

Bones pràctiques de Responsabilitat Social de les Empreses de Vilafranca del Penedès

Banc Sabadell Vijazz Penedès



Nom: Acadèmia Tastavins del Penedès - Sant Humbert: Banc Sabadell Vijazz Penedès

Sector d'activitat: Esdeveniment

Activitat: Festival que combina el jazz amb el vi i el cava del Penedès

Nre. Treballadors/es: una persona fixa, una persona eventual i cinquanta voluntaris

Pàgina web:
www.vijazzpenedes.com

Adreça i contacte:
Plaça Àgora 1
08720 Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)
93 890 35 81
info@academiatastavins.com

Descripció de l'empresa

L'Acadèmia Tastavins del Penedès - Sant Humbert és l'acadèmia bàquica més antiga de Catalunya i també en l'àmbit espanyol. Des de la seva fundació a l'any 1964, ha estat una organització sense ànim de lucre i independent. La seva missió consisteix a divulgar la **cultura del vi** en la societat i la prescripció i promoció dels **vins del Penedès** i el seu territori. Al llarg de tots aquests anys s'ha convertit en un referent i en un símbol dins del món del vi.

Pel que fa a la **divulgació** pretenen introduir a la cultura del vi als no iniciats, mentre que als ja iniciats ajudar a ampliar els seus coneixements i brindar-los noves oportunitats. També s'adrecen als joves majors de 18 anys, ja que es vol fomentar l'aprenentatge del món del vi i la seva cultura entre els joves, per als quals l'Acadèmia és una excel·lent plataforma d'educació del consum responsable de vi.

Respecte a la **promoció** activa dels vins del Penedès i el seu territori, les línies estratègiques de l'Acadèmia passen per l'organització d'actes de difusió del Penedès dirigits a públic final i a professionals (restauradors, sommeliers, líders d'opinió, etc.)

L'Acadèmia organitza l'esdeveniment Banc Sabadell Vijazz Penedès des del 2007, després d'alguna altra experiència prèvia no tan reeixida, a partir de la qual sorgeix la idea d'una fira de vins amb el maridatge amb el jazz. BS Vijazz Penedès és un esdeveniment festiu i participatiu on es donen a conèixer els millors vins i caves del Penedès a ritme de jazz:

- Una gran **fira de vins i caves** del Penedès
- **Concerts de jazz** gratuïts d'artistes de primer nivell mundial

Aquest esdeveniment té lloc a Vilafranca del Penedès durant la primera setmana de juliol. Es duen a terme nombroses activitats paral·leles relacionades amb el tema principal: tastos comentats, visites a cellers, maridatges, *brass bands* i espectacles al carrer, i altres.

Tot i que l'Acadèmia organitza altres activitats, com ara un tast al mes, o bé una nova iniciativa anomenada *Penedès a Barcelona* i que voldrien que donés lloc a un espai permanent a la capital, Vijazz és la que té més notorietat.

Descrivim tot seguit alguns aspectes rellevants de l'organització i com incorporen algunes bones pràctiques de responsabilitat social, amb especial focus en Vijazz, l'esdeveniment, i referències a l'Acadèmia Tastavins del Penedès.

“han sabut lligar diferents sensibilitats cap a un objectiu comú, el fer de Banc Sabadell Vijazz Penedès una plataforma per donar visibilitat als productes del Penedès”

Compromís envers el territori

Malgrat que la iniciativa sigui d'una entitat privada, cal fer notar com a dimensió important per a comprendre el sentit de responsabilitat envers la societat el fet que Vijazz té vocació d'**esdeveniment d'interès col·lectiu**. La finalitat és, com correspon a l'Acadèmia, divulgar la cultura del vi i promocionar la comarca del Penedès com a territori amb gran tradició enològica. I aquest objectiu és d'interès territorial per a molts agents de territori.

De fet, donat que els agents econòmics de l'Alt Penedès han situat **l'enoturisme com el focus central de promoció turística**, un esdeveniment d'aquestes característiques respon a la voluntat de fer accions en aquesta línia, obertes a tots els públics, que atreguin visitants, i que generin **complicitats entre els operadors locals**.

Per tal d'assegurar la vinculació de tots els agents de territori, cal treballar amb qualitat i rigor, tenir un model de bon govern, generar espais de participació i tenir un posicionament clar sobre què és la fira, què pretén, cap on va. Així, cal fixar objectius compartits que evitin els individualismes o les apropiacions indegudes.

