

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

# Vinseum, Museu de les Cultures del Vi de Catalunya



Vilafranca

**VINSEUM**

Museu de les Cultures del Vi de Catalunya

**Nom:** Vinseum, Museu del les Cultures del Vi de Catalunya

**Sector d'activitat:** Cultural

**Activitat :** Custodia i difusió del patrimoni

**Nre. Treballadors/es:** Catorze

**Pàgina web:**

[www.vinseum.cat](http://www.vinseum.cat)

**Adreça i contacte:**

Pl. Jaume I, 5

08750 Vilafranca (Alt Penedès)

tel.93 8900582

[vinseum@vinseum.cat](mailto:vinseum@vinseum.cat)



## Descripció de l'empresa

El **VINSEUM, Museu de les Cultures del Vi de Catalunya**, és un museu situat a una antiga casa-palau dels reis de la Corona d'Aragó, a Vilafranca del Penedès. Es tracta d'una institució singular que, a través de la conservació del patrimoni, reflecteix i difon la cultura local mentre esdevé al mateix temps un centre de referència.

Antigament s'anomenava Museu de Vilafranca-Museu del Vi, i es va constituir com una associació l'any 1935, i l'any 2000 es va transformar en Fundació privada ja que necessitava dotar-se d'una nova estructura que li permetés començar una renovació per posar-se al ritme del segle XXI. Des del 2012 és una fundació pública.

El museu disposa d'amplis fons propis, amb eines i estris antics i moderns, maquetes i models autèntics que reflecteixen l'evolució de la tecnologia aplicada a la vitivinicultura. I també disposa d'un Centre de Documentació del món del Vi, Arxiu musical i un important fons d'imatges. També cal esmentar la col·lecció d'arts plàstiques on el vi ocupa un paper central, amb còpies molt notables d'artistes clàssics.

## Nova orientació més al servei del territori

El 2007 es defineix un nou projecte museístic amb dos elements centrals de posada al dia:

- Ambiciós projecte arquitectònic destinat a recuperar l'esplendor dels edificis medievals i crear nous espais d'exposició.
- Projecte museístic integrador, que fomenta la interacció museu-societat i potencia la creativitat local reivindicant un millor coneixement del món de la vinya i la cultura del vi.

En totes dues dimensions hi observem elements de responsabilitat envers la societat que abasten tots els vectors d'aquest estil de gestió: bon govern, impactes econòmics, ambientals, socials i laborals. Aquests compromisos i bones pràctiques, que tot seguit descrivim, no solament procuren integrar la sensibilitat i inquietuds dels diferents grups d'interès sinó que alhora suposen una evolució de la institució en el sentit d'incorporar les noves orientació de la museologia.



La comarca ha optat per fer de la vitivinicultura el focus de l'activitat turística, fomentant la generació de sinergies entre les diferents baules de la cadena i trobant els elements que poden tenir un interès per a atreure visitants. El que es coneix com a **enoturisme** genera un interès creixent per a alguns segments de turistes i per al Penedès suposa l'oportunitat de vincular la principal activitat econòmica productiva i el principal referent per a la cultura local al desenvolupament de l'activitat turística.

I el museu del vi de Vilafranca havia de ser-ne una peça clau, que requeria que posés el focus no solament en els elements de conservació del patrimoni sinó en l'atracció de visitants i la capacitat de generar sinergies amb la resta dels agents del territori. D'alguna manera, la missió de la institució esdevenia més complexa, havent de satisfer públics més diversos i situant-se com a engranatge al servei d'un repte superior del territori, sense perdre les funcions i valors que són propis de la institució museística.

### Bon govern

El canvi d'associació a fundació va proporcionar al museu una estructura jurídica definida que permeté integrar els diversos sectors socials i institucionals que habitualment donaven suport al museu; va possibilitar vincular el sector privat gràcies a les bonificacions fiscals que les fundacions poden oferir als seus col·laboradors, va garantir una gestió unitària i professional de les col·leccions i va ajudar a comptar amb un finançament estable, indispensable per a l'actual projecte.

