

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum



ESTUDI: LA FLECA A CATALUNYA

Setembre 2005

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Objecte de l'estudi:

- Anàlisi de la situació del sector de la distribució detallista de pa a Catalunya i les seves perspectives de futur.
- Definir mesures estratègiques a nivell individual, col·lectiu, públic i privat.
- Proposta d'accions a emprendre per part del col·lectiu artesà per posar en valor el seu negoci.



La demanda del pa a Catalunya

estudi realitzat per



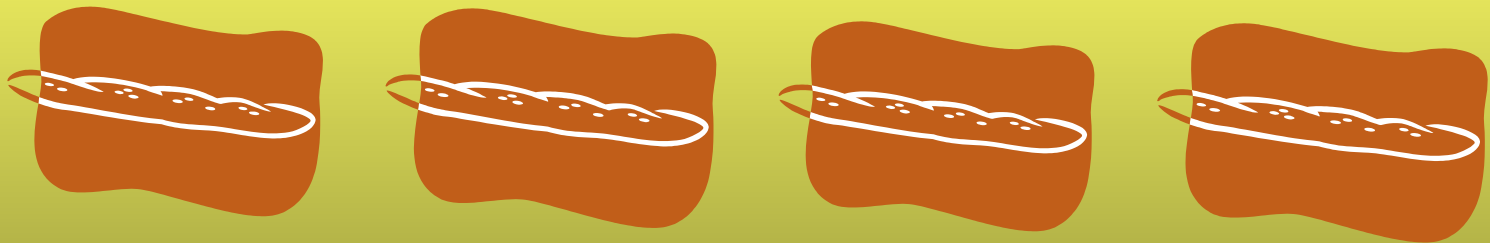
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

“els comportaments de consum i de compra són molt similars en tota la població”



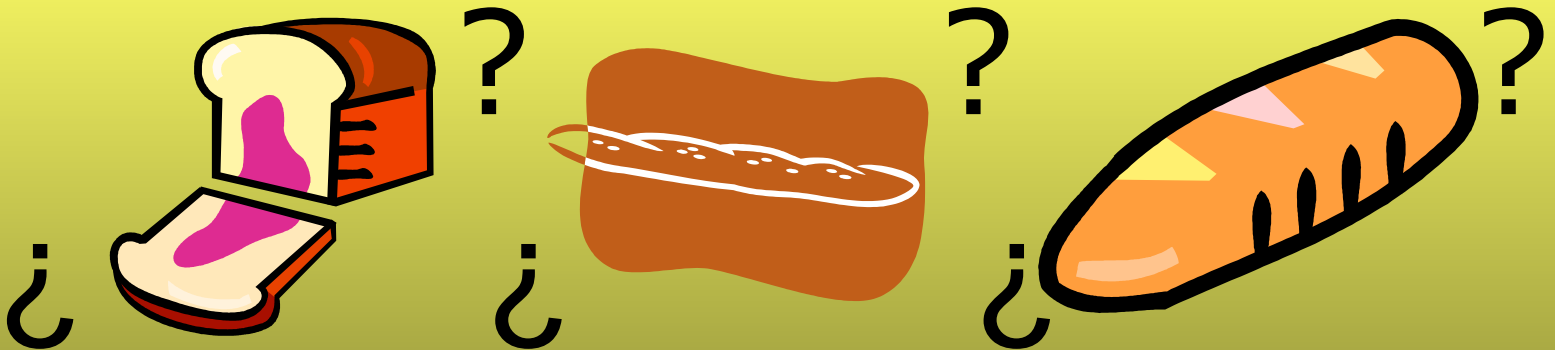
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

“la població té poc clar quines característiques té cada tipologia de pa”



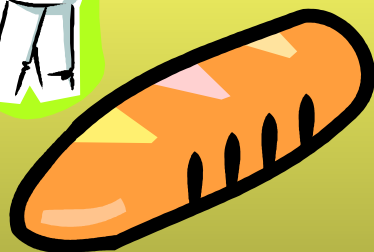
La Fleca a Catalunya



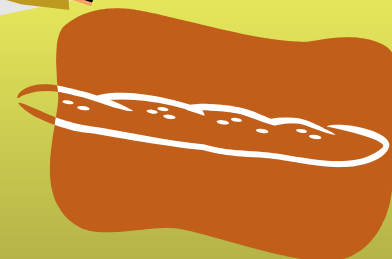
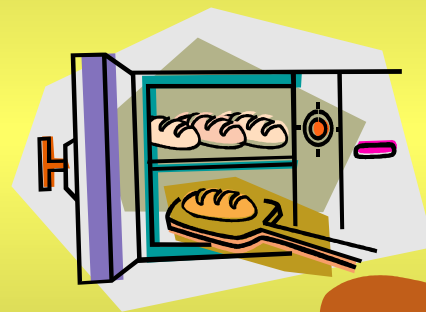
Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

“es té poca informació sobre el nom i la tipologia de cada varietat de pa”



[¿?]



[¿?]

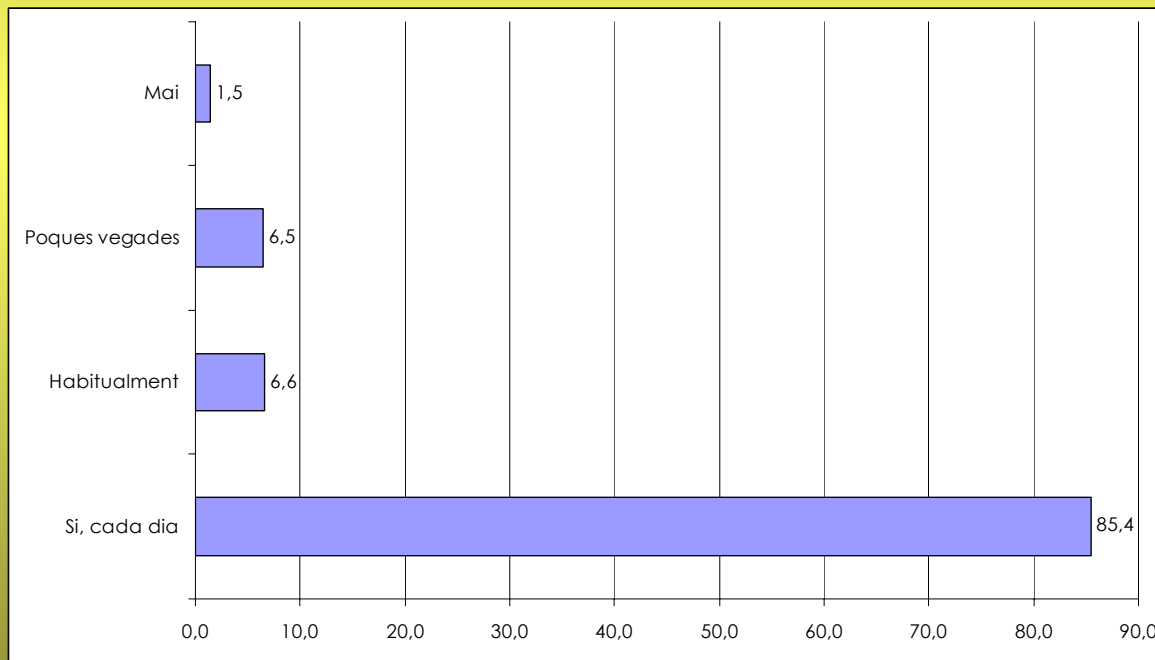
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

