QR inclòs en la cartelleria de la campanya.

Cartelleria

I és que, per tal que els flequers puguin participar en la campanya, el Gremi es compromet a fer arribar als establiments agremiats un kit que inclou els diferents elements gràfics que acompanyen aquesta acció. En concret, hi ha un cartell anual i cartells estacionals per lluir-los a la fleca amb l'objectiu d'animar els clients a participar en la campanya. A més dels cartells corresponents a les quatre estacions de l'any, n'hi ha un d'especial per a les festes nadalenques, per promocionar els productes típics d'aquesta època.

El cartell anual, en format DIN-A3, està pensat per ser col·locat en un lloc vistós de la botiga, de manera que atregui l'atenció dels clients. Així podran conèixer la campanya i accedir al receptari, ja que cartell porta un codi QR que permet consultar i descarregar el llibre de receptes, que s'anirà actualitzant cada temporada.

El cartell anual es complementa amb cinc cartells en DIN-A4, cadascun d'ells dedicat a una temporada: hivern, primavera, estiu, tardor i un d'especial per Nadal. Són cartells pensats per col·locar-los a les taules, en el cas de les fleques amb degustació: a l'aparador, a prop de la caixa o bé en una paret ben visible de l'establiment.

Calendari

El Gremi ha establert un calendari ben estructurat per portar a terme ordenadament cadascuna de les fases de la campanya, cosa que en potenciarà l'impacte. Així, els cartells de cada estació s'exhibiran en les dates següents:

- receptes d'hivern: fins al 31 de març
- receptes de primavera: de l'1 d'abril al 31 de maig
- receptes d'estiu: de l'1 de juny al 31 d'agost
- receptes de tardor: de l'1 de setembre al 15 de novembre
- receptes de Nadal: del 15 de novembre al 6 de gener

Per informar els agremiats del canvi de temporada, el Gremi els enviarà un correu electrònic notificant del canvi de cartell.

A les xarxes

Per descomptat, a banda d'editar aquest receptari digital, el Gremi es compromet a portar a terme diferents accions per donar visibilitat i publicitat a la campanya a xarxes socials. L'objectiu és conscienciar el consumidor de la importància de consumir productes de fleca artesana, de qualitat i tradicionals.

Finalment, el Gremi anima les fleques agremiades a compartir les seves pròpies receptes a les xarxes socials a través del hashtag #donavidalpa i etiquetant @gremiflequersprovinciabcn. D'aquesta manera, es potenciarà la campanya, es farà més participativa, guanyarà valor afegit i s'enriquirà amb noves receptes que podran incorporar-se en els pròxims receptaris. A més a més, aquesta acció redundarà en benefici de les fleques, que oferint continguts d'utilitat als seus seguidors podran fidelitzar-los i ampliar la clientela.

També s'animarà els consumidors a compartir les seves pròpies receptes a les xarxes. A cadascun dels receptaris estacionals s'hi indicarà: "Des del Gremi de Flequers de la Província de Barcelona volem que donis vida al pa. Per això, hem creat aquest receptari, elaborat amb diferents productes que pots trobar a la fleca perquè puguis fer diferents plats

amb el pa com a protagonista. [...] Us animem a compartir les vostres receptes a través de les xarxes socials amb el hashtag #donavidalpa. Aquesta iniciativa forma part de la campanya de promoció del pa, on fomentem els productes de fleca artesans de qualitat i conscienciem de la importància de consumir productes saludables i de proximitat”.

Contra el malbaratament

“Amb aquesta campanya, a més de posar en relleu el pa amb diferents receptes, demostrant que és un producte que es porta bé amb qualsevol tipus d'aliment, també hem volgut contribuir a reduir el malbaratament alimentari incloent receptes per donar una segona oportunitat al pa, com ara les migas o el gaspatxo, que es poden fer amb pa dur. Amb tot això, seguim fent divulgació de la cultura del pa i oferint un valor afegit als consumidors”, analitza Mònica Gregori, presidenta del Gremi. “Vull fer una crida als flequers agremiats per animar-los a fer la màxima difusió de la campanya a xarxes socials, per tal de fer soroll entre tots i donar visibilitat al pa artesà i de qualitat”, conclou.

Època prevista d'implementació: Gener 2024 – Desembre 2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ciutadania | <input checked="" type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>): |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- | | | |
|---|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Xarxes Socials
(<i>Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Cartelleria (<i>cartells i/o informació en paper</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Plataforma Decidim a través de B+S |
| <input checked="" type="checkbox"/> Revista o butlletí | <input checked="" type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>): |
| | <input type="checkbox"/> Whatsapp i/o Telegram | _____ |

Ampliació a memòria:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Clients informats/conscienciats	0	275
Cartells informatius exposats	0	7.800

Valoració:

Hem ajudat als consumidors a trobar receptes d'aprofitament de les sobres del seu pa.