La fundació està constituïda per un patronat que governa i representa la institució i per una junta directiva que n'assumeix la gestió conjuntament amb la direcció. Aquesta junta és el pont de diàleg entre el patronat i la direcció, i evita el risc de distanciament d'un patronat amb funcions representatives i reunions semestrals respecte de la vida del museu en el seu dia a dia.

A nivell de **transparència**, es publica anualment la memòria d'activitats i la memòria econòmica, amb una auditoria que a partir del 2013 serà obligatòria però que es ve fent amb caràcter voluntari des del 2008. Les aportacions de l'Ajuntament són públiques donat que s'aproven en els plens.

Malgrat que no han formalitzat l'adhesió al Codi de deontologia per als museus del Consell Internacional de Museus, no s'observa que en cap criteri se n'apartin. Entre les bones pràctiques relacionades, consideren prioritari garantir la plena **disponibilitat** a totes les peces i a la informació per al públic que hi pugui tenir un interès específic. O el fet que actualment no entra cap objecte al Museu sense un títol de propietat vàlid, o que han retornat a la Parròquia de Vilafranca fons d'objectes litúrgics.

### Compromisos envers la comunitat

VINSEUM és precisament la conseqüència del compromís d'altres agents envers la comunitat. Tant l'Ajuntament de Vilafranca com l'Obra Social de Caixa Penedès han estat cabdals en les diferents etapes, així com la iniciativa i el voluntarisme de ciutadans i ciutadanes.

L'objectiu de millorar l'obertura del museu i situar-lo com un agent clau dins l'estratègia de promoció econòmica i turística del territori com a font de coneixement i riquesa cultural, està alineat amb la nova manera d'entendre la funció museística alhora que suposa una manera de gestionar la responsabilitat envers la societat, en la mesura que l'organisme ha de ser capaç de comprendre millor les inquietuds de cadascun dels grups d'interès i saber-les atendre i compensar. Precisament la responsabilitat social es defineix com un estil de gestió que pretén crear valor per a totes les parts, valor econòmic i valor social.

Però de fet el projecte és més ambiciós encara. Amb el territori del Penedès com a epicentre amb una dilatada i ininterrompuda trajectòria vitivinícola datada al voltant del segle IV aC., pretenen obrir el discurs més enllà d'un museu local posicionant-se com a referent representatiu del sector vitivinícola català. Aquest és un procés que s'està consolidant gràcies a la col·laboració de diversos ens a nivell estatal amb qui tenen relació, com ara l'Incavi que, a més de formar part del patronat, també ha estat *partner* en alguna acció, o la Generalitat de Catalunya, amb qui vol establir acords a fi d'esdevenir un museu nacional.

Però VINSEUM també gestiona el seu compromís envers la comunitat, a partir dels diferents grups d'interès. Un dels pilars fonamentals de la responsabilitat social és el diàleg amb aquests. Quan parlem d'entitats culturals, la comunitat és una de les parts implicades més significatives. Un museu sol ésser la projecció de la riquesa cultural i identitària i com a tal representativa de la comunitat on està ubicat i necessita d'aquesta per nodrir-se i evolucionar en el context social on es troba. En el nou projecte es va fer més rellevant la integració de la comunitat en el funcionament impulsant el museu a prendre part de manera proactiva en la vida de la vila i la comarca. VINSEUM està vinculat a les diferents associacions i institucions de la vila i xarxes diverses:

- Formen part del projecte d'**enoturisme** de la comarca, i estan presents en diferents pacos turístics amb acords amb cellers i restauració; També formen part de la taula de treball d'enoturisme de la Diputació de Barcelona on desenvolupen diferents línies d'actuació. L'espai Km0 articularà aquests dos vessants des de les instal·lacions del museu.
- El museu està dins el projecte de consulta telemàtica de l'inventari informatitzat a través de la web Museus en línia de la Direcció General de Patrimoni.
- Formen part de la Xarxa de Museus Locals; i han lliurat la sol·licitud al Cap del servei de Museus de la Generalitat per accedir a la Xarxa de Museus Etnològics de Catalunya
- Estan adherits a l'Associació de Museus del vi d'Espanya.
- Col·laboren en l'organització d'una activitat anomenada "Biblioteques amb DO" i coordinada des del Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya que pretén vincular la cultura de vi amb les lletres.
- Tenen acords de col·laboració amb la universitat Rovira i Virgili i amb la Biblioteca de Catalunya, amb qui comparteixen repositoris de consulta telemàtica, i alhora estan visibles a la web de la universitat.
- Col·laboren amb la Institució Catalana d'Estudis Agraris (ICEA) amb la creació del Grup de Recerca de les Varietats Autòctones de Raim de Catalunya.
- Organitzen, conjuntament amb Cine Club Vilafranca, el MOST Penedès Festival Internacional de Cinema del Vi i del Cava, del qual enguany celebraran la seva tercera edició. Com a objectiu a llarg termini és la interlocució amb la resta de festivals europeus i poder proposar una xarxa de festivals de cinema del vi. VINSEUM disposa d'un arxiu fotogràfic amb 50.000 imatges obertes a la consulta pública, a les quals s'hi van afegint els treballs audiovisuals sobre la vinya el vi i el cava que es presenten en cada edició del MOST. En aquest esdeveniment hi fomenten la participació de **voluntariat**.

VINSEUM, MUSEU DE LES CULTURES DEL VI DE CATALUNYA, EN UN CONSTANT PROCÉS DE CONSERVACIÓ I RENOVACIÓ OFEREIX UNA EXTENSA AGENDA D'EXPOSICIONS I D'ACTIVITATS, AMB UN ESPAI DINÀMIC I OBERT, VISITA'NS PER GAUDIR DELS NOSTRES SERVEIS.  
FES-TE AMIC NOSTRE.



*“En el nou projecte es va fer més rellevant la **integració de la comunitat** en el funcionament impulsant el museu a **prendre part de manera proactiva** en la vida de la vila i la comarca”*



Amb la creació dels **amics del museu** i els **amics d'honor**, VINSEUM pretén establir lligams fermes entre la comunitat i el museu, i també desenvolupar fórmules de patrocini i de microfinançament, i de possibles partenariats.

També sota aquest paraigua de vinculació amb el territori i difusió de coneixement, organitzen sortides a les vinyes cada trimestre on s'explica la tradició del conreu d'aquest arbust i tot el procés de fabricació, la filosofia de la cultura del vi vinculada a la tradició històrica.

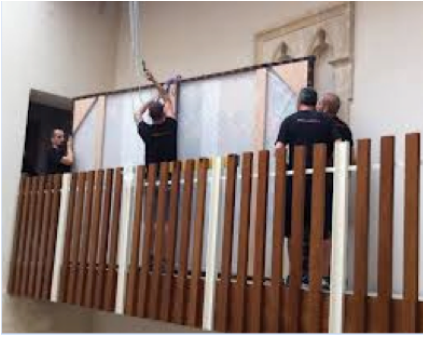
A més, com a servei complementari, ofereixen assessorament en accions que afavoreixin el patrimoni vitivinícola en quant a conservació o altres qüestions que els puguin plantejar propietaris d'alguna peça relacionada amb el patrimoni històric vitícola, ja siguin d'altres museus o particulars.

### Compromisos envers els visitants

Aquest és un grup d'interès central per a una entitat que pretén fer divulgació cultural i VINSEUM vol conèixer les inquietuds i les demandes que poden sorgir des d'aquest col·lectiu.

Es fomenten els **valors vinculats a la cultura del vi** des de diferents perspectives, donant una visió molt àmplia de la cultura del vi i de la vinya i de la tradició enòloga del Penedès, amb un bon discurs narratiu i fórmules innovadores a fi de transmetre el coneixement i la tradició de manera amena.

- **Jornades explicatives** per a menors informant sobre el **perill del consum immoderat** de begudes alcohòliques.
- Incorporació de la tecnologia, amb audiovisuals i altres gadgets que fan la visita al museu més atractiva i interessant.
- Visites teatralitzades del museu, no només per difondre el contingut museístic sinó també explicant la història de l'edifici.
- **Accessos estan adaptats** per a persones amb dificultats de mobilitat.
- Àudigüies en 5 llengües, amb la possibilitat de escoltar a través de l'auricular o llegir a través de la pantalla (si tens dificultats auditives) els continguts de l'exposició.
- Al final del recorregut de la visita, el museu inclou un espai dedicat a persones amb deficiència visual. Es tracta d'un projecte finançat des de la Diputació i que sota el nom de “La mirada tàtil” es proposa un joc sensorial tàtil d'una petita selecció de peces dels museus de la Xarxa de museus de la província. A Vilafranca es planteja un joc de gustos i tacte, que tracta de relacionar cada gust amb una textura, d'aquesta manera que es pugui entrar en aquesta dimensió gustativa del vi a través del tacte. Aquest espai compta amb la col·laboració de l'ONCE amb la inclusió de làmines explicatives en Braille.



*“Es fomenten els **valors vinculats a la cultura del vi** des de diferents perspectives, donant una visió molt àmplia de la cultura del vi i de la vinya i de la tradició enòloga del Penedès”*

## Compromisos envers l'equip professional

VINSEUM hi treballen 14 persones distribuïdes en els diferents departaments, que no inclouen els serveis externalitzats com la neteja o concessionats com l'espai de degustació de vins. Totes les funcions estan molt professionalitzades, com correspon a la gestió dels equipaments museístics, amb director, conservador, restaurador, documentalista, programació i serveis pedagògics, recepció, i comptabilitat

Dins del que permeten les obligacions de la feina, hi ha molta flexibilitat horària donat que es vol **conciliar la vida laboral i familiar** a fi de conservar el talent personal de què disposen i comptar amb una plantilla implicada en el projecte.

Es fan cursos de formació segons demanda o necessitat estimada, tot i que no disposen d'un pla de formació sistematitzat. A recepció, per exemple, es van formant en llengües, i es fomenta que els tècnics vagin participant en jornades i congressos. Es fa l'actualització anual de la formació de riscos laborals per a la funció de cadascú amb una empresa externa que és qui els certifica la seguretat. També s'han fet cursos de defensa personal, donat que pel tipus d'activitat hi estan obligats.

Es fomenta el voluntariat entre els integrants de l'equip humà, com una manera de reforçar la implicació a la comunitat. A més a més, hi ha convenis amb diferents universitats gràcies als quals s'incorporen alumnes de pràctiques de Màster de Gestió i conservació del Patrimoni. També amb altres institucions com ara el Centre La Fassina, amb qui s'han generat posteriors contractacions puntuals.

## Compromisos ambientals

Amb una extensió de 500 m<sup>2</sup> d'exposició, i una superfície total oberta al públic de 1.800m<sup>2</sup>, VINSEUM té molt presents els impactes ambientals i aplica mesures de consums responsables i **eficiència energètica**. En el seu moment es va encarregar un estudi sobre l'eficiència energètica de l'edifici reformat i sobre els projectes de les fases següents de reforma, amb mesures incloses de millora en l'ús dels recursos energètics.

Disposen de llums de **baix consum**, i durant els períodes en què l'exposició està tancada al públic únicament hi ha llums de baixa intensitat, que garanteixen la seguretat amb un consum ínfim.

El servei de neteja el du a terme una empresa externa. Donada la naturalesa del material que hi ha en el museu, es passen controls dels productes de **neteja** perquè no siguin agressius i no malmetin cap peça del patrimoni museístic.

### La taverna, part de l'estratègia museística

Entre els serveis de què disposa VINSEUM hi ha el de restaurant, que és gestionat per una empresa subcontractada. Quan es va optar per aquesta modalitat, es va considerar que aquest servei no havia de limitar-se merament a una explotació econòmica i que havia d'estar alineat amb la missió del museu. Amb aquesta finalitat, es va establir un plec de **clàusules** amb condicions a fi que l'activitat del restaurant respongui a la filosofia de l'equipament, tant en aspectes de producte com **ambientals i socials**.

Entre aquestes condicions destaquem la prioritització d'oferir **productes de proximitat**, tant pel que fa al vi, que ha de ser DO català, com al menjar. En aquest establiment no hi pot haver cervesa ni refrigeris de cola: el producte estrella sols és el vi i els derivats!

A més, hi ha d'haver una activitat continuada, i d'acord amb la direcció del museu, se celebren tastos, degustacions i promocions dels cellers considerats "amics d'honor" del museu. Cal remarcar que les accions que es duen a terme a fi de consolidar un servei que dóna molta visibilitat a l'entitat és positiu per ambdues parts.

Aquest espai també és el punt final de la visita i on els visitants poden fer una degustació.

Aquesta sinergia amb la taverna és una bona pràctica de gestió museística i també de responsabilitat social, tant pel que fa al bon govern de la institució com als impactes socials i econòmics.

Els murs no estan pintats, sinó que estan recoberts de biocalci pigmentat, un producte ecològic i natural, que és un morter de calç que no actua de barrera a la **humitat**. La humitat és un agent molt perjudicial tant per a l'edifici com per a molts objectes. A fi de minimitzar aquest risc, es va proporcionar l'edifici de petites estructures de plàstic, de manera no visible, que afavoreixen els corrents d'aire per tal de millorar el manteniment del patrimoni. Aquesta va ser una aportació que es va fer des de l'equip tècnic del museu.

Estan connectats a una estació transformadora que converteix la línia de mitja tensió de què es proveeixen a baixa tensió. Aquest fet els suposa un estalvi econòmic. També disposen d'un generador que els permetria l'evacuació de les persones o del patrimoni en cas de necessitat. En aquest sentit val a dir que es fan simulacres i es segueixen els protocols d'evacuació, tot i que segons la llei per un aforament inferior a 500 persones no és obligatori. Aquest protocol d'evacuació també està documentat per al patrimoni, establint prioritats, vies segures i metodologia.

Un altre aspecte que tenen en compte és la generació de **residus**. Per una banda realitzen la recollida selectiva. D'una altra banda, han disminuït la impressió de fulletons amb les activitats programades i ho publiquen a la web. A més a més han variat el format. Abans s'imprimien 200 fulletons per a cada una de les activitats programades, unes 6, i ara se n'imprimeixen 500 que aglutinem la programació de l'agenda durant tres mesos. Aquesta acció ha suposat una disminució de costos, de l'impacte ambiental, i alhora els ha obligat a millorar la capacitat de planificació.

Finalment, val a dir que la runa que es va generar en el procés de **rehabilitació** de l'edifici es va reciclar i convertir en grava.

### Conclusions

El fet de ser un museu i, com a tal, una organització sense ànim de lucre, no l'eximeix d'incorporar criteris de responsabilitat social en la seva gestió. Sovint les entitats, com les empreses, han corregut el risc d'excloure de la seva sensibilitat tot allò que no s'orientava a la seva missió. Avui afortunadament moltes organitzacions saben enriquir la manera de portar a terme la seva missió a partir de les inquietuds dels grups d'interès. En el cas de VINSEUM, tot el procés de modernització ha permès incorporar un millor sentit de la responsabilitat envers la societat i els diferents grups d'interès.

VINSEUM té la guarda i custòdia d'un patrimoni únic i és conscient de la importància del projecte que lidera tant per la finalitat social que hi va implícita com pels impactes que genera. Des de la direcció hi ha la voluntat d'instituir el museu com a referent cultural i identitari, amb **capacitat tractora** per ajudar a desenvolupar una activitat econòmica i cultural reforçada en la dimensió vitivinícola.

En conjunt, podem copsar la voluntat d'escoltar i conèixer les demandes i inquietuds que sorgeixen de l'entorn social, de gestionar la millora permanent. Així, aquest organisme ha adoptat un **compromís clar amb el territori a fi de crear valor econòmic i social**. Aquesta filosofia està alineada

“Des de la direcció hi ha la voluntat d’instituir el museu com a referent cultural i identitari, amb **capacitat tractora** per ajudar a desenvolupar una activitat econòmica i cultural reforçada en la dimensió vitivinícola.”

amb la responsabilitat social i per tant es podria considerar que és el punt de partida ideal per incorporar una gestió de la responsabilitat social més sistematitzada.

Alhora la voluntat de fomentar les aliances amb molts altres agents incorporant el sentit de responsabilitat social pot millorar el desenvolupament del territori socialment responsable, amb capacitat de crear valor econòmic i social, i aplicat al sector, promoure una destinació turística responsable.

*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 Xavier Fornos, director, 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.*