



PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Associació Comerciants Valldaura*

1. Dades de l'organització

Raó social:

Associació Comerciants Valldaura

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/associacio-de-comerciants-del-passeig-valldaura>

Número de persones
treballadores

Cap

Número de persones
associades o agremiades

25-50

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

2024

Persona de contacte

Isabel Borràs

Com s'ha elaborat?

Decisió 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: Regalem vasos reutilitzables

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:

L'associació va organitzar la festa de la tardor i es va repartir la beguda amb gots de suro reutilitzables, aquesta acció va permetre eliminar l'ús de gots de plàstic d'un sol ús. El comerços repartien gots als clients quan anaven a les botigues a comprar els tikets de veguda pel dia de la festa .

Època prevista d'implementació:

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 | |
| ☒ 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:
Número de gots repartits		300
Número de comerços participants		44

Valoració:

Va ser una iniciativa molt bona per conscienciar a la ciutadania que va gaudir de la festa.

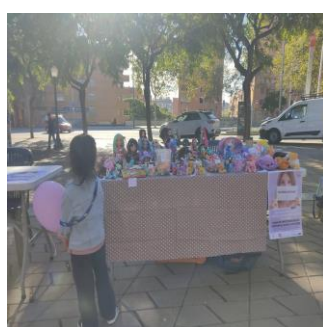
Punts forts o facilitats:

Molt bona acceptació per part de la gent , sobretot de poder reutilitzar el got cada cop que volien prendre una beguda.

Principals dificultats:

Algunes persones, encara que poques, que no van passar pels comerços a comprar els tikets i van anar directament al bar de la festa on també es distribuïen, desconeixien que el got era reutilitzable.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa va ser àgil i eficient, l'associació disposa de suficients vies de comunicació que funcionen molt bé.

Nom: Regala un io-io

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:

Durant la campanya de nadal , els comerços van repartir io-ios de fusta als seus clients i el Tió també els va regalar a tots els infants que van participar de la festa.

Època prevista d'implementació:

DESEMBRE

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:
Número de io-ios repartits		500
Numero de comerços que van participar		44

Valoració:

Va ser una iniciativa molt bona , ja que va recordar els io-ios de tota la vida , que justament eren de fusta. Van tenir molt bona acceptació perquè portaven gravats monuments emblemàtics de Nou Barris.

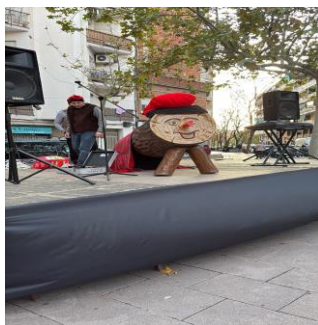
Punts forts o facilitats:

Molt bona acceptació, tant per part de la gent gran que van recordà els io-ios de tota la vida, com per part dels nens, que la majoria els desconeixien.

Principals dificultats:

No vam tenir cap dificultat.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa ha sigut àgil i efectiva gràcies a les diferents vies de les que disposa l'associació.

Nom: Cuidem la ciutat

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:

Durant la festa de la tardor es van utilitzar papereres de cartró, que van ser repartides per tota la plaça i especialment a prop del bar i zona de menjar. El comerços associats van ser els encarregats de difondre aquesta acció, quan la gent comprava els tiquets pel bar, els comerços donaven una breu explicació de la importància de les paperes de cartró que es trobaven a la festa.

Època prevista d'implementació:

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 | |
| ☒ 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:
Papereres repartides		30
Número de comerços que van participar		44

Valoració:

Va ser una acció molt bona per conscienciar a la gent de totes les edats de la importància de utilitzar papereres reutilitzables.

Punts forts o facilitats:

Una activitat fàcil de portar a terme.

Principals dificultats:

No vam tenir cap dificultat.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa va ser àgil i eficient, gràcies a les vies de comunicació amb les que compta l'associació.

Nom: La farmàcia recicla

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:

La Farmàcia Borràs ha substituït la bossa de plàstic per la de paper, és una manera de donar exemple als clients de la necessitat d'eliminar les bosses de plàstic.

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:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Número de bosses		500
Número de comerços participants		1

Valoració:

La farmàcia va decidir implantar bosses de paper que són millors pel medi ambient i eliminar les bosses de plàstic que havien utilitzat tota la vida.

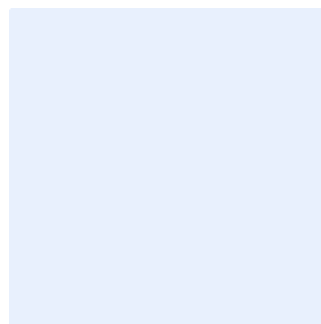
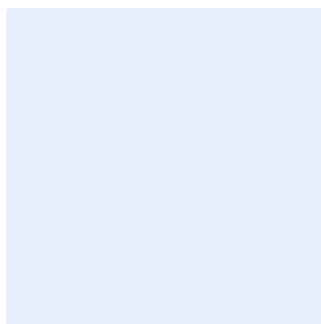
Punts forts o facilitats:

Es tracta d'una molt bona acció, ja que les bosses de paper tenen molts avantatges. Per una banda, possibilitat de ser personalitzades i per un altre, poden tenir una segona vida després de ser utilitzades en la primera compra.

Principals dificultats:

No han hagut dificultats, avui en dia és fàcil de poder trobar empreses que les subministri.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa, ha sigut àgil i eficient.