El 85% dels enquestats consumeixen pa cada dia



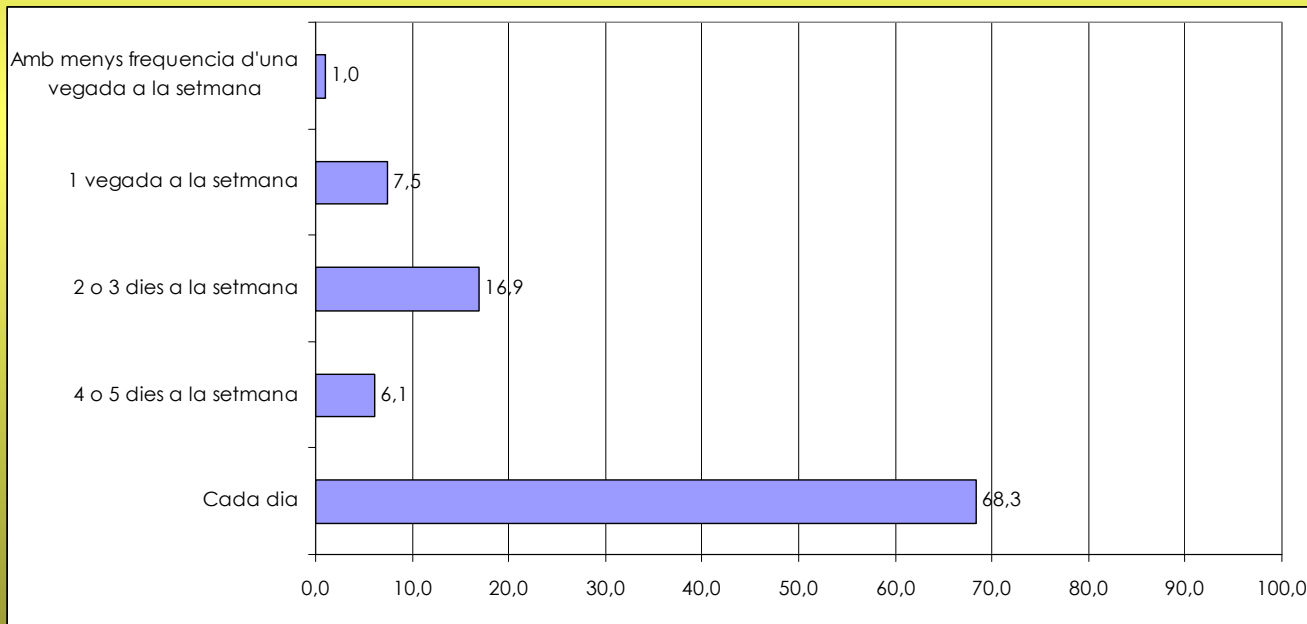
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

El 68% dels enquestats compra pa cada dia



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Majoritàriament el pa es compra en el "forn tradicional"

	De dilluns a divendres	Cap de setmana
Forn tradicional (carrer)	81,0	74,6
Forn tradicional (supermercat)	6,1	3,4
Pastisseria tradicional	3,5	4,9
Autoservei	1,3	0,9
Supermercat	12,9	7,6
Hipermercat	2,1	0,9
Benzinera	0,5	0,9
Forn-degustació	0,3	0,4
No compra	1,0	10,6
NS / NC	0	0,1

La Fleca a Catalunya

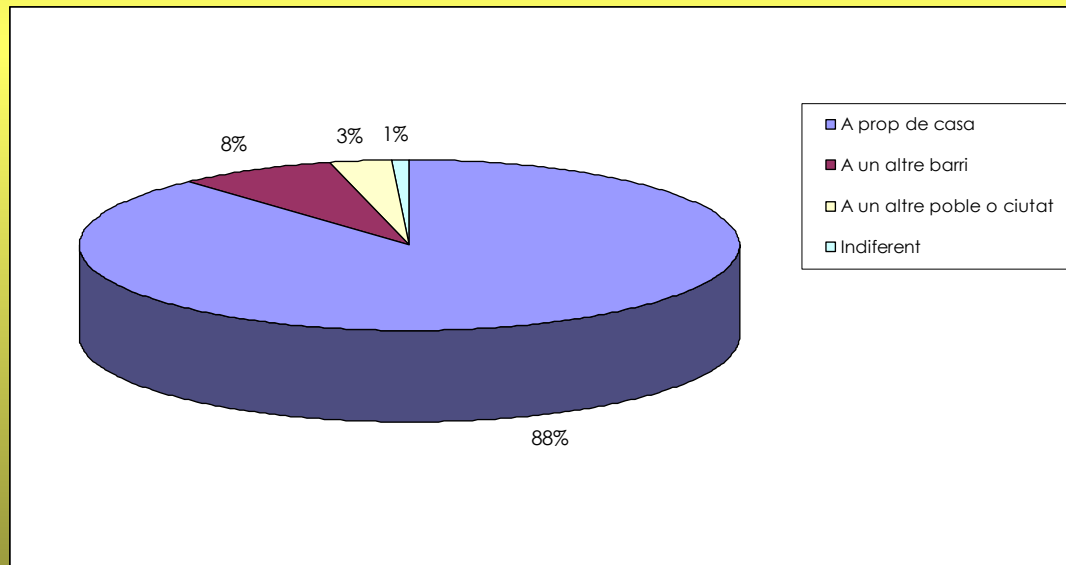


Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

El 76% compra el pa sempre al mateix lloc

Un 88% compra en un establiment prop de casa seva



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

La qualitat és la motivació de compra més important

PER QUIN MOTIU COMPRA EL PA A LA BOTIGA ON HO FA HABITUALMENT?

Base: Consumeixen pa

	TOTAL	EDAT				DIMENSIO DEL MUNICIPI			
		De 18 a 29	De 30 a 44	De 45 a 59	60 i més	Menys de 10 mil	De 10 a 100 mil	De 100 a 1 M	Més de 1 M
TOTAL	100,0	11,7	32,8	30,4	25,1	20,2	35,1	19,9	24,8
Qualitat -bo	40,3	33,3	39,6	46,1	37,5	39,1	43,6	35,2	40,7
A prop	30,9	41,9	32,6	23,0	33,1	27,7	28,2	34,2	34,7
Costum	8,5	3,4	6,1	8,2	14,3	10,9	8,5	8,5	6,5
Per tipus - especialitat	1,1	0,9	0,6	1,6	1,2	2,0	0,9	1,5	0,4
Pel preu	2,4	5,1	1,5	2,6	2,0	1,0	2,0	4,5	2,4
Bon tracte i servei	2,5	1,7	2,1	3,0	2,8	2,5	1,7	2,0	4,0
Aprofito per comprar altres ocses	1,7	3,4	1,8	1,0	1,6	1,5	2,0	2,0	1,2
Es calent	1,4	0,0	2,1	2,0	0,4	1,5	1,1	2,5	0,8
Comoditat	5,9	5,1	7,6	5,9	4,0	7,4	6,0	3,5	6,5
Li ve de pas	3,1	2,6	4,0	3,6	1,6	3,5	3,4	3,5	2,0
Horari	1,0	1,7	1,2	1,3	0,0	1,5	0,9	1,0	0,8
No sap	1,2	0,9	0,6	1,6	1,6	1,5	1,7	1,5	0,0

