

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Associació de Comerciants La Marina*

1. Dades de l'organització

Raó social:

G59417105

Sector d'activitat:

Altres

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/associacio-de-comerciants-la-marina>

Número de persones
treballadores

1-5

Número de persones
associades o agremiades

>100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

2024-2025

Persona de contacte

Laura Julibert Pedraza

Com s'ha elaborat?

Elaboració tècnica

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

3. Accions per la sostenibilitat

Nom: Guia de Comerç 2024

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:

Guia de Comerç és una guia que recull tota la informació sobre el comerç de proximitat dels barris de la Marina de Port i la Marina del Prat Vermell. Està destinada als veïns i veïnes, a les empreses i, especialment, als nous treballadors dels gratacels de Fira Districte, amb l'objectiu de promoure el comerç local.

- Fomentar el consum responsable i de proximitat
- Donar suport als comerços locals,
- Impulsar pràctiques ecològiques,
- Sensibilitzar la comunitat

Època prevista d'implementació:

2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

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

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura 	Valor inicial	Valor assolit:
Nombre d'associats participants	0	___127___
Nombre d'exemplars repartits	0	___6000___

Valoració:	Es una guia que posa en valor el comerç de proximitat i ha arribat al propi comerç, a la ciutadania i a les empreses.
------------	---

Punts forts o facilitats:

- Incrementar el nombre d'associats i donar visibilitat dels comerços que han acceptat molt bé tant els comerços, la ciutadania i els treballadors de les empreses

Principals dificultats:	Ha trigat més temps de l'esperat Contrastar la informació
-------------------------	--

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Hem dedicat temps a finalitzar la **Guia de Comerç** per garantir-ne la millor qualitat. Un cop enllestida, el repartiment s'ha dut a terme de manera ràpida i eficient. També hem reforçat la seva difusió amb publicitat al **Diari de la Marina** i a les xarxes socials.

Nom: Sensibilització veïns/nes del valor del comerç al barri

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:

Sensibilitzar als veïns/veïnes, treballadors del valor del comerç del barri, fent diferents propostes, com:

- La Fira Marinera (Mostra de comerç)
- La Marina Tapea
- Shopping and Shottting
- Xmas market

Època prevista d'implementació:

Juny, octubre, desembre i desembre

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

X Ciutadania

☐ Entitats del sector

X Associats i associades

☐ Agremiats i agremiades

☐ Comunitat educativa

☐ Col·legiats i col·legiades

☐ Altres (*especifica quins*):

A través de quins canals comunicarem l'acció?

X Xarxes Socials
(Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...)

☐ Revista o butlletí

X Cartelleria (*cartells i/o informació en paper*)

☐ Web

☐ Whatsapp i/o Telegram

☐ Plataforma Decidim a través de B+S

☐ Altres (*especifica quins*):

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ?	Valor inicial	Valor assolit:
__Nombre aproximat de persones impactades__	0	__20.000__

Valoració:

Fa anys que treballem per dinamitzar el comerç del barri i, any rere any, les nostres iniciatives han anat consolidant-se i donant molt bons resultats. Sabem que el comerç de proximitat és essencial per a la vida del barri, i per això seguim apostant per activitats que no només promociónen els establiments del barri, sinó que també creen comunitat i fan que els veïns i veïnes gaudeixin del seu entorn.

Algunes de les accions que hem portat a terme amb èxit un any més són:

La Fira Marinera, que ja s'ha convertit en una cita imprescindible per conèixer i donar suport als nostres comerços.

La Marina Tapea, una ruta gastronòmica que sempre té molt bona acollida i porta ambient als nostres bars i restaurants.

Shopping and Shooting, una iniciativa original que ha aconseguit fer del comerç una experiència diferent i atractiva.

El Xmas Market, que cada Nadal anima les compres al barri i dona visibilitat als negocis locals.

Aquestes activitats ja formen part del calendari del barri i cada any ens confirmen que val la pena seguir apostant pel comerç de proximitat. La resposta dels veïns i veïnes, així com dels mateixos comerciants, ens anima a continuar millorant i fent créixer aquestes iniciatives perquè el barri segueixi viu i actiu.

Seguim sumant esforços per una Marina més dinàmica i pròxima!

Punts forts o facilitats:

Donar visibilitat al comerç de proximitat en el barri, Districte i ciutat.

Principals dificultats:

Els comerciants, centrats en el seu dia a dia, sovint els costa sortir al carrer perquè això implica sortir de la seva zona de confort. Això es fa especialment evident en esdeveniments com la Fira Marinera i el Xmas Market, on han de traslladar la seva activitat fora del seu establiment. En canvi, en les altres activitats participen amb més facilitat, ja que no requereixen aquest desplaçament i s'integren millor en la seva rutina habitual.



