

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Sant Martí Eix Comercial*

1. Dades de l'organització

Raó social:	Associació de Comerciants del C/ Cantàbria – Pont del Treball
Sector d'activitat:	Empresa i organitzacions empresarials
Enllaç al Mapa B+S	https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/sant-marti-eix-comercial
Número de persones treballadores	1-5
Número de persones associades o agremiades	>100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:	2024
Persona de contacte	Antoni Amat Oller
Com s'ha elaborat?	Aprovació junta

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

Feu clic aquí per escriure text.

3. Accions per la sostenibilitat

Nom: BOSSES DE ROBA

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:

S'han confeccionat bosses reutilitzables de tela, que l'Eix repartirà entre tots els comerços associats.

Els comerços lliuraran la bossa als clients, informant de la importància en la utilització de materials reutilitzables i la reducció en la generació de plàstics d'un sol ús. L'objectiu és promoure hàbits més sostenibles entre els clients més habituals.

Època prevista d'implementació:

Primavera – 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
(Twitter, Instagram, Tik-tok,
Facebook...) | ☒ 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 de bosses	1.500 ut.	500 ut.

Valoració:

Repartir bosses de roba.

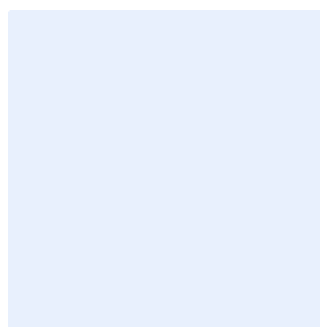
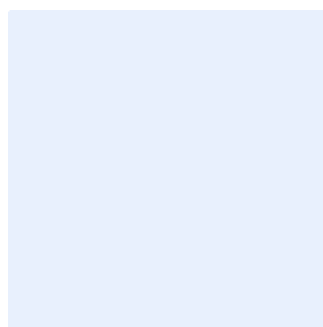
Punts forts o facilitats:

Donar a conèixer més a l'Eix Comercial i les botigues. (Comerç de barri).

Principals dificultats:

Bona acollida dels establiments de roba, sabateries...
No tant als establiments com assessories, immobiliàries...

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa ha estat satisfactòria.

Nom: TARGETA VIBA

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:

Viba és la targeta de fidelització del comerç del barri amb la que els associats podran fidelitzar els seus clients. Els clients podran gaudir d'avantatges i promocions exclusives a totes les botigues de Sant Martí adherides al programa.

Aquesta targeta és gratuïta i premia la confiança en el comerç de proximitat amb una bonificació mínima de l'1% en l'import de les compres, més un percentatge addicional que ofereix cada comerç. Totes aquestes bonificacions s'acumulen en forma de saldo/punts que els clients poden canviar per descomptes o altres avantatges, en les següents compres.

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
(Twitter, Instagram, Tik-tok,
Facebook...) | ☒ 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 targetes	2.000 ut.	800 ut.

Valoració:

Donar a conèixer la targeta.

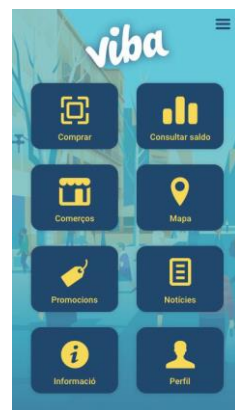
Punts forts o facilitats:

Promoció del comerç local i de proximitat. Augment en la fidelització dels compradors a les botigues i comerç del barri.

Principals dificultats:

Confecció de les targetes.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Campanya de difusió i cartelleria. S'han proporcionats els cartells plastificats, les targetes i formularis als comerços que participen. La campanya ha estat satisfactòria.

Nom: PROMOURE L'ÚS D'ENVASOS RETORNABLES

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:

Promoure l'ús d'envasos retornables i així evitar els envasos d'un sol ús. A través d'accions com fer un descompte a qui porti el seu propi envàs. Substitució d'envasos de plàstic per biodegradables.

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
(Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...) | ☐ 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 clients mensuals	30 clients	3 clients

Valoració:

Fomentar l'ús d'envasos retornables i biodegradables.

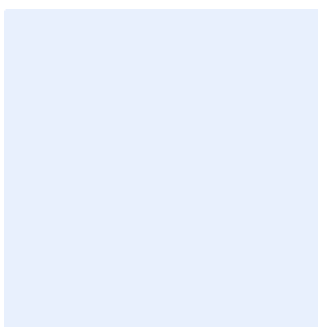
Punts forts o facilitats:

Sensibilitzar els clients i les clientes.

Principals dificultats:

Que els compradors i les compradores es recordin de portar els envasos retornables.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya cada cop està sent més satisfactòria.

Nom: Escriu el nom de l'Acció 4

Àmbit d'actuació
prioritària:

Selecioneu un àmbit.

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

En què consisteix aquesta acció? Què es vol aconseguir amb aquesta acció?

Època prevista d'implementació:

Indiqueu el mes i 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:
_____		_____
_____		_____

Valoració:

Expliqueu breument que s'ha portat a terme. Heu fet tot el que us havíeu proposat?

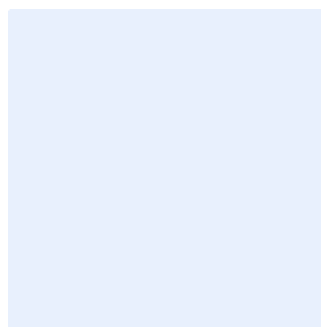
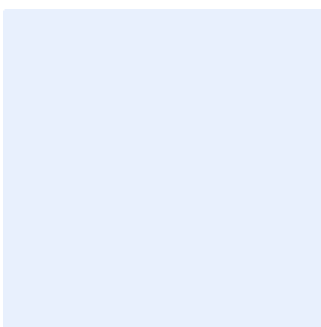
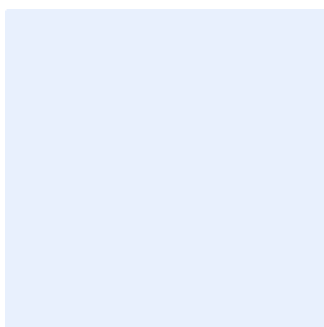
Punts forts o facilitats:

Què us ha facilitat l'execució de l'acció?

Principals dificultats:

Què us ha dificultat portar a terme l'acció?

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Expliqueu breument com ha anat la campanya comunicativa. Ha sigut satisfactòria, àgil, eficient, o us heu trobat amb diferents dificultats, entrebancs, etc.?

Taula resum indicadors:

(Aquesta taula no l'heu d'omplir, és d'emplenat automàtic que la podreu veure omplerta quan tingueu el document en PDF)

Acció	Mesura	Valor
BOSSES DE ROBA	Nombre de bosses	500 ut.
TARGETA VIBA	Nombre de targetes	800 ut.
PROMOURE L'ÚS D'ENVASOS RETORNABLES	Nombre de clients mensuals	3 clients