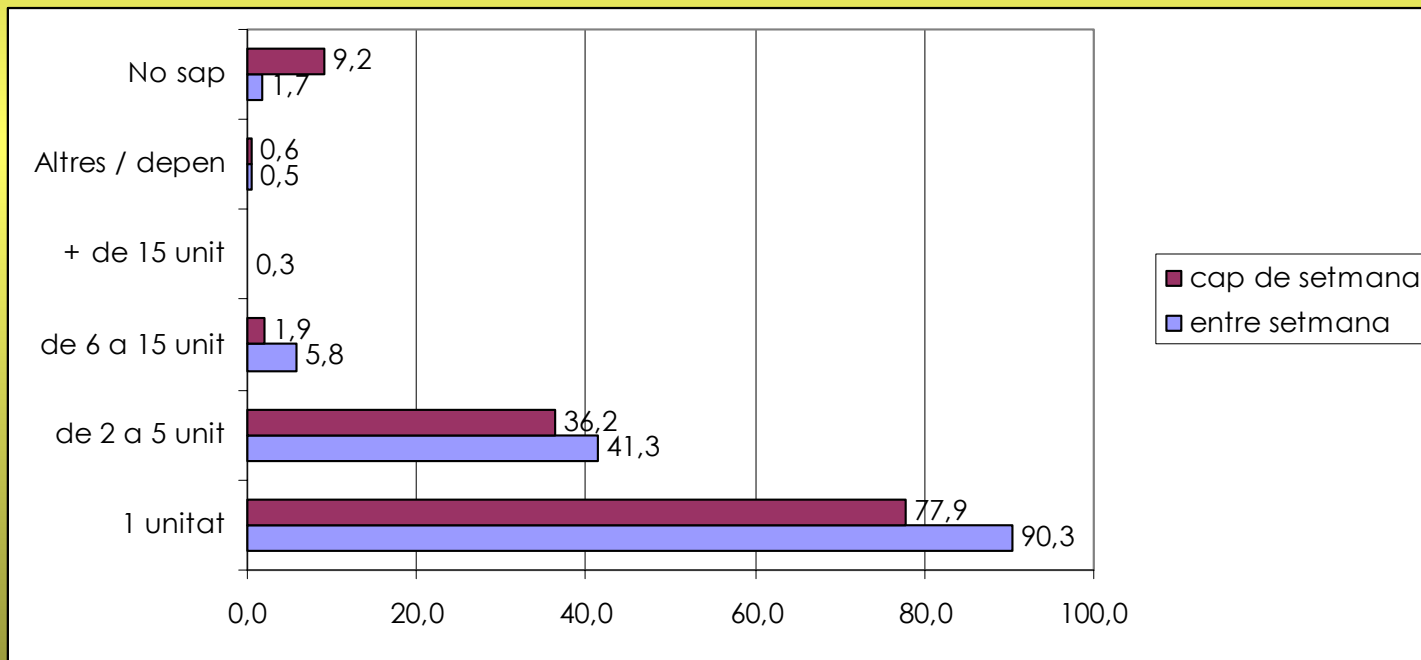
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Majoritàriament es compra de 200 a 300 grams de pa



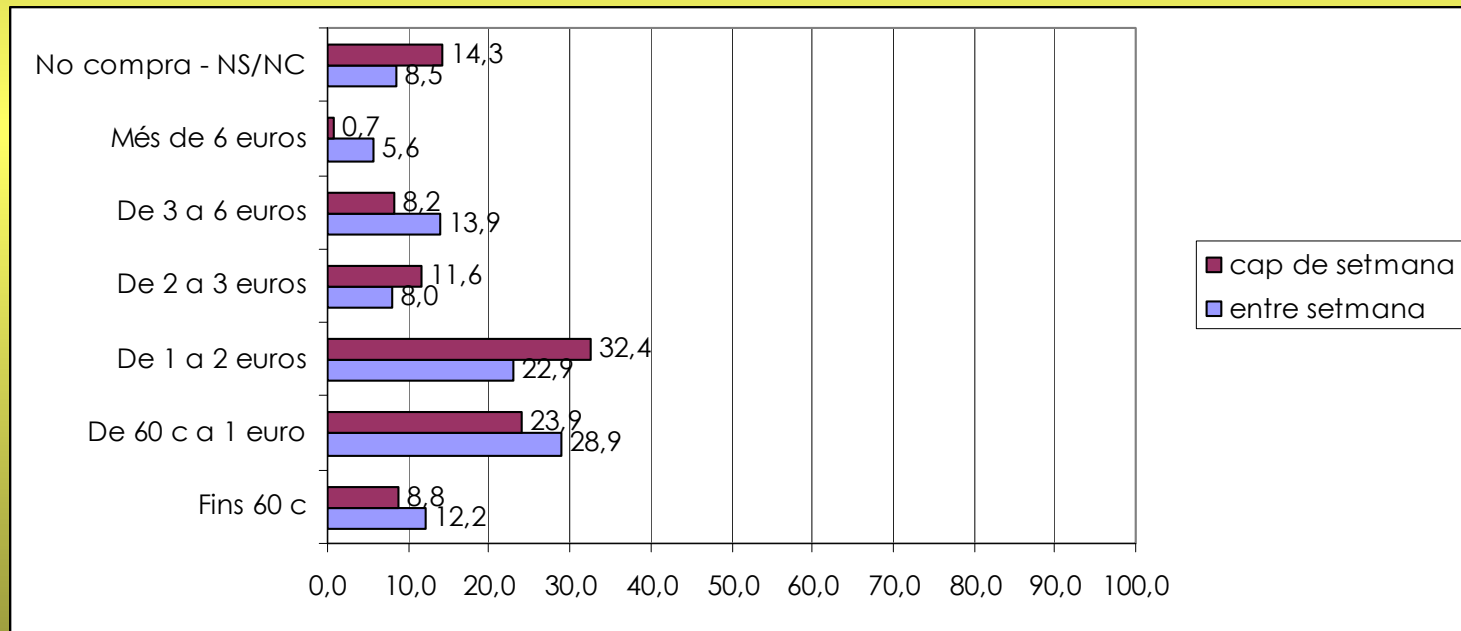
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