Valoració de la campanya comunicativa:

Fem una valoració molt positiva de totes les campanyes realitzades, ja que han contribuït a dinamitzar el comerç del barri i a reforçar la seva visibilitat. En el cas del Shopping and Shooting, considerem que és una iniciativa molt bona, però creiem que caldria donar-li més protagonisme al comerç participant i planificar-la amb més temps. Això ens permetria implicar més joves interessats en la creació de curtmètrages i garantir una participació més àmplia i enriquidora tant del jove talent com dels comerços

Nom: Kit d'ambientació

Àmbit d'actuació
prioritària:

La gestió de l'aigua

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

El kit d'ambientació, basat en adhesius amb missatges breus i directes, s'ha col·locat en llocs visibles dins dels nostres establiments per fomentar bones pràctiques en el consum d'aigua, paper i electricitat. L'objectiu és conscienciar sobre un ús més responsable d'aquests recursos, promovent l'estalvi econòmic, energètic i ambiental en el dia a dia del comerç

Època prevista d'implementació:

A finals del mes de setembre

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|---|---|---|
| ☒ Ciutadania | ☐ Agremiats i agremiades | ☐ Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| ☐ Entitats del sector | ☐ Comunitat educativa | |
| ☒ xAssociats i associades | ☐ Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
__Nombre d'associats que ho han sol·licitat__	0	__127__
_____		_____

Valoració:

Aquests es van col·locar en punts visibles dels establiments per animar els comerciants i clients a adoptar bons hàbits en el consum d'aigua, paper i electricitat, amb l'objectiu de fomentar l'estalvi econòmic i la sostenibilitat.

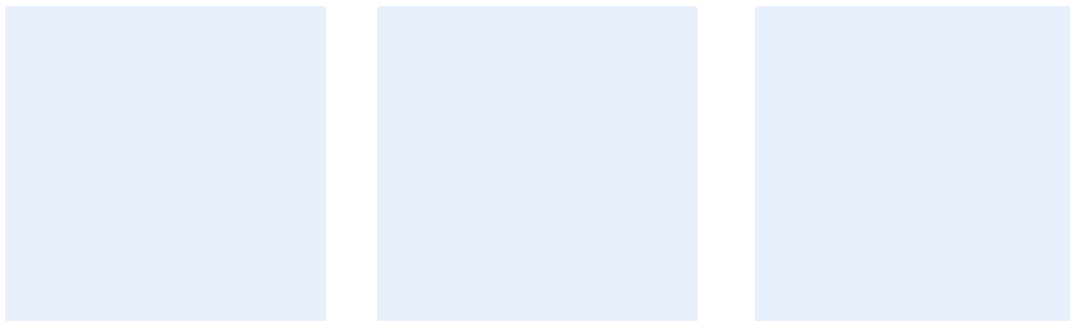
Punts forts o facilitats:

Degut al gran volum de feina, en molts dels comerços hem hagut de repartir els kits manualment.

Principals dificultats:

Confiant que els comerciants els enganxessin als llocs visibles on calia. Tot i que ens ha estat una mica complicat, hem intentat garantir que tots els establiments tinguessin els materials per poder implementar les bones pràctiques de manera efectiva, per això no disposem de fotos.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

No ha hagut una campanya comunicativa com a tal s'ha entregat en mà

Nom: Projecte Radars

Àmbit d'actuació
prioritària:

La salut planetària i de les persones

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Radars és un projecte comunitari impulsat per Serveis Socials de l'Ajuntament de Barcelona per pal·liar els efectes de la soledat no volguda i prevenir situacions de risc de les persones grans.

Treballem conjuntament amb els veïns i veïnes, comerços, farmàcies, persones voluntàries, entitats i equipaments, amb l'objectiu de transformar els barris en comunitats humanes, segures, participatives i solidàries.

Època prevista d'implementació:

Durant tot l'any de la seva implementació

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

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

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
___Nombre de comerços participants___	0	___10___
_____		_____

Valoració:

El projecte es dur a terme de manera independent pels comerços participants, i enguany no s'ha realitzat cap altra acció.

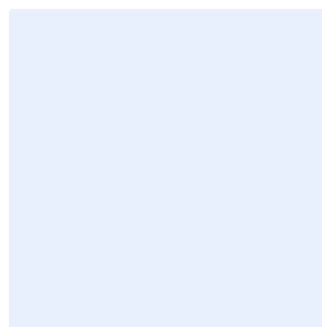
Punts forts o facilitats:

La participació dels comerciants

Principals dificultats:

no ha hagut

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

No hem fet cap acció comunicativa

Nom: Espais Liles

Àmbit d'actuació
prioritària:

La salut planetària i de les persones

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

És un projecte que involucra comerç i veïnatge per aconseguir l'eradicació de la violència vers a les dones.

Època prevista d'implementació:

Durant tot l'any

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

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

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
___ Nombre de comerços participants ___	0	___7___
_____		_____

Valoració:

El projecte es dur a terme de manera independent pels comerços participants, i enguany no s'ha realitzat cap altra acció. Enguany tenim previst fer una ampliació de comerços participant.

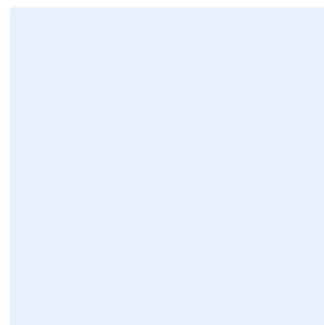
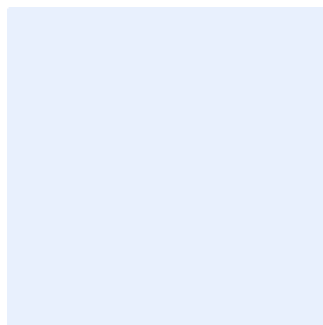
Punts forts o facilitats:

Hi han comerços que han manifestat la voluntat per entrar a formar part de ser un Punt Lila. Enguany hem fet un adhesiu.

Principals dificultats:

Doncs des de l'inici del projecte hem tingut comerços participants que han tancat.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Hem continuat amb el projecte d'Espais Liles i, enguany, hem creat un adhesiu per als comerços associats amb un telèfon de contacte contra la violència de gènere, fent-lo més visible i accessible per a tothom.