

COMUNICA *el valor* DELS TEUS *productes* AGROALIMENTARIS

BY LAS GOURMETS



LAS GOURMETS



*Quan algú coneix el teu producte...
sap tot el que hi ha darrere?*

COMUNICA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AGROALIMENTARIS

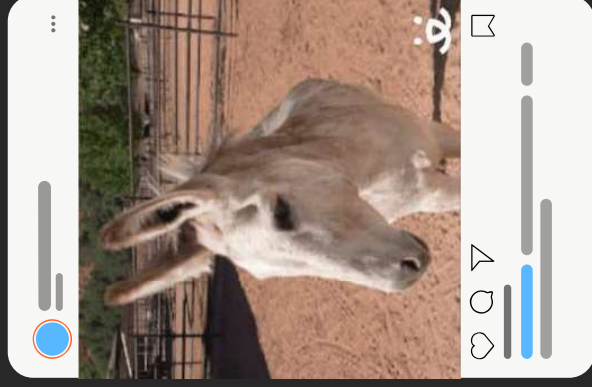
BY LAS GOURMETS



SÍ, HO TRANSMETO
CLARAMENT



SÍ... PERÒ CREC QUE
ENCARA PODRIA
EXPLICAR-HO MILLOR



NO TINC CLAR
COM FER-HO





El nostre objectiu avui és que sortiu d'aquí amb una mirada més clara sobre.

- *què fa únic el vostre projecte,*
- *com podeu explicar-ho d'una manera autèntica,*
- *i com fer que la vostra comunicació representi el que sou.*

En resum, posar paraules, imatges i canals a aquest valor que ja existeix.

LAS GOURMETS



LAS GOURMETS

COMUNICA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AGROALIMENTARIS

BY LAS GOURMETS



1 DETECTA EL VALOR AFEGIT DEL TEU PRODUCTE



QUÈ ENTENEM PER VALOR AFEGIT?

El valor afegit és allò que dóna sentit
al teu producte i el fa únic.



QUINA ÉS LA DIFERÈNCIA?



No és només el “què” (el producte), sinó qui hi ha al darrera, el
procés que es segueix, i el propòsit

*“No només faig mel, sinó que cuido abelles que pol·linitzen el bosc
i contribueixen a mantenir els prats florits de la zona volcànica.”*

LAS GOURMETS



QUÈ

QUI

COM

ON

PERQUÈ

COMUNICA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AGROALIMENTARIS

BY LAS GOURMETS



QUÈ OFEREIXES?

El punt de partida: el producte tangible.

1. Descripció bàsica:

- El tipus de producte, la varietat, el format, la seva elaboració principal.