És en aquest sentit que Vijazz està obert a les propostes de participació però alhora s'han establert uns **criteris de selecció**, ja que donat l'èxit de l'esdeveniment se'ls acosta molta gent però, per a no caure en errors del passat, saben que no ho han d'acceptar tot sense una línia clara. La primera condició que es posa és que s'ha de *treballar per la causa comuna*: es fa per a la suma de tots. Un segon criteri de selecció és *estar alineat amb la filosofia de Vijazz i amb un estàndard de qualitat molt alt*. I el tercer barem és *l'autosuficiència econòmica* ja que no està dins la seva filosofia finançar projectes particulars.

Cal dir que consideren la seva iniciativa com una manera d'**organitzar la societat civil** i que han sabut **lligar diferents sensibilitats cap a un objectiu comú**, el fer de BS Vijazz una plataforma per donar visibilitat als productes del Penedès.

Han aplicat criteris de màrqueting professional per a un esdeveniment que consideren públic, en el sentit que no té objectius particulars sinó generals del territori. I el fet de tenir un model clar respecte a l'estil, els porta a canviar maneres de fer habituals en les relacions, tot i que de vegades no és fàcil, per exemple, fer entendre a cada patrocinador que les seves contrapartides no són equiparables.

Com un exemple de com fer **que tots els agents en surtin beneficiats**, Vijazz únicament ofereix tastos de vi i cava sense gastronomia, amb la intenció manifesta de no perjudicar el sector de restauració sinó que ben al contrari, se'ls vol ajudar a generar activitat. Cal destacar també que han establert un seguit de normes a fi de no depassar el terme “tast de vins” i no fer competència deslleial a la infinitat de cellers i negocis amb activitats relacionades de la comarca. La voluntat és d'evitar la venda generalitzada d'ampolles de vi durant el Festival.



S'han preocupat de **cultivar el valor de la marca** per tal de fer-se un nom en el mercat artístic, i han aconseguit disposar d'una bona reputació que els facilita poder gaudir d'artistes de renom que altrament no acudirien a un festival de jazz que no tingues lloc en una gran ciutat. De fet, la marca de Vijazz és tan notòria que molta gent desconeix que és una acció de l'Acadèmia i potser es creu que és organitzada per organismes públics, però en absolut els preocupa ja que la voluntat ha estat precisament de crear una **identitat per a un esdeveniment que tothom se'l pugui fer i sentir seu**.

Per tal que també altres agents no econòmics se'n veiessin beneficiats, l'assemblea de l'Acadèmia va decidir fa tres anys destinar el **0,7% del ingressos de l'Acadèmia Tastavins a una entitat benèfica** de la comarca. Les entitats receptores han estat l'Espiga, Ampert i Càritas. Però no només això, sinó que des de l'Acadèmia, i per extensió des de Vijazz, es fomenta aquesta mena d'accions per anar fent taca d'oli i ser capaços de generar valor social creant un efecte dòmino animant altres entitats a seguir aquest model. Val a dir que altres esdeveniments com ara Festa Major s'han sumat a aquesta bona pràctica de responsabilitat social envers el territori.

Finalment, cal destacar que tots els concerts són gratuïts, fet que suposa una aportació festiva i cultural per a tota la ciutadania.

Compromís envers els participants

Com a opció per millorar la qualitat i l'impacte de l'esdeveniment, es duen a terme més de 1.500 entrevistes a visitants a peu de carrer, en llocs i horaris diferents. Aquesta acció els ha permès saber quina tipologia es dona, d'on vénen, per què vénen, copsar la percepció que té el visitant de Vijazz i obtenir informacions rellevants.

De fet, a les primeres edicions tenien la temença que la gent vingués preferentment pel jazz, i ara s'ha anat invertint alhora que han crescut molt els que se senten atrets per totes dues coses, tant pel vi com per la música.

Cal explicar un aspecte important de la mecànica de funcionament, ja que afecta als valors que es promouen. Per cada tast, els cellers que estan als estands sols poden demanar un tiquet, a diferència d'altres esdeveniments en què en funció de la qualitat del vi se'n poden demanar dos o tres. Així, com que el visitant disposa de tres tiquets té l'oportunitat de triar bé. Els cellers saben que l'objectiu de la fira no és venir a fer negoci sinó que es tracta d'un projecte compartit de marca de territori, i per això no es tracta que amb la venda de tiquets paguin el cost de la seva presència.

D'altra banda, és promou la moderació en la beguda, de manera que hi ha unes marques de límit per a cada copa, que a més estan en cartells descriptius a cada estand, per tal de no fomentar l'abús i comunicar aquest valor en tot l'esdeveniment.