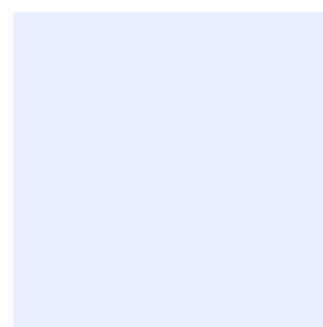
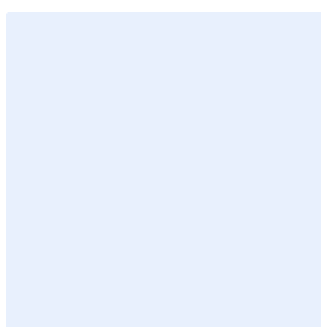
Punts forts o facilitats:

Les receptes són fàcils i accessibles, poden atraure a un públic ampli i motivar a moltes persones a participar-hi

Principals dificultats:

No podem confirmar si totes les empreses agremiades s'han acollit a la campanya i han penjat els cartells.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya de comunicació ha estat molt eficient, tots els agremiats van rebre els seus cartells per penjar a les botigues i el gremi informava en quin moment s'havia d'actualitzar el cartell per canvi de temporada, per tal d'unificar-ho.

Nom: Sorteig regal sostenible i reutilitzable

Àmbit d'actuació prioritària:

L'emergència climàtica

L'acció està relacionada amb:

- Repte de descarbonització de B+S
- Repte d'aigua de B+S
- Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

El Gremi anualment porta a terme la tradicional campanya anual del pa, amb l'objectiu de fomentar el consum de pa.

Fidels al compromís d'ajudar a les nostres empreses agremiades a difondre la imatge de salut i qualitat del pa, cada any juntament amb les bosses de paper i els pòsters promocionals, es fan sortejos dirigits al públic consumidor.

El regal sortejat sempre és un article sostenible i reutilitzable, com paneres de roba per al pa, bosses de tela "tote bag", porta entrepans boc'n'roll fabricats a Catalunya, porta entrepans tipus estoig, setrills de vidre... Tots aquests regals són alternatives al plàstic d'un sol ús, amb una major durabilitat i un impacte ambiental reduït, que fomenta un estil de vida més responsable.

Un petit regal amb gran impacte.

Època prevista d'implementació:

Gener 2024 - Desembre 2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ciutadania | <input checked="" type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Xarxes Socials (<i>Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Cartelleria (<i>cartells i/o informació en paper</i>) | <input type="checkbox"/> Plataforma Decidim a través de B+S |
| <input checked="" type="checkbox"/> Revista o butlletí | <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| | <input type="checkbox"/> Whatsapp i/o Telegram | |

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Nombre de regals sostenibles	0	1.165
Empreses agremiades participants	0	108

Valoració:

Reduir el plàstic és un pas positiu cap a un futur més sostenible.

El Gremi treballa per crear consciència sobre l'impacte negatiu que tenen les bosses de plàstic en el medi ambient.

Punts forts o facilitats:

El Gremi fomenta la sostenibilitat, posant a l'abast del seus agremiats bosses de paper, per tal d'anar eradicant l'ús de les bosses de plàstic.

Principals dificultats:

Trobar un regal sostenible significatiu que es pugui vincular amb el sector flequer.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

A través d'aquesta campanya, el Gremi ajuda a la sostenibilitat dels consumidors del sector flequer.

Nom: Assessorament estalvi energètic

Àmbit d'actuació prioritària:

El model energètic

L'acció està relacionada amb:

- Repte de descarbonització de B+S
- Repte d'aigua de B+S
- Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

El Gremi col·labora amb un partner energètic de referència, amb l'objectiu de millorar i optimitzar les factures de llum i de gas de les empreses agremiades, les quals reben:

- Assessorament per a la contractació i gestió de subministraments energètics, valoració d'optimització de costos.
- Assessorament i instal·lació de plaques fotovoltaïques.
- Sol·licitud i tràmit de subvencions ICAEN.

Època prevista d'implementació:

Gener 2024 – Desembre 2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ciutadania | <input checked="" type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Xarxes Socials (<i>Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...</i>) | <input type="checkbox"/> Cartelleria (<i>cartells i/o informació en paper</i>) | <input type="checkbox"/> Plataforma Decidim a través de B+S |
| <input checked="" type="checkbox"/> Revista o butlletí | <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| | <input type="checkbox"/> Whatsapp i/o Telegram | |

Nom: Dia Mundial del Pa

Àmbit d'actuació
prioritària:

El model de producció i consum

L'acció està relacionada amb:

- Repte de descarbonització de B+S
- Repte d'aigua de B+S
- Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

El dia Mundial del pa se celebra cada 16 d'octubre. En aquesta data es promou la importància del pa en l'alimentació i la cultura arreu del món.