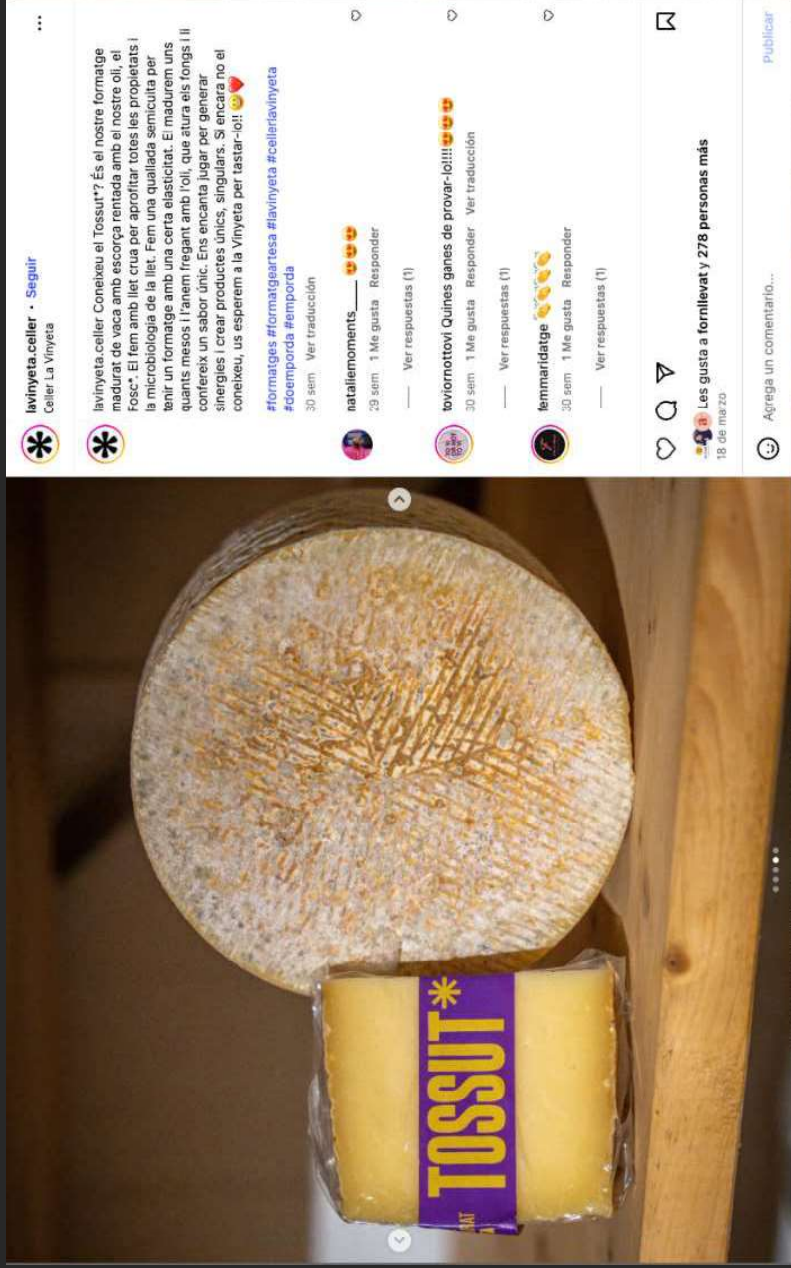
2. Propietats del producte

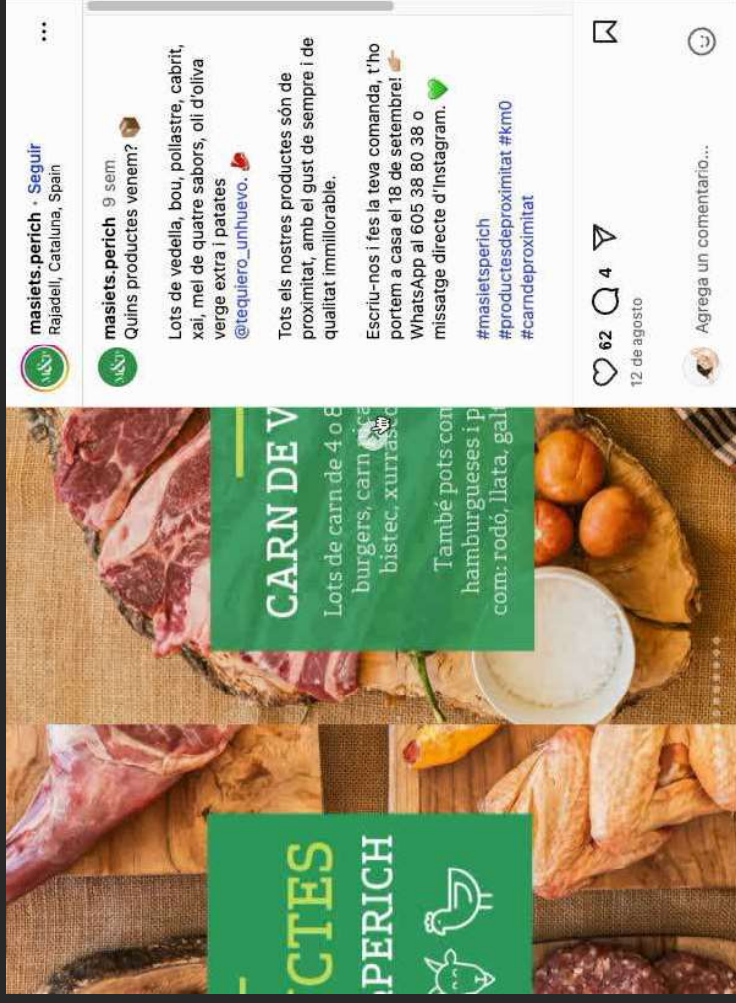
- Què el fa especial des del punt de vista objectiu: sabor, textura, composició, mètode, qualitat.

3. Beneficis i valor per al client

- Com el teu producte millora o aporta valor a qui el consumeix?









**STA.
PAU**
ALE WORKS

Fermentant idees al Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa des del 2013

A Santa Pau Ale Works elaborem cervesa de manera rústica i tradicional, intentant fer servir el mínim de processos industrials i el màxim de productes silvestres i naturals.
Treballem amb i per l'entorn de La Garrotxa.