La gran majoria es gasta menys de 2€ quan compra pa



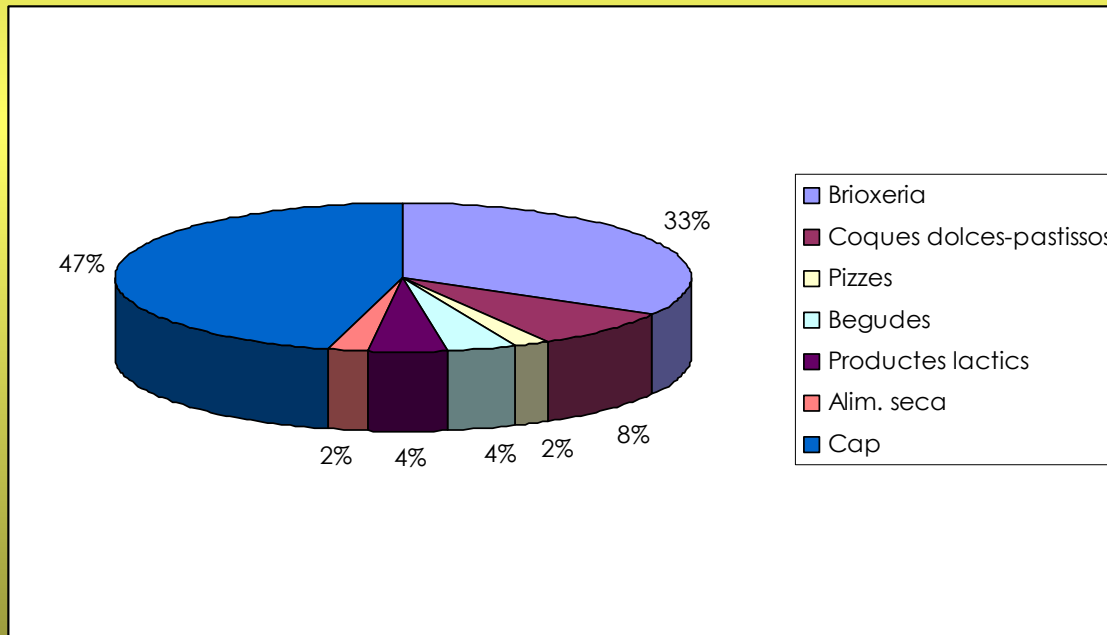
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

El 47% només compren pa. El 33% també brioxeria



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya
El 70% no varia la tipologia de pa que compra

Compra habitual i
variable de pa:

	Tipus de pa que compren quan no es canvia.	Tipus de pa que compren quan es canvia.
TOTAL	100,0	100,0
Pa de barra (mig baguette)	39,5	50,2
Pa pagès	13,3	50,2
Pa Viena	0,6	2,3
Xapata	2,7	21,1
Pa Motllo	1,4	9,0
Pa llenya	4,3	9,4
Panets	0,4	4,3
Integral	8,7	20,4
Sense sal	0,9	
Gallego	2,7	
Pirineu	0,4	
Altres	0,9	20,7

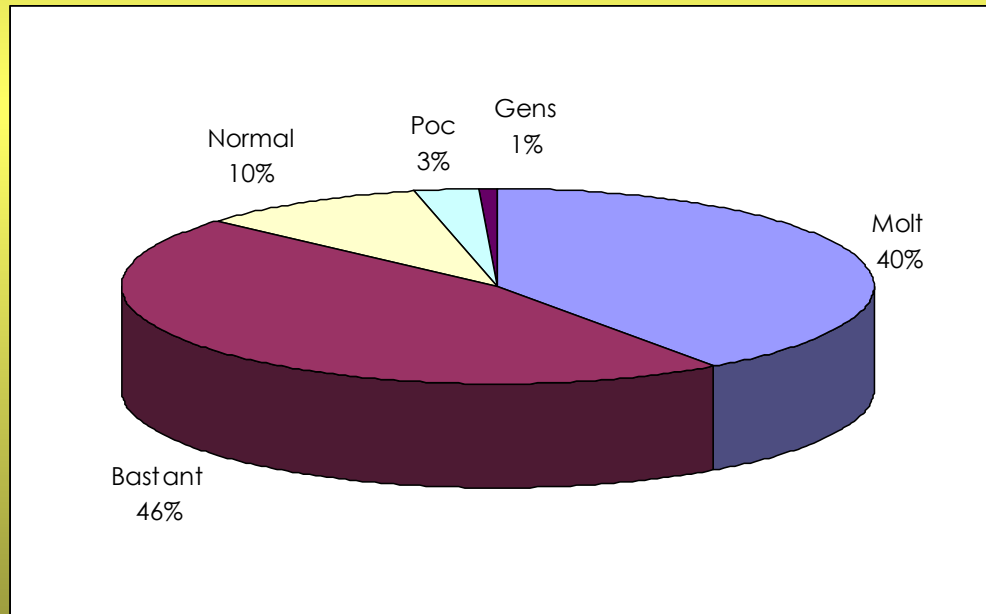
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

El pa que es consumeix, acostuma a agradar:



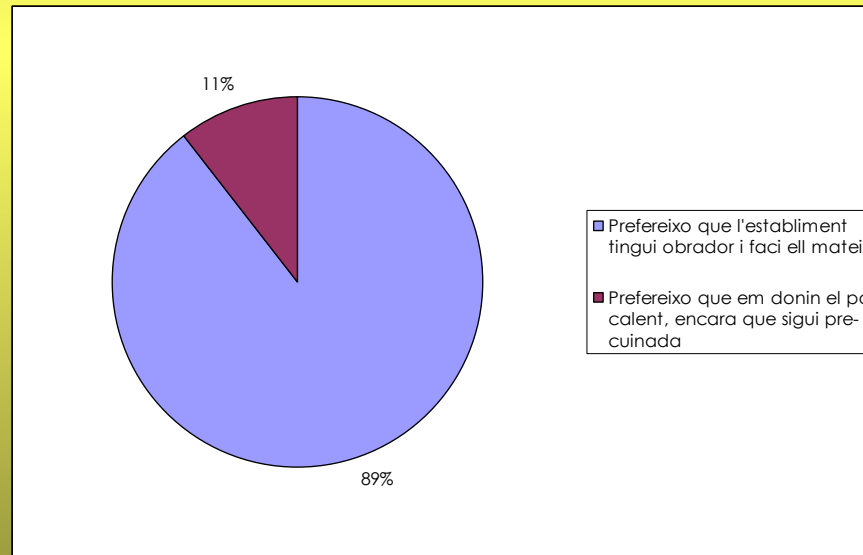
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Opinions de compra i de consum del pa:
Artesanalitat del pa



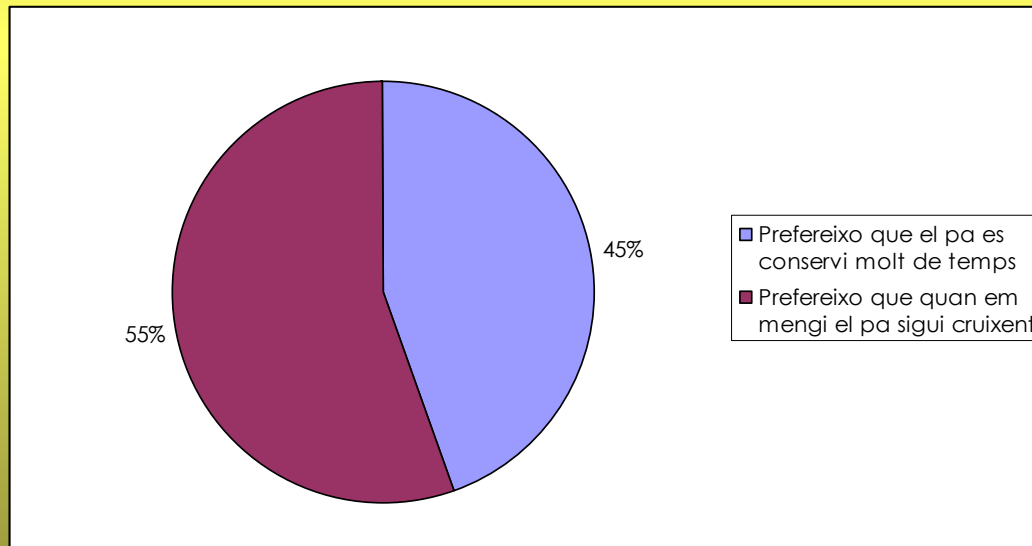
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Opinions de compra i de consum del pa:
Industrialització del pa