Banc Sabadell
Vijazz Penedès
5, 6 i 7 de juliol 2013
Vilafranca del Penedès

- Escenari principal Jaume I
- Guiso de Santa Maria
- Exposició "El Celler" - Espai de St. Joan
- Projecció - stand Acadèmia Tastativa Penedès
- Guiso de Santa Bàrbara
- Estands de Gastronomia
- Sala de tast del Centre Agrícola
- Zona Fira de Vins
- Ruïnes sortides a cellers
- Guiso de Sant Francesc - informació turística
- Sala de tast de la fira
- Zona Infantil
- Escenari Sant Francesc



Visites vinyes "enoturisme PENEDES"



Banc Sabadell Vijazz Penedès 2013

Impacte econòmic

Donat l'interès territorial, l'esdeveniment disposa de **suport de les institucions públiques**, però hi ha la precaució per assegurar que aquest no sigui el principal. Vijazz és un esdeveniment privat que s'organitza des de l'Acadèmia i el suport públic no supera la tercera part del pressupost, amb aportacions de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès, el Consell Comarcal del Penedès, la Diputació de Barcelona i el ICIC. Les altres dues terceres parts provenen d'una banda de patrocinis privats com ara Banc de Sabadell, DO Penedès, restaurants..., i de l'altra són ingressos que genera la mateixa activitat a partir de la venda de tiquets de les activitats paral·leles com maridatges o visites a cellers.

Cal remarcar que tot i que el suport econòmic que perceben és molt rellevant, també valoren de manera significativa el suport moral, donat que l'organització d'un esdeveniment d'aquesta magnitud genera certs incidents i sense aquest suport més intangible es faria difícil la continuïtat.

Aquesta aproximació pressupostària no té en compte que l'organització de l'esdeveniment també requereix una dosi important de voluntariat per part dels membres de la Junta especialment, fet que reduiria percentualment el suport públic.

En contrapartida, cal fer notar la rellevància del **retorn per al territori** ja que es comptabilitzen més de 40.000 persones que visiten la ciutat durant els tres dies que dura Vijazz, amb una xifra d'impacte econòmic que calculen en un milió tres-cents mil euros en facturacions directes a empreses locals, sense comptar el valor de la marca-territori. És un càlcul fet amb rigor demanant dades reals de restaurants, bars, hotels, benzineres... fet que els permet poder **valorar l'impacte real** de tot l'esforç i com **les subvencions rebudes esdevenen autèntiques inversions** que creen un valor palpable.

A més d'aquest retorn econòmic que es pot mesurar, també es percep una resposta més intangible en forma de sentiment d'orgull col·lectiu i de pertinença, que en qualsevol cas reverteix en positiu sobre el territori, i es detecta a partir de les nombroses intervencions en xarxes socials.

Una conseqüència positiva del bon govern i la reputació és que disposen d'un tracte preferencial per part de les entitats bancàries que els proporcionen liquiditat quan els cal fer contractacions per avançat.

Cal fer notar que en les primeres edicions, quan encara es tractava en certa manera d'una aventura, van haver de suportar tensions importants de tresoreria, que sols van poder superar amb préstecs personals. Cal tenir en compte que la contractació musical demana el 50% en el moment de la firma i la resta uns dies abans del concert. Afortunadament ara poden gaudir d'una pòlissa de crèdit per tal de tenir disponibilitat, però sols han pogut arribar fins aquí gràcies a l'esperit emprenedor de l'equip de junta i especialment del president, ja que per a una iniciativa no lucrativa encara és més difícil comptar amb un finançament inicial per a llançar el projecte.

Cal dir que, a més de l'assegurança civil per als actes, disposen d'una



tast Josep Roca Vijazz Penedès 2010



showroom sommeliers Vijazz Penedès 2011

*“Des de l'Acadèmia Tastavins hi ha una voluntat clara que **BS Vijazz Penedès** sigui un esdeveniment cuidat i net”*

assegurança sobre els ingressos no percebuts.

De vegades, des de fora, pot ser que no es conegui tot el que hi ha darrere una iniciativa d'aquest tipus, i com són les persones que han de posar-hi de la seva part. És molt probable que es cregui que darrere hi ha institucions, però el risc correspon a les persones que hi han cregut i que, a l'inici, van apostar-hi recursos propis, a banda de molt d'esforç. També és important que la gent compregui que tota l'aportació és desinteressada, per part de persones que senten passió per la cultura del vi i pel Penedès.

Equip humà

L'Acadèmia Tastavins és una associació amb una **Junta** constituïda per president, secretari, tresorer, dos vicepresidents i vuit vocals, entre els quals es distribueixen les tasques. En una entitat no lucrativa que porta a terme accions d'interès general, s'entén que l'equip directiu desenvolupa una tasca de voluntariat. Tal com és prescristiu en una associació, anualment se celebra una assemblea on es decideixen pressupostos i es planifiquen les activitats de l'any següent. Cada quatre anys hi ha eleccions en les quals sempre s'han resolt molt bé els traspassos de renovació.