QUI HI HA DARRERE?

Les persones i els valors que donen sentit al projecte.

1. Les persones:

- Explica qui sou i quin paper hi juga cadascú.
- Origen: com va començar el projecte?
- Continuitat: hi ha tradició familiar o una nova generació que pren el relleu?
- Diversitat: sou un equip, una parella, una cooperativa...?

2. Els valors:

- Què us mou? Quins principis guien la vostra feina? Aquí hi entra tot allò que connecta amb la vostra manera de fer: Sostenibilitat, Respecte pels animals i pel territori, Treball artesanal, Innovació o recuperació d'oficis...



Nosaltres



La Núria

Un còrrer de un càlida parr, Nùria. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida.

Un còrrer de un càlida parr, Nùria. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida.

Un còrrer de un càlida parr, Nùria. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida.

Un còrrer de un càlida parr, Nùria. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida.

Un còrrer de un càlida parr, Nùria. A més de la seva família, la seva casa amb un jardí molt bonic, la seva feina i la seva vida.

En Toni

Nosaltres a Barcelona, des de sempre ha tingut una vida molt activa i plena de vida.

Nosaltres a Barcelona, des de sempre ha tingut una vida molt activa i plena de vida.

Nosaltres a Barcelona, des de sempre ha tingut una vida molt activa i plena de vida.

Nosaltres a Barcelona, des de sempre ha tingut una vida molt activa i plena de vida.

Nosaltres a Barcelona, des de sempre ha tingut una vida molt activa i plena de vida.

En Roc



En Roc, el petit de la casa, és un petit animal molt bonic i molt bonic.

En Roc, el petit de la casa, és un petit animal molt bonic i molt bonic.

En Roc, el petit de la casa, és un petit animal molt bonic i molt bonic.

LAS GOURMETS



COMUNICA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AGROALIMENTARIS

BY LAS GOURMETS

Nuestra increíble historia

A veces, la historia nos encuentra cuando menos lo esperamos. Unas escrituras antiguas, un hallazgo inesperado en el despacho de mi abuelo y un viaje en el tiempo que nos llevó hasta la mismísima Orden de Calatrava... e incluso a Cristóbal Colón. Así comenzó la historia de 1490, un proyecto donde el pasado y el presente se unen en cada detalle.





QUI HI HA DARRERE?

No cal fer grans discursos; a vegades una frase petita o una foto del dia a dia diu més que un text llarg.



lavinyeta.wines y lavinyeta.cellar
Celler La Vinyeta

...



lavinyeta.wines (English version below)
Verema 2025, una mtes per recordar a La Vinyeta! 🍷
Orgullosos de la feina feta i del raïm que ja fermenta al celler.

Un enorme gràcies al nostre equip de verema, res d'això seria possible sense vosaltres! 🙌

T'has parat mai a pensar quantes mans hi ha darrere de cada ampolla de vi? 🍷
Gràcies per donar suport a una viticultura responsable.

Deixa el teu "🍷" i fem un brindis per aquest equip increïble!
Salut!

(Catalan version above)
Harvest 2025 is officially one for the books at La Vinyeta! 🍷
So proud of the work done and the beautiful fruit now fermenting in the cellar.

Huge thanks to our amazing harvest crew, none of this would be possible without you! 🙌

Ever thought about how many hands go into every bottle of wine? 🍷 Thanks for supporting responsible winemaking.

Drop a "🍷" and let's toast to this incredible team!

#Harvest2025 #WineCommunity #CatalanWine #verema2025
4 d Ver traducción

Para ti ▾





COM HO FAS?

El procés i la manera de treballar. la cura, el mètode, les decisions que marquen la diferència.

1. El mètode:

- Explica com elabores o produeixes, i per què ho fas així: el teu dia a dia, rutines, anècdotes, tècniques (siguin tradicionals o innovadores...)..

2. La cura i el detall:

- Mostrar els petits gestos que mostren autenticitat i responsabilitat.

3. La relació amb el temps:

- Posar en valor la paciència, els ritmes lents i la constància, tant a llarg plaç com en el dia a dia.