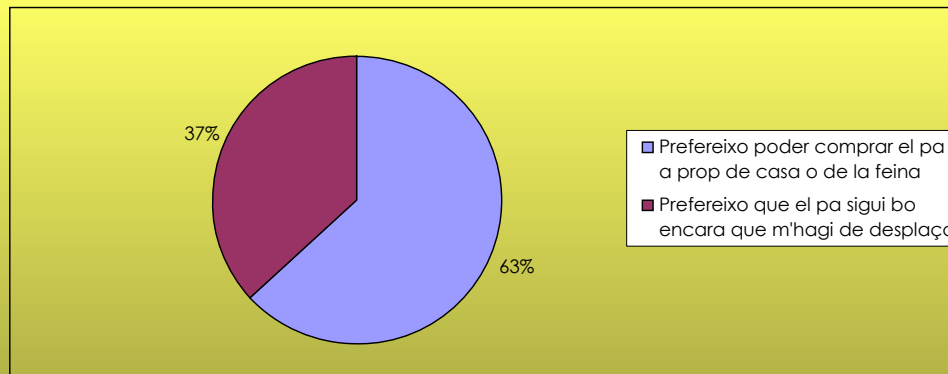
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Opinions de compra i de consum del pa:
Compra propera o desplaçament



La Fleca a Catalunya

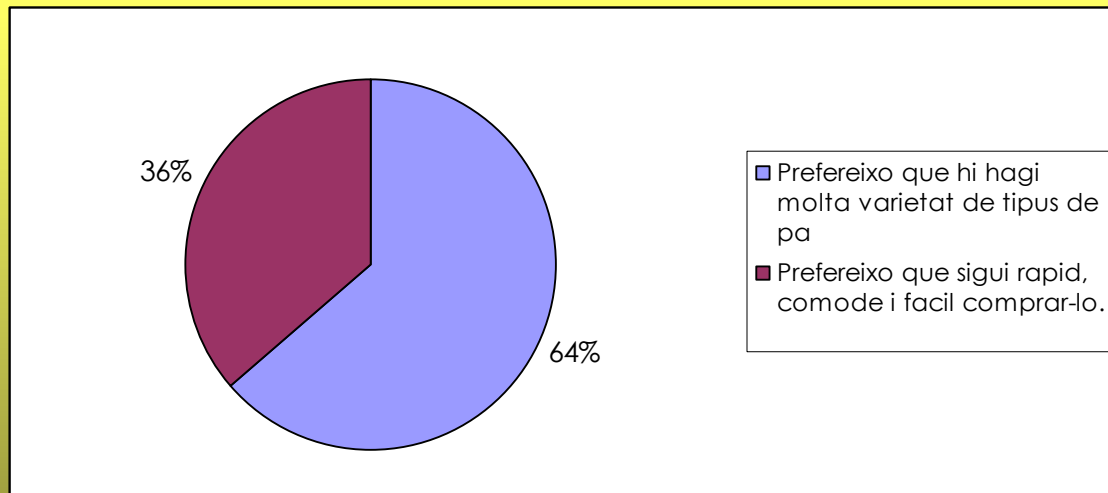


Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Opinions de compra i de consum del pa:

Varietat de pa



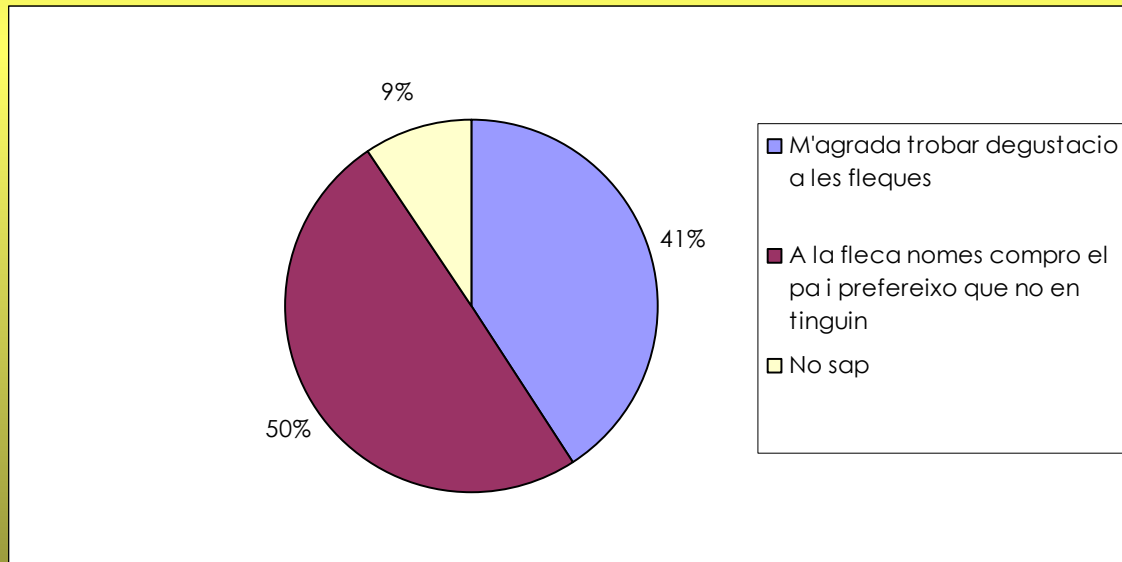
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

Opinions de compra i de consum del pa:
Tipologia de botiga que més agrada



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

• La demanda del pa a Catalunya

Segmentació de la població en funció del consum del pa:



- grup dels "còmodes" (29% de la població)



- grup "de la normalitat" (44% de la població)



- grup "dels no moderns" (27% de la població)

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya



- Grup dels "còmodes":

- predomini de joves i homes
 - és el grup que menys valora les variables
 - no els importa el preu
 - prefereix la comoditat a les varietats
 - volen comprar a prop
 - no els hi agrada trobar degustació
 - varien del lloc de compra i les varietats que compren
 - són els que menys compren al matí
 - són els que compren menys unitats

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

- **Grup dels "de la normalitat":**

- predomini de mestresses de casa
- és el grup que més valora les variables
- valoren la imatge de l'establiment
- compren complements de pa
- prefereix trobar varietat
- els agrada trobar degustació
- compren sempre al mateix lloc
- són els que més compren al matí
- són els que compren més unitats



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

- Grup dels "dels no moderns":

- predomini d'edat alta
 - és el grup que més valora el preu de venda
 - són els que prefereixen que el pa duri molt temps
 - disposats a desplaçar-se per trobar un bon pa
 - són els que més valoren que la fleca tingui obrador
 - no els hi agrada trobar degustació
 - van a comprar el pa expressament
 - són els que menys compren al migdia
 - són els que compren menys unitats però més grans



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

- La demanda del pa a Catalunya

- Consum i compra de pa als bars i la restauració:

- el 73% compren el pa en el comerç tradicional
 - acostumen a comprar a prop del negoci (74%)
 - al 70% els hi lliuren a domicili
 - en el 81%, el pa que compren ja està fornejat
 - habitualment no tenen diferents varietats (73%)
 - opinen que ara es consumeix el mateix pa que fa anys
 - el que més valoren és la qualitat (consideren que abans el pa era més bo -62%- i es conservava millor -72%-).





