

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Associació de Comerciants i Professionals* *Coreixample*

1. Dades de l'organització

Raó social:

Associació de Comerciants i Professionals Coreixample

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/coreixample>

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

Albert Sagrera

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: Repartiment d'ampolles 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:

Per commemorar el 30è aniversari de l'entitat, hem dissenyat una ampolla reutilitzable que regalem als nostres associats promovent així l'envàs reutilitzable alhora que fem difusió de Coreixample i del comerç local.

Els associats es comprometen a repartir entre els seus treballadors i/o la ciutadania aquestes ampolles difonent així un missatge de sostenibilitat.

Època prevista d'implementació:

Febrer 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
(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:
Grau de participació	200	200
Volum d'ampolles repartides	800	200

Valoració:

Ha estat una proposta molt ben rebuda pels associats.
Aprofitem per fer difusió de Coreixample i té un disseny atractiu.

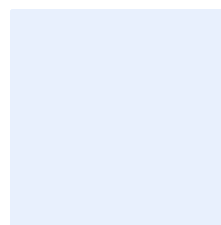
Punts forts o facilitats:

Promoció de l'ús de l'envàs reutilitzable.
Difusió de la "marca" Coreixample.
No s'han fet servir vehicles de motor per fer el repartiment.

Principals dificultats:

L'espai que ocupen les ampolles. Tenim un magatzem petit.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Ha estat senzilla ja que és una acció pels nostres associats. Hem utilitzat la comunicació interna de l'associació. La iniciativa ha tingut molt bona rebuda pels comerciants.

Nom: Coreixample Esport Festival

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:

El Coreixample Esport Festival és un concurs d'espots publicitaris en el que participen els comerços associats a Coreixample. Un cop tenim els comerços participants, obrim convocatòria perquè els creatius presentin es seu esport. Fem una especial difusió perquè participin alumnes de les escoles associades dels Cicles de Màrqueting i Publicitat, d'Audiovisuals i del Batxillerat Artístic donant a conèixer entre els més joves el comerç local i de proximitat.

Posteriorment hi ha una gala d'entrega de premis als Cinemes Girona amb un premi econòmic pel guanyador i la projecció de l'esport al Cinemes Girona durant 2 mesos pel comerç afortunat.

Època prevista d'implementació:

Octubre 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 | Professionals del món |
| ☒ Associats i associades | ☐ Col·legiats i col·legiades | audiovisual |

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 socis participants	200	25
Nombre d'espots presentats	200	13
Públic assistent a l'entrega de premis		137

Valoració:

El retorn ha estat molt positiu per totes les parts implicades: socis, creatius, escoles, Cinema Girona, públic, etc.

El nivell de les propostes ha estat molt alt.

El volum de visualitzacions i interès general del públic ha estat molt elevat i ha afavorit molt positivament a la imatge del comerç local.

Punts forts o facilitats:

Acció per promoure el comerç de proximitat

Els comerços participants s'enduen un spot gratuïtament i que poden compartir a les seves xarxes socials i pàgines web.

Hem generat un conveni de col·laboració amb els cinemes Girona per anunciar els comerços associats a un preu molt especial.

Promoció del talent emergent.

Principals dificultats:

Aconseguir finançament per dur a terme l'acció.

Per ser la primera edició estem satisfets de la participació. No obstant això, ens agradaria tenir més participació i més implicació dels centres.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Creiem que hem d'ajustar els temps al calendari escolar per afavorir la participació dels joves. Malgrat això, estem satisfets de la rebuda de la iniciativa.

Nom: Bosses de tela reutilitzables Coreixample

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:

Repartim bosses reutilitzable tipus Tote Bag amb el logotip de Coreixample perquè els nostres associats les entreguin als seus clients promovent així l'ús d'aquestes bosses i reduir el consum de plàstic d'un sol ús.
El repartiment es realitzar sense vehicles a motor.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre del 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
(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:
Socis participants	210	210
Nombre de bosses repartides	2100	2100

Valoració:

Ha estat una proposta molt ben rebuda pels associats.
Aprofitem per fer difusió de Coreixample i té un disseny atractiu.
És un objecte que s'utilitza molt i sovint veïns i veïns que l'utilitzen.

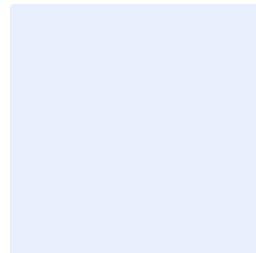
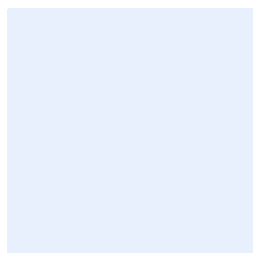
Punts forts o facilitats:

Quan tenim un soci nou, l'obsequiem amb aquest detall de benvinguda que