3. Se separa
hojas y ramas

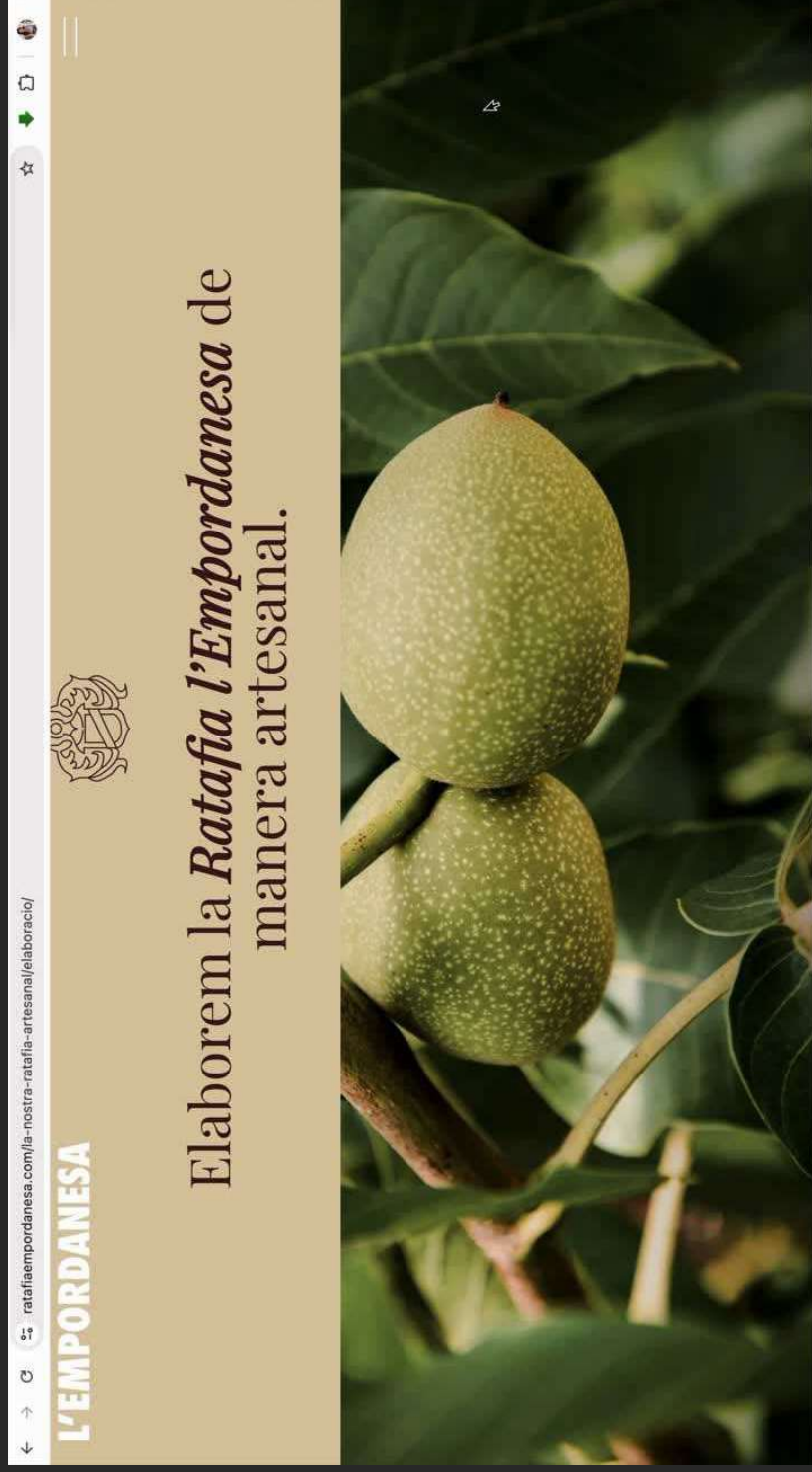


Bon dia. Avui, mentre estic
aquí envasant un nou lot de
cálma,



COM HO FAS?

El com és el que explica la diferència. Mostra la teva manera de fer com una declaració d'intencions: el procés és part del valor, no només un pas per arribar al producte.





ON HO FAS?

Fer visible la relació entre el producte i el territori. com el lloc on neix li dona identitat, sabor i sentit. El territori no és només un paisatge.

1. El territori com a identitat

Cada producte explica un lloc. Quan comparteixes d'on ve, no només situes geogràficament, sinó que connectes amb la memòria, els sabors i la cultura.

2. Sobirania alimentària:

Parlar de sobirania alimentària és parlar de tenir capacitat per decidir què produïm, com ho fem i què mengem. Els petits productors en són protagonistes, perquè mantenen viu un model que: protegeix la biodiversitat, afavoreix economies locals, i assegura aliments sans i de proximitat.