Diagnosi de situació, tipologia d'establiments d'èxit i formulació estratègica

treball realitzat per



CORPOREX

estudis i assessorament

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Diagnosi de situació

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Magnituds:

Quilos de consum de pa a l'any: 388.154.783 (1)

Valor del consum de pa a l'any: 1.319.726.264 € (2)

(1) Població de Catalunya l'1 de gener de 2004 (6.813.319 habitants)
x 56,97 quilos de consum per càpita de pa any 2003 a Espanya
Fonts: INE i Ceopan/M.A.P.A.

(2) A raó de 0,68 € la "baguette" o barra de 200 grams (preu mig segons
mostra realitzada el maig del 2005, amb una forquilla des de
0,36 a 0,85 €)

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Magnituds:

Vendes anuals pa fleques tradicionals:	771.984.855 € (1)
Número d'empreses tradicionals:	1.965 (2)
Venda diària de pa per empresa:	1.091 € (3)
Venda diària total per empresa:	1.559 € (4)

- (1) 58,50% sobre el consum total que es compra a les fleques tradicionals (dades: Ceopan i elaboració pròpia)
- (2) Estimació pròpia i dades facilitades pels diferents Gremis
- (3) Vendes anuals : número d'empreses
- (4) Venda de pa + brioxeria + degustació + altres productes alimentació

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Magnituds:

Vendes anuals pa fleques tradicionals:	771.984.855 €	(1)
Número de botigues tradicionals:	7.208	(2)
Venda diària de pa per botiga:	298 €	(3)
Venda diària total per botiga:	425 €	(4)

- (1) 58,50% sobre el consum total que es compra a les fleques tradicionals (dades: Ceopan i elaboració pròpia)
- (2) Estimació pròpia i dades facilitades pels diferents Gremis
- (3) Vendes anuals : número de botigues (inclou proporció venda a restauració)
- (4) Venda de pa + brioxeria + degustació + altres productes alimentació

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Magnituds:

Equivalència en Quilos de farina empresa/dia:	251,35 (1)
Equivalència en Quilos de farina botiga/día:	68,52 (2)
Número de treballadors per empresa:	6,47 (3)
Número de treballadors per botiga:	1,67 (4)
Número total de treballadors:	12.220 (5)

(1 i 2) Estimació pròpia i dades recollides de les empreses analitzades

(3, 4 i 5) Estimació pròpia i dades recollides dels diferents Gremis.

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Antecedents:

Pràcticament igualtat en l'oferta dels "punts calents" (masses industrials) i els forns tradicionals.

- Concentració de la venda en la "baguette" i/o barra de quart



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Antecedents:

La via d'ampliació de l'oferta al forn tradicional, davant l'entrada de nous formats de competència:

- Productes complementaris:
brioxeria / pastisseria
*A més oferta més devolució
més cost*
- Serveis complementaris:
degustació
*Que ha portat a una diferenciació
menys perceptible*



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Antecedents:

Pocs establiments van optar per l'especialització:

- Via millor qualitat del pa
- Via desenvolupament de pans alternatius



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Antecedents:

Important mecanització dels obradors:

- Avui, l'elaboració majoritàriament és mecanitzada i no a mà
- Sobre capacitat de la majoria dels obradors





Tipologies d'establiments:

“Punts calents”:

- Basats en la cocció de pa congelat
- Tendes de conveniència
- Amb una part de la oferta subministrada per forners tradicionals



Tipologies d'establiments:

Forns tradicionals amb una sola botiga:

- Especialització: forn a la vista / encariment del cost
- Diversificació de la oferta:
brioxeria, pastisseria, revenda, degustació



Tipologies d'establiments:

Forns tradicionals amb diferents botigues:

- Coure a la botiga
- Subministra a tercers
- Els que han esdevingut centres de restauració
- Els que segueixen oferint productes molt estàndards
- Els que han optat per una oferta diferenciada (pans de "muntanya", rústic, etc.



Tipologies d'establiments:

En resum:

- gran indefinició de models
- multiplicitat de formats
- interrelació entre diferents models
- criteri global de servir les necessitats del client (estar a prop del client)
- fidelitat del client pel que fa a la compra diària

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Producte:

Concentració de la venda en la "baguette" i/o barra de quart:

- Poca diferenciació substancial entre la industrial (massa congelada) i la dels forns tradicionals
- Poca diferenciació per al client final
- Més regularitat a la industrial (procés més controlat)

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Producte:

Primeres matèries i components:

- Nul·la diferenciació

Processos:

- Els dels forns tradicionals cerquen resultats similars a les grans línies industrials

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Producte:

Factor preu:

- Menys importància quan els consumidors cerquen productes diferenciats

Possibilitat de crear nous segments de demanda:

- Per a nous productes diferenciats, fins i tot en la gamma de més consum



Modernització de la fleca tradicional:

El 70%, aproximadament, dels establiments estan renovats o són moderns.

La pràctica totalitat dels obradors estan mecanitzats

Hi ha més o menys intensitat en el grau de modernització dels processos



Comptes de resultats d'establiments d'èxit

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Comptes de resultats establiments d'èxit:

A: 1 fleca tradicional (obrador+botiga) producte diversificat (pa + brioxeria + pastisseria), a petita localitat de turisme de cap de setmana; ingressos de 200.000 euros/any.

VENDES	100%
Consums	31%
Personal	25%
Altres despeses	11%
Lloguers	4%
Amortització	6%
RESULTAT	23%

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Comptes de resultats establiments d'èxit:

B: 1 fleca tradicional
(obrador+botiga) producte
molt estàndar,
pràcticament només pa, a
petita localitat de
muntanya; ingressos de
300.000 euros/any.

VENDES	100%
Consums	23%
Personal	38%
Altres despeses	2%
Lloguers	5%
Amortització	10%
RESULTAT	22%

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Comptes de resultats establiments d'èxit:

C: Empresa fleca tradicional
(obrador + 2 botigues + 2
parades al mercat + 2
botigues amb degustació)
producte variat, a ciutat de
l'interior; ingressos de
1.100.000 euros/any:

VENDES	100%
Consums	33%
Personal	32%
Altres despeses	9%
Lloguers	5%
Amortització	5%
RESULTAT	16%

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Comptes de resultats establiments d'èxit:

D: Empresa fleca tradicional (obrador + 10 botigues + repartiment) important composició de venda per degustació, a poblacions mitjanes del litoral; ingressos de 3.000.000 euros/any:

VENDES	100%
Consums	29%
Personal	28%
Altres despeses	8%
Lloguers	5%
Amortització	9%
RESULTAT	21%

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Comptes de resultats establiments d'èxit:

E: Empresa fleca tradicional
(obrador + 30 botigues +
repartiment) sense
degustació; ingressos de
6.000.000 euros/any:

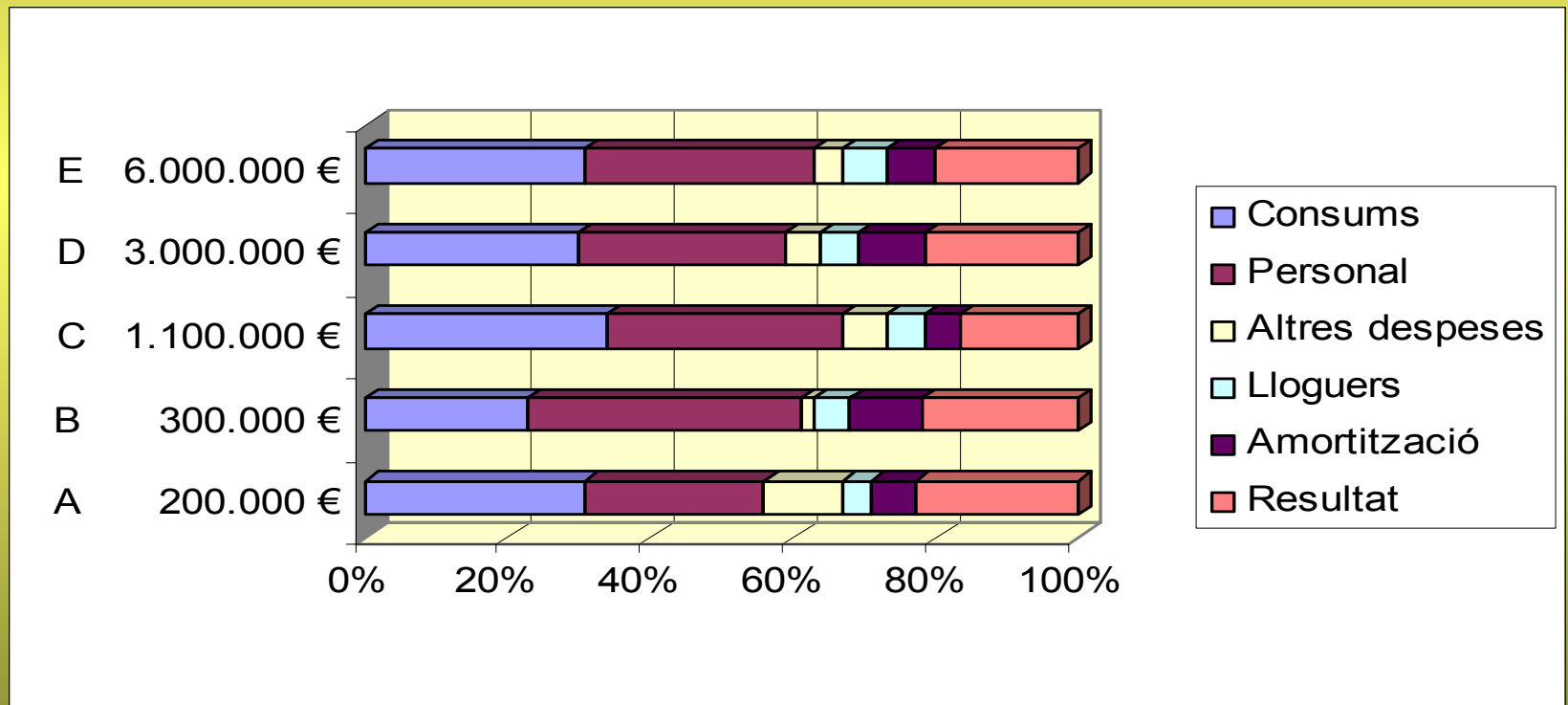
VENDES	100%
Consums	31%
Personal	32%
Altres despeses	4%
Lloguers	6%
Amortització	7%
RESULTAT	20%

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Composició compte de resultats per establiment d'èxit i ingressos





Serveis col·lectius:

Compres:

- **Central de Negocis**

9,3 milions d'euros de volum de negoci (2003)

- **La Plataforma de Compres:**

2,0 milions d'euros de volum de negoci (2004)

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

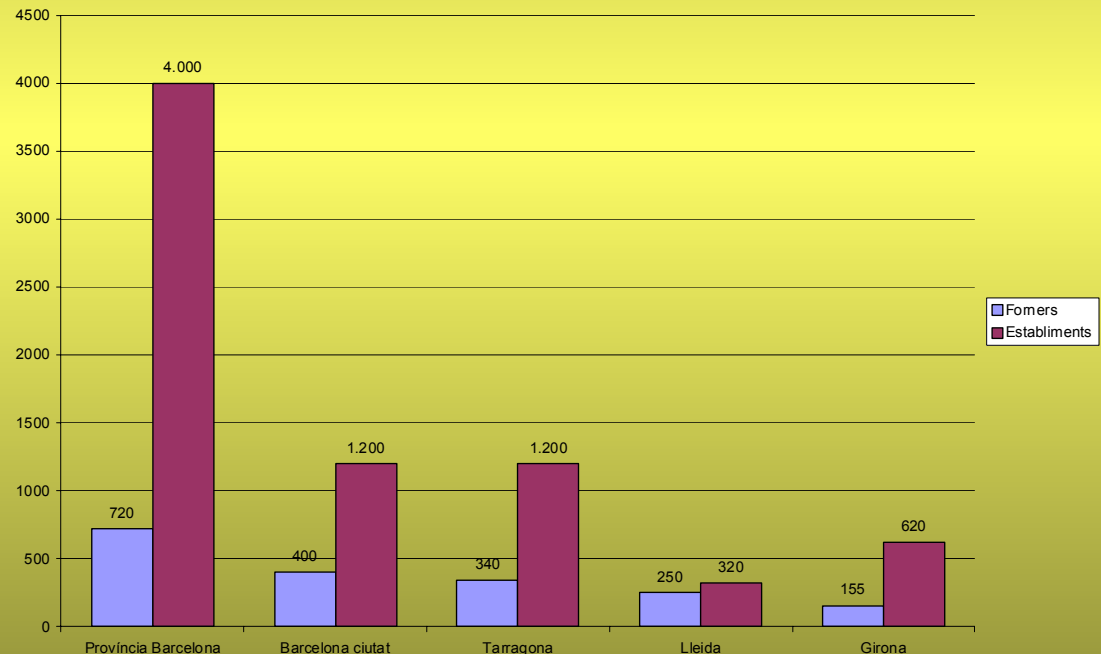
Serveis col·lectius:

De representació:

Federació Catalana d'Associacions de Gremis de Forners

1.865 forners

7.340 establiments



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Serveis col·lectius:

De gestoria especialitzada

Formació i publicacions:

- El Gremi de Flequers de la Província de Barcelona compta amb l'Escola Vapor Llonch i la revista "*Newspa*" i
- El Gremi de Flequers de Barcelona ciutat, amb l'Escola de Forners i la revista "*Actualitat Flequera*".

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

- Donat que el consumidor no diferencia l'establiment que es fa el pa de forma tradicional, del que només cou masses industrials...
- Ni tampoc la qualitat d'un i altra...
- L'aposta de futur de la fleca tradicional està en la **diferenciació**.

