

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Unió de Comerciants del Pg. Fabra i Puig*

1. Dades de l'organització

Raó social:

Unió de Comerciants del Pg. Fabra i Puig

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcnsostenible.cat/web/punt/unio-de-comerciants-fabra-centre>

Número de persones treballadores

Cap

Número de persones associades o agremiades

50-100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

2024-2025

Persona de contacte

Jesús Mir

Com s'ha elaborat?

Aprovació junta

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

3. Accions per la sostenibilitat

Nom: Fabrajoc de Sant Jordi

Àmbit d'actuació prioritària:

El model cultural i educatiu

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Als aparadors de les botigues de Fabra Virrei es posaran lletres de colors i els participants hauran de trobar les lletres per formar la paraula "llibres" i posar-les en una butlleta de participació. Entre tots els participants que hagin trobat totes les lletres sortejarem dos xecs-regal per a comprar llibres a qualsevol de les tres llibreries que tenim a l'Eix.

Època prevista d'implementació:

Abril

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- Ciutadania
- Entitats del sector
- Associats i associades
- Agremiats i agremiades
- Comunitat educativa
- Col·legiats i col·legiades
- Altres (*especifica quins*): _____

A través de quins canals comunicarem l'acció?

- Xarxes Socials (*Twitter, Instagram, Tik-tok, Facebook...*)
- Revista o butlletí
- 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:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Participació ciutadana	0	728
Implicació dels comerços	0	89

Valoració:

L'activitat s'ha portat a terme amb normalitat i ha suposat tot un èxit de participació. A més ha servit per consolidar la nova imatge de marca de l'eix, sorgida de la fusió amb una altra entitat del barri.

Punts forts o facilitats:

La receptivitat de veïns i veïnes. La implicació dels comerciants.

Principals dificultats:

En augmentar el nombre de socis, ha augmentat la dificultat per trobar les lletres necessàries per formar la paraula.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa ha funcionat correctament amb una bona rebuda per part de tots els veïns i Veïnes que hi ha participat activament.

Nom: Festa de la Primavera

Àmbit d'actuació prioritària:

La pèrdua de biodiversitat

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Durant un dia, es repartiran entre els clients i clientes dels comerços de Fabra Centre, testos amb plantes aromàtiques en flor. Seran plantes autòctones del territori que, a més, aniran acompanyades d'un codi QR on s'explicitarà una breu ressenya de la planta i les necessitats de cura que li calen.

Època prevista d'implementació:

Juny

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|--|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ciutadania | <input type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Participació de veïns i veïnes	0	300
Participació dels comerciants	0	89

Valoració:

L'activitat s'ha desenvolupat amb normalitat i s'han distribuït totes les plantes previstes en poc temps. La majoria de veïns i veïnes ja estaven assabentats del projecte i han vingut a la parada amb els tiquets de comprar a recollir la seva planta.

Punts forts o facilitats:

L'alta participació de veïns i veïnes i la implicació dels comerciants..

Principals dificultats:

La forta calor que ha fet el dia de l'activitat

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Es va optar per una campanya sense cartelleria per evitar el consum innecessari de paper i va funcionar correctament tot i que hi havia gent que no era conscient de la proposta i calia explicar-la o bé a la carpa o bé a les botigues.

Nom: Totebags Favi

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:

Per donar a conèixer la nova Associació resultant de la fusió entre Fabra Centre i Entorn Virrei es van fer les bosses FAVI amb el logo de l'Eix i un codi QR a la seva web i es van distribuir tant a la Festa de Presentació com, majoritàriament, a través dels comerços associats. L'objectiu és aconseguir potenciar l'ús de bosses de compra reutilitzable enlloc de les bosses de plàstic.

Època prevista d'implementació:

Gener-Juny 2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

- | | | |
|--|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ciutadania | <input type="checkbox"/> Agremiats i agremiades | <input type="checkbox"/> Altres (<i>especifica quins</i>):
_____ |
| <input type="checkbox"/> Entitats del sector | <input type="checkbox"/> Comunitat educativa | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Associats i associades | <input type="checkbox"/> Col·legiats i col·legiades | |

A través de quins canals comunicarem l'acció?

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

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Bosses distribuïdes	0	3000
Comerços participants	0	89

Valoració:

Les primeres 300 bosses es van distribuir entre veïns i veïnes el dia de la Festa de presentació del nou eix i la resta a través dels comerços associats. Fins al juny, se li van donar bosses a tots els nous socis incorporats a Fabra Virrei

Punts forts o facilitats:

Les bosses tenien una gran recepció entre la ciutadania i eren molt ben acollides i fins i tot buscades.

Principals dificultats:

El cost total del projecte.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Es va optar per una campanya completa donat que l'acció s'emmarcava en els actes de presentació del nou Eix Fabra Virrei: amb cartelleria, XXSS i web. La presència de veïns i veïnes a l'acte inaugural i la recepció de les bosses a posteriori va ser tot un èxit.

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
Fabrajoc de Sant Jordi	Participació ciutadana	728
	Implicació dels comerços	89
Festa de la Primavera	Participació de veïns i veïnes	300
	Participació dels comerciants	89
Totebags Favi	Bosses distribuïdes	3000
	Comerços participants	89