3. Denominacions d'Origen i distintius de qualitat: Les D.O., I.G.P. i altres segells són eines per reforçar la credibilitat i el vincle amb el territori. Generen confiança i ajuden a diferenciar-se en un mercat saturat.



Junts contribuïm al sosteniment dels boscos catalans alhora que ens alimentem amb productes ecològics de qualitat.

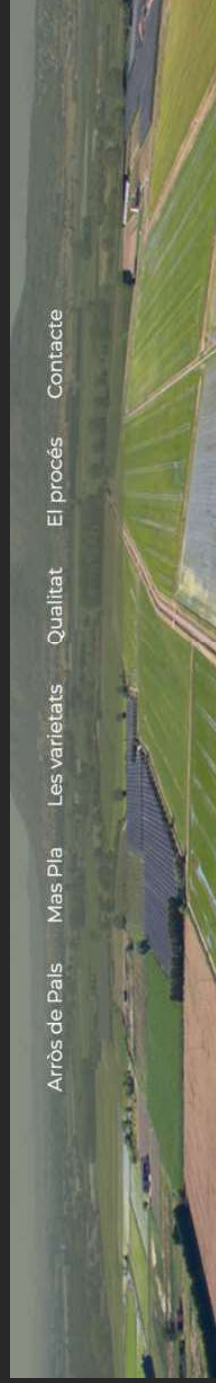
Utilitzem cookies pròpies i de tercers. Si continues navegant, considerem que acceptes el seu ús. Pots canviar la configuració o obtenir-ne més informació [clicant aquí](#).

KO



ON HO FAS?

Quan produeixes i vens des del teu territori,
no només aliments, també el defenses.
Quan expliques d'on ve el teu producte,
defenses la sobirania alimentària i fas que la
teva feina sigui també un acte de cultura i de
comunitat.



[Inici](#) > [Mas Pla](#)

Arròs de Pals Mas Pla

Mas Pla està ubicat al Parc Natural del Montgrí i dins de l'ADV
(Agrupació de Defensa Vegetal) d'Arròs de Pals.

L'especial climatologia i el tipus de sòl de la zona fan que les maduracions dels camps d'arròs hagin de ser més llargues respecte a altres indrets. Aquesta llarga maduració atorga al gra d'arròs una gran qualitat, fent-lo més resistent un cop cuit.



ON ET TROBEM?

Comunicar no és només explicar què fas,
sinó també fer visible com i on la gent pot
accedir al teu producte.

Això no és un detall logístic: el lloc on et
troben també forma part del teu relat.



PER QUÈ HO FAS?

L'impacte i el propòsit final: què aporta el teu projecte al conjunt.

1. El propòsit personal i del projecte

- Per què fas el que fas? Què et mou? Quina necessitat o valor et fa aixecar cada dia per continuar?

2. L'impacte que generes

- A vegades el que més valor aporta és el que no es veu: cuides el sòl i la biodiversitat, mantens viu un ofici, generes economia local, connectes persones amb aliments reals, eduques a través de la teva manera de fer.





lavinyeta.cellar • Seguir
Celler La Vinyeta

lavinyeta.cellar Reutilització, al poder! 🌟 El nostre proveïdor de suc ens va dir que els pots que utilitzem en els esmorzars de l'hotelet no eren retornables i vam pensar... com podem donar una segona vida a aquest pot? Vualà! Most de la Vinyeta! Aquesta setmana, hem preparat el Most de la nova collita, blanc i negre, de Garnatxa i de Carinyena! En ampolla i en caixa de 3L. No us el perdeu, és most de veritat i amb valor afegit! 🍷👉

#most #novetats #reutilització #lavinyeta #cellerlavinyeta #doemporda #emporda

1 sem

Para ti

forllevat 🍷🍷🍷🍷
1 sem 2 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

anuskina 🍷❤️walaai!!! lo necesito 🍷🍷
1 sem 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

ladamadecobas 🍷🍷
1 sem 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

Les gusta a forllevat y 330 personas más

2 de octubre

Agrega un comentario...

Publicar



PER QUÈ HO FAS?

El consumidor busca projectes amb sentit,
i explicar aquest impacte és una manera de
diferenciar-se sense competir per preu.