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

Per on ha d'arribar la diferenciació?:

- Per diferenciar l'oferta
- Cercant nous processos i acabats
- Informant al consumidor perquè pugui optar



Formulació estratègica:

Diferenciant l'oferta:

- Hi ha exemples d'èxit: empreses han introduït un nou pa (amb nova formulació, diferent elaboració i format) i han substituït un 25% el consum de la *baguette*, tot i tenir un preu un 25% superior

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

Cercant nous processos i acabats:

- Que els processos siguin menys similars als de les masses industrials congelades
- Definir primeres matèries per a un pa diferent
- Definir processos per a un pa diferent
- Definir nivells de qualitat i regularitat
- Que el consumidor noti la diferència

La Fleca a Catalunya

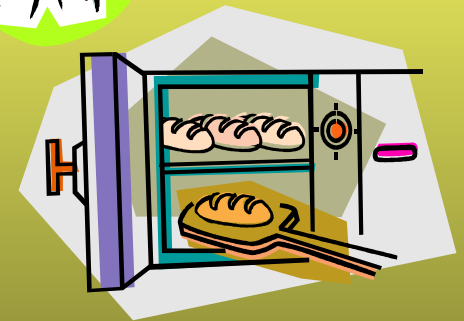


Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

Informant al consumidor:

- Identificació pel consumidor:
 - del forn tradicional
 - del “punt calent”en base a una oferta diferenciada



La Fleca a Catalunya

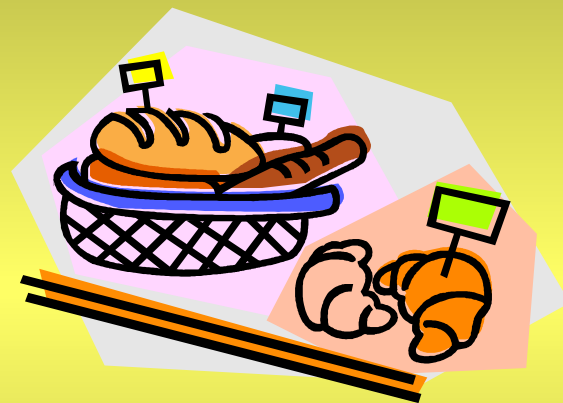


Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

Informant al consumidor:

- Traçabilitat de les peces de pa:
Primeres matèries /
Procés d'elaboració / tradicional
/ industrial
Necessitat de normativa,
procediment d'homologació,
controls



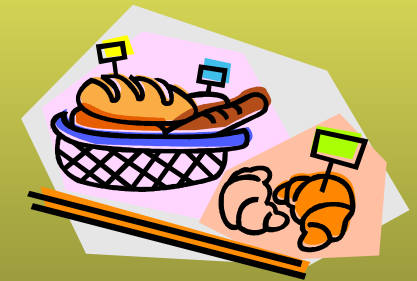
La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica: Informant al consumidor:

- Que sigui el consumidor informat el que opti per un establiment o altre, per un pa o altre



La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Formulació estratègica:

Per aconseguir-ho manquen:

- Estudis
- Recerca primeres matèries
- Recerca components
- Homologació de processos i productes
- Centre de R+D+i del Pa



Formulació estratègica:

Per aconseguir-ho és necessària l'actuació de l'Administració:

- exigint amb igual rigor, el compliment de les normes i controls als forns tradicionals i als "punts calents"
- regulant la qualificació de cada establiment
- establint la traçabilitat de les peces de pa



Formulació estratègica:

Per aconseguir-ho és necessària la consolidació empresarial del sector de la fleca tradicional:

- creixent en nivell de qualitat i innovació
- impulsant serveis interempresarials de màrqueting i comercialització
- impulsant xarxes voluntàries per aconseguir més dimensió de les petites fleques
- impulsant marques de canal entre aquelles empreses que han assolit nivells adequats de qualitat i gestió
- enfortint els serveis col·lectius

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Propostes d'accions a nivell col·lectiu



Propostes d'accions a nivell col·lectiu:

- Projecte d'innovació i diferenciació per la fleca tradicional
(recerca de primeres matèries i processos propis per l'elaboració del pa tradicional, diferenciats dels industrials)



Propostes d'accions a nivell col·lectiu:

- Programa de informació al consumidor (qualificació dels establiments i traçabilitat de les peces de pa)



Propostes d'accions a nivell col·lectiu:

- Programa de consolidació de la fleca tradicional (amb els objectius de augmentar la qualitat, la capacitat de gestió i la dimensió de les empreses)

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Propostes d'accions a nivell col·lectiu:

- Programa de formació i desenvolupament empresarial del petit flequer



Propostes d'accions a nivell col·lectiu:

- Des del *Departament de Comerç* es donarà suport, en la mesura dels recursos disponibles, a tots aquells estudis, projectes i accions que cerquin la diferenciació de la fleca tradicional i la consolidació empresarial del sector i suposin un augment qualitatiu de l'oferta.

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Però, mentrestant, què pot fer individualment cada flequer tradicional per a millorar la rendibilitat del seu negoci?

Models d'èxit a seguir.



Models d'èxit a seguir:

1. Comprar per mitjà de central de compres:

- amb estalvis entre el 10 i 15% de la compra
- que suposa una millora del 1,31% del resultat



Models d'èxit a seguir:

2.Elaborar el pa amb millors farines:

- aconseguint més qualitat amb un cost mínim



Models d'èxit a seguir:

3.Desenvolupar nous pans:

- amb una inversió entre 80.000/100.000 € podem elaborar pans més gustosos, menys castigats i diferenciar l'oferta i amortitzar-ho entre 1,5 i 2 anys



Models d'èxit a seguir:

4. Assortiment:

- varietat i productes complementaris al pa, i prestatges i safates plenes, aconseguen una millor venda
- així com alguna especialitat destacada



Models d'èxit a seguir:

5.Forn a la vista, si o no?:

- sí, quan el preu de venda és superior
- no, quan no hi ha clients disposats a pagar més

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Models d'èxit a seguir:

6. "Boutique del pa", si o no?:

- sí, amb la ubicació adequada,
prop de clients amb poder adquisitiu
i hàbit de compra suficient



Models d'èxit a seguir:

7. Més o menys dimensió?:

- per ser rendible un establiment necessitem una recaptació mínima sobre els 6.000 € mensuals
- a més dimensió = més rendibilitat



Models d'èxit a seguir:

8.La venda a tercers, si o no?:

- és una forma d'augmentar volum i optimitzar costos productius
- és un perill si hi ha excessiva dependència



Models d'èxit a seguir:

9.Revenda, si o no?:

- és una forma de rendibilitzar establiments i augmentar volum de venda
- és un perill quan fa perdre identitat



Models d'èxit a seguir:

10. Degustació, si o no?:

- és una forma de rendibilitzar establiments i augmentar volum de venda
- és un perill quan fa perdre identitat
- el factor ubicació és determinant



Models d'èxit a seguir:

11. Fidelitzar clients:

- hi ha experiències d'èxit de fidelització amb targetes de client, amb punts promocionals a canvi de producte

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum

Reconeixement:

En finalitzar, volem agrair a tots els flequers, consumidors, entitats i sindicats, que ens han ajudat en l'obtenció de dades i aportant les seves opinions sobre el sector.

Per elaborar el present estudi, s'han visitat més de 100 establiments de tot Catalunya, a totes i cadascuna de les comarques.

S'han mantingut reunions amb la Federació Catalana d'Associacions de Gremis de Forners, amb el Gremi de Flequers de la Província de Barcelona, el Gremi de Flequers de Barcelona ciutat, la Federació d'Industrials Forners de la Província de Tarragona, el Gremi de Forners de les Terres de Lleida i el Gremi de Flequers de les Comarques Gironines.

Amb els sindicats CCOO i UGT.

Amb la Central de Negocis dels Flequers i Pastissers, amb diferents proveïdors i amb fabricants de maquinària i equipament.

I s'han realitzat enquestes personals amb consumidors.

La Fleca a Catalunya



Generalitat de Catalunya
Departament de Comerç,
Turisme i Consum



© Setembre 2005