El dia Mundial del Pa és una data per fer una reflexió sobre l'alimentació i el seu consum: el malbaratament d'aliments i la sostenibilitat.

Convidem als consumidors a comprar pa artesanal elaborat amb matèries primeres de qualitat i de proximitat, creada amb ingredients locals.

A mesura que el consumidor és més conscient de l'impacte de les seves compres, l'ajuda a prendre decisions de compra més respectuoses amb el medi ambient.

També es busca conscienciar sobre la necessitat de garantir aquest producte indispensable a totes les persones, l'alimentació conscient, la producció sostenible i el suport al sector flequer.

Anualment, en la nostra campanya relacionada amb aquesta diada, enviem un pòster promocional a totes les fleques amb la imatge del món, perdonar importància al pa en l'alimentació i se seva cultura mundialment.

El gremi treballa per l'increment de productes panaris artesans com a garantia de salut i qualitat, tot conscienciant el públic de la importància de consumir productes saludables.

Època prevista d'implementació:

16/10/2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ciutadania | <input checked="" type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Xarxes Socials
(<i>Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Cartelleria (<i>cartells i/o informació en paper</i>) | <input type="checkbox"/> Plataforma Decidim a través de B+S |
| <input checked="" type="checkbox"/> Revista o butlletí | <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| | <input type="checkbox"/> Whatsapp i/o Telegram | |

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ?	Valor inicial	Valor assolit:
Nombre d'empreses agremiades		_____
Nombre d'establiments agremiats que pengen els cartells		_____

Valoració:

Any rere any el gremi donar a conèixer aquesta commemoració i celebració del dia del pa, i es vagi instaurant aquesta diada.

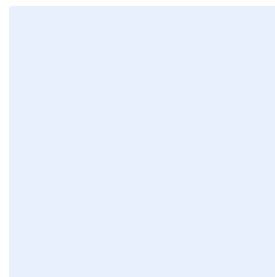
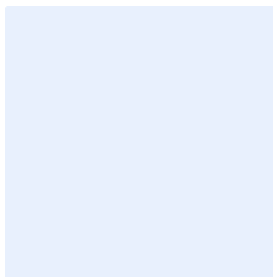
Punts forts o facilitats:

El Gremi publica un pòster anualment.

Principals dificultats:

Accés a ingredients de proximitat per part dels forners
Malbaratament alimentari per part dels consumidors
Fabricació industrial a gran escala.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa ha estat valorada molt positivament, degut el volum d'empreses agremiades informades.

Nom:

Àmbit d'actuació prioritària:

Seleccioneu un àmbit

L'acció està relacionada amb:

- Repte de descarbonització de B+S
- Repte d'aigua de B+S
- Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

Època prevista d'implementació:

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ciutadania | <input type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Xarxes Socials
(<i>Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...</i>) | <input type="checkbox"/> Cartelleria (<i>cartells i/o informació en paper</i>) | <input type="checkbox"/> Plataforma Decidim a través de B+S |
| <input type="checkbox"/> Revista o butlletí | <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| | <input type="checkbox"/> Whatsapp i/o Telegram | |

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:

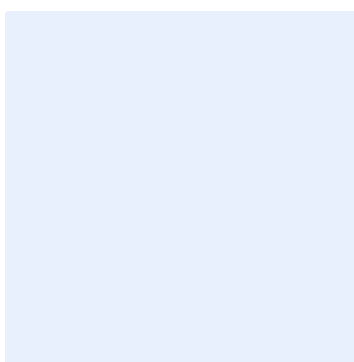
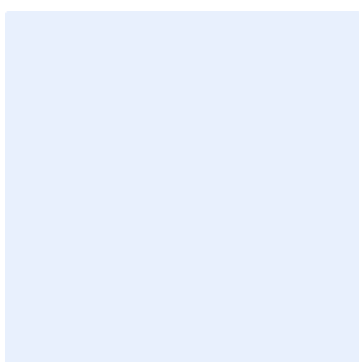
_____		_____

Valoració:

Punts forts o facilitats:

Principals dificultats:

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Expliqueu breument com ha anat la campanya comunicativa. Ha sigut satisfactòria, àgil, eficient, o us heu trobat amb diferents dificultats, entrebancs, etc.?

Taula resum indicadors:

(Aquesta taula no l'heu d'omplir, és d'emplenat automàtic que la podreu veure omplerta quan tingueu el document en PDF)

Acció	Mesura	Valor
DONA-LI VIDA AL PA!	Clients informats/conscienciats	275
	Error! No s'ha trobat l'origen de la referència.	7.800
Sorteig regal sostenible i reutilitzable	Nombre de regals sostenibles	1.105
	Empreses agremiades participants	108
Assessorament estalvi energètic	Nombre empreses agremiades informades	275
	Nombre empreses agremiades assessorades	19
Dia Mundial del Pa	Nombre d'empreses agremiades	_____
	Nombre d'establiments agremiats que pengen els cartells	_____