*El valor afegit és tot el que hi ha darrere del
producte. les persones, el procés, el territori i el
propòsit. Quan ho saps explicar, el teu
producte parla sol.*



Exercici:

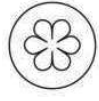
QUÈ

QUI

COM

ON

PERQUÈ



2 EXPLICA LA TEVA HISTÒRIA



DE LA INFORMACIÓ AL RELAT

Es tracta d'ordenar les idees per construir una història amb continuïtat i sentit.

Al punt anterior han identificat el seu “què, qui, com, on i per què”.

Ara toca donar-li forma narrativa, perquè tingui continuïtat i arribi millor a qui escolta o llegeix.

Explica com si fessis un petit viatge:

1. Qui ets i d'on vens
2. Què fas i com ho fas
3. Per què ho fas i què aporta

*Aquesta estructura serveix per un text web, una presentació oral o fins i tot una bio d'Instagram.



















somdebosc ...

Debosc

495 publicaciones 5114 seguidores 4180 seguidos

Tienda de comestibles

Pollastre + Ecològic. Criat dins el Bosc

+ Saludable + Nutritiu. 100% Natural

Fem venda directa

Som a La Selva - Girona

www.comprarpollastreecologic.com y 2 más

 somdebosc



peraladamarce

865 publicaciones 4327 seguidores 2341 seguidos

Peralada Mas Marcé

Producto/servicio

Sisena generació, elaboradors làctics respectuosos amb el medi ambient i el benestar animal.

Recuits,iogurts, formatges, kefirs i postres.

www.peraladamarce.com

 Seguir

 Mensaje

 +

 ...



CLAUS PER A UN RELAT AUTÈNTIC

1. Tingues clar el missatge principal

Abans d'escriure res, pensa: Si algú només recordés una frase sobre mi, quina voldria que fos?
→ Això serà el cor del teu relat.

2. Utilitza una estructura senzilla

Abans → com va començar el projecte | **Ara** → què fas i com ho fas | **Demà** → què t'agradaria aconseguir o mantenir.



CLAUS PER A UN RELAT AUTÈNTIC

4 coses que t'ajuden a explicar millor la teva història

3. Fes servir detalls reals

Les històries concretes són les que es recorden. (Ex: "Ens llevem cada dia a les sis per muntar abans que surti el sol." val més que "Treballem amb dedicació.")

4. Mostra emoció i propòsit

No cal fer-se el poeta. Explica què et mou, què t'enorgulleix o què t'ha costat arribar fins aquí.

Les emocions connecten molt més que les dades.



CLAUS PER A UN RELAT AUTÈNTIC

4 coses que t'ajuden a explicar millor la teva història

5. Sigues coherent

El que expliques ha de coincidir amb el que es veu: el teu producte, el teu to i la teva presència.

Coherència = credibilitat.