A més, hi ha una **persona contractada** a temps complet, i durant el moment de major volum de feina per a l'organització se'n contracta una altra de reforç administratiu i es compta amb un equip d'una cinquantena de **col·laboradors** voluntaris, que són coordinats per membres de la Junta. En tot cas, cal destacar que la major part de la feina organitzativa està subcontractada.

La tasca dels voluntaris es concentra en les taquilles, accessos, sales de tast... per a la fira del vi, mentre que per al festival de jazz fan tasques com anar a buscar músics. Es tracta, doncs de perfils diferents, més joves que valoren el treball en grup en el primer cas i un perfil de melòmans en el segon cas.

Una empresa de Castelló gestiona la part dels concerts de jazz, mentre que una empresa local fa la gestió general, que inclou imatge i comunicació, captació de fons, programa, actes paral·lels, i específicament la part de la fira del vi. A l'hora de contractar les actuacions musicals es tenen en compte un seguit de pautes pensades tant a promocionar el territori amb, com a mínim, l'actuació d'un grup local; a donar difusió a l'acte amb la contractació d'algun grup més mediàtic; i a fer-lo apte a qualsevol tipus de públic amb formació musical diversa, iniciats o neòfits.

Compromisos amb el medi ambient

Des de l'Acadèmia Tastavins hi ha una voluntat clara que Vijazz sigui un esdeveniment cuidat i net. És amb aquest objectiu que es duen a terme un seguit d'accions i que s'han pres certes decisions.

El fet de no voler que l'esdeveniment tingui un caire gastronòmic també contribueix a reduir la quantitat de residus generats. Algunes veus consideren que complementar els tastos amb gastronomia seria interessant, però també provoca molts residus difícils de tractar i molta brutícia que es fa evident i degrada els espais públics. Cal considerar que com més net està un espai



públic, més tendència del públic a mantenir-lo net, de manera que es fomenten actituds de respecte. D'altra banda, també els agrada crear un clima relaxat, sense aglomeracions ni massa cues.

També amb la intenció de minimitzar la generació de residus han creat un suport per a les copes de vi que permet no haver de fer servir copes d'un sol ús que després s'han de llançar, i reutilitzar la mateixa copa en els diferents tastos i en diversos esdeveniments. A més es redueix el risc de trencament ja que la copa va penjada del coll dels usuaris com si fos un collaret.

Disposen d'un pla de neteja consensuat amb l'ajuntament, que els posa contenidors i separen deixalles, i a més hi ha una quadrilla de voluntaris que es dediquen únicament a recollir cartró i ampolles dels estands i portar-los als punts verds per a evitar acumulació de residus als estands.

Conclusions

L'Acadèmia Tastavins del Penedès és una **organització sense ànim de lucre** i com a tal no està exempta d'incorporar criteris de responsabilitat social en l'estratègia de gestió. D'altra banda, cada cop més hi ha una sensibilitat per tal que els esdeveniments també incorporin un enfocament socialment responsable, fet que no es limita únicament a impactes ambientals sinó també als altres vectors socials, laborals, econòmics i de bon govern.

Vijazz és un esdeveniment que incorpora bones pràctiques significatives en matèria dels impactes econòmics i en el territori. Podem dir que amb aquesta activitat l'entitat desenvolupa un compromís clar i d'alt impacte envers el territori a fi de crear valor econòmic i social. Aquesta filosofia està alineada amb la responsabilitat social i per tant es pot considerar que és un punt de partida excel·lent per desenvolupar una metodologia que permeti assegurar la gestió socialment responsable i abordar les àrees de millora.

*Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de juny de 2013 per Vector 5, Excel·lència i Sostenibilitat a partir de l'entrevista realitzada a Francesc Palau, a càrrec Josep Maria Canyelles i Marta Ribera. La fitxa reflecteix informacions aportades per l'empresa i ha estat validada per aquesta. En aquest procés també s'han identificat aspectes subjecte de millora, i s'està acompanyant l'empresa per tal d'abordar-los. L'elaboració de les fitxes d'RSE s'emmarca en el projecte Destinacions Turístiques Socialment Responsables impulsat per la **Fundació Pro-Penedès** i la col·laboració de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès. Aquest projecte està subvencionat pel SOC i el Fons Social Europeu, d'acord amb el Programa d'Ajuts a projectes Innovadors i Experimentals, regulat per l'Ordre EMO/312/2012.*