6. Repeteix el relat (amb noves formes)

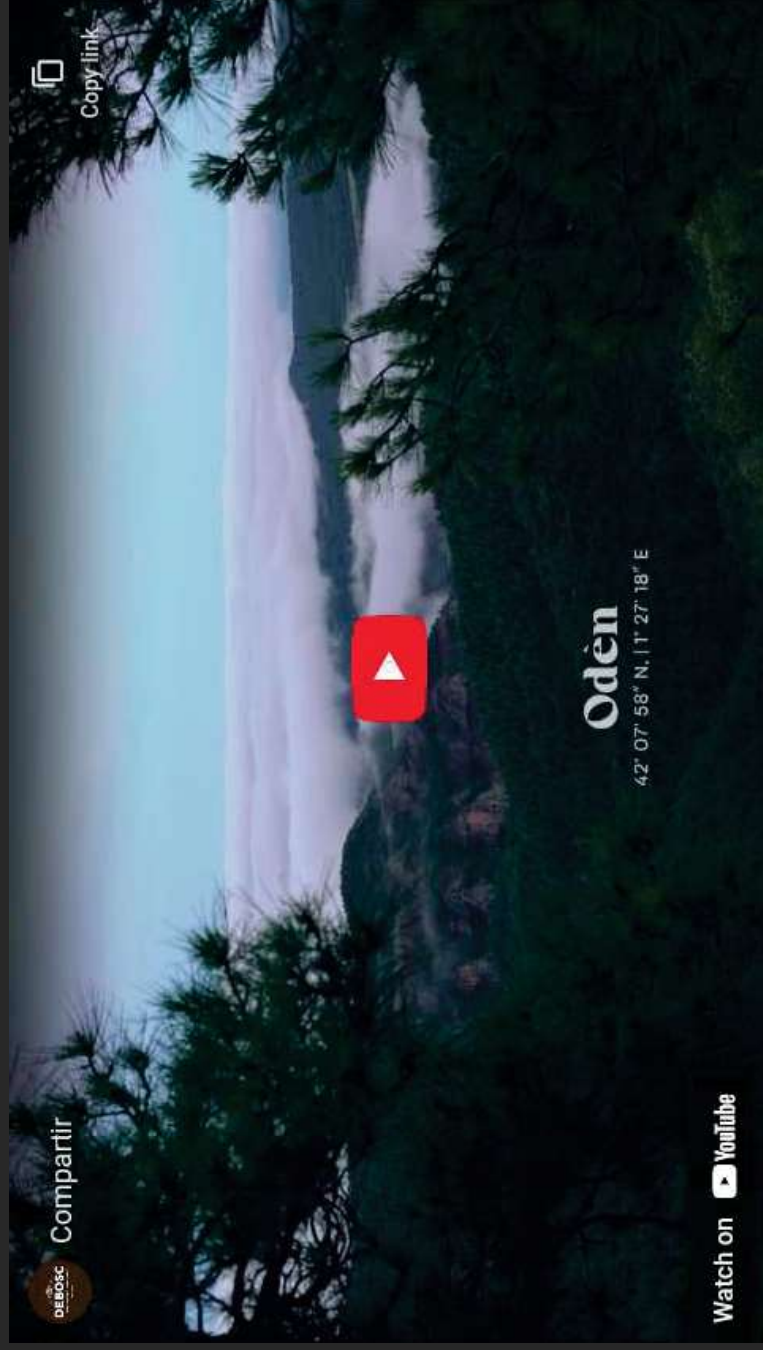
No cal inventar històries cada setmana. Pots explicar el mateix relat des de molts punts de vista: un dia a través d'una foto, un altre amb una anècdota, un altre amb un vídeo curt.



CLAUS PER A UN RELAT AUTÈNTIC

Exemples.

- “Som la família Riera i fa més de trenta anys que cuidem les nostres oliveres a Argelaguer. Cada ampolla d’oli és el resultat d’un any de feina i d’un paisatge que volem mantenir viu.”
- “Vam començar amb tres cabres i molta il·lusió. Avui seguim fent formatges com abans, amb llet crua i molta paciència.”





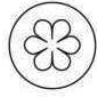
ADAPTACIONS SEGONS EL CANAL

Una mateixa història pot tenir diferents versions segons on la comparteixis.

- **En persona (fires, mercats):** un relat breu i directe (30–60 segons).
- **Xarxes o web:** un text curt amb to proper (2–3 frases).
- **Web o dossier de presentació:** un text més complet (1–2 paràgrafs) que combini història i valors.



*Els consumidors no compren productes.
comprem valors, maneres de viure i històries
amb les quals ens identifiquem.*



3 ADAPTA EL RELAT ALS CANALS DIGITALS



COMUNICAR A LES XARXES

Les xarxes són una eina clau per mostrar el dia a dia i connectar amb el públic.

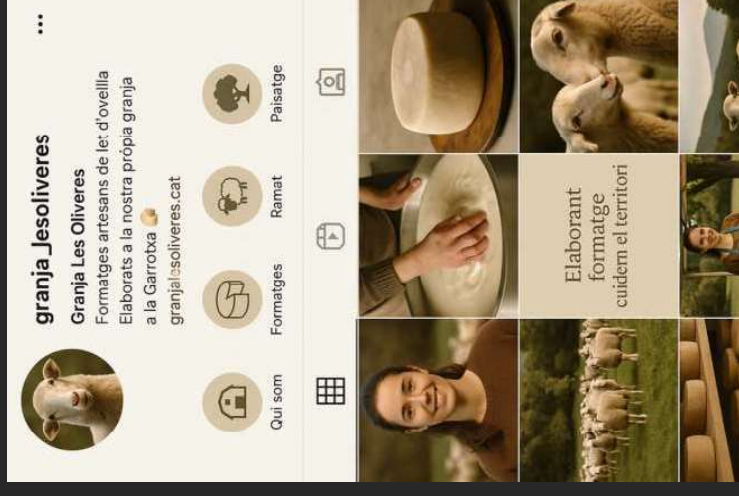
- Mostra les persones i el procés (no només el producte acabat).
- Alterna contingut informatiu, inspirador i emocional.
- Usa un llenguatge proper, com si expliquessis una història.
- Cuida la qualitat de les imatges, però sense perdre naturalitat.
- Treu partit de cadascun dels formats.



Optimitza el teu Perfil.

CLAUS PER UN FEED IRRESISTIBLE

- Branding cuidat i coherent
- Descripció clara i significativa
- Ubicació i punt de trobada visibles
- Crida a l'acció (CTA)
- Enllaç útil i actualitzat
- Stories destacats ben organitzats
- Contingut amb valor i autenticitat





ALTRES CANALS DIGITALS

A més d'Instagram o Facebook, hi ha altres espais on pots adaptar el relat.

- Pàgina web: explica qui ets i què fas amb claredat. Mostra fotos reals, el territori i el procés.
- Butlletins o correus: comparteix novetats, productes de temporada, històries curtes del dia a dia.
- WhatsApp o canals directes amb clients: mantén el mateix to proper i coherent.



4 COMUNICA MÉS ENLLÀ DE LES XARXES



PACKAGING I PRESENTACIÓ

El primer contacte del client amb el producte és visual i tàctil. El disseny, els materials i el llenguatge poden reforçar el relat.

- Coherència: que l'envàs o etiqueta reflecteixi la teva manera de fer (natural, artesanal, sostenible...).
- Missatge curt: una frase o idea que expliqui l'essència del producte.
- Materials: tria opcions que alineïn amb els teus valors (reciclables, de proximitat, senzills).





MATERIALS DE SUPORT

Comunicar no és només publicar: també és com et presentes, què mostres i en quins espais et fas visible.

- Targetons i etiquetes
- Roll-ups i parada per fires o punts de venda
- Caixes, bosses o embolcalls personalitzats
- Merchandising (samarretes, tasses, bosses de tela, calendaris...)
- Fullets o catàlegs de productes
- Podcasts o entrevistes a mitjans locals



COMUNICACIÓ EN PERSONA: FIRES, MERCATS, VISITES

La manera com parles del teu producte és també una eina de comunicació molt potent.

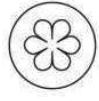
- Forma a tot l'equip que estarà en contacte amb el públic.
- Explica sempre què el fa especial i per què ho fas així.
- Evita tecnicismes: parla amb naturalitat i emoció.
- Pensa en una resposta breu per a quan et pregunten: "D'on surt aquest producte?"



EXPERIÈNCIES I COL·LABORACIONS

*La comunicació també pot passar per accions que
permetin al client viure el projecte.*

- Portes obertes o tallers a la granja.
- Degustacions o maridatges amb restauració local.
- Col·laboracions amb altres productors o comerços.



5 TALLER PRÀCTIC: AUDITORIA DEL TEU INSTAGRAM



Exercici: Optimitza el teu Perfil.

IDENTITAT I BRANDING

- El perfil transmet una imatge coherent amb el teu projecte (colors, to, estil).
- La foto de perfil és clara i identificable (tu, el logotip o el producte).

DESCRIPCIÓ (BIO)

- La descripció és curta i entenedora (què fas i què et fa especial).
- Inclous la ubicació o la zona on treballes.
- Tens un enllaç actiu (web, catàleg, o contacte directe).

STORIES DESTACATS

- Tens stories destacats organitzats per categories
- Els icones o portades segueixen una estètica coherent
- Estan actualitzats i mostren informació útil i real (no obsoleta).

CONTINGUT DEL FEED

- El feed mostra persones, procés, territori i producte.
- Hi ha contingut de valor (curiositats, història, consells, emoció).
- La informació pràctica (on comprar, mercats, punts de venda) apareix de tant en tant.



Exercici: Optimitza el teu Perfil.

PER ACABAR...

- Escribe 3 mejoras concretas que vols fer en el teu perfil:
 - 1.
 - 2.
 - 3.



IDEES CLAU PER EMPORTAR-SE

- **Mostra el procés:**

La gent vol veure com treballes, no només el resultat.

- **Dóna veu a les persones:**

Mostra't: tu ets el valor afegit més gran del teu projecte.

- **Fes servir un llenguatge proper:**

Parla com si expliquessis el teu producte al mercat o a un amic.

- **Valida amb el territori:**

Fes visible d'on vens: el teu paisatge, el teu poble, les teves arrels.

LAS GOURMETS



PREGUNTES



COMUNICA EL VALOR DELS TEUS PRODUCTES AGROALIMENTARIS

BY LAS GOURMETS



ON TROBAR-NOS



@las.gourmets



<https://lasgourmets.com>



hola@lasgourmets.com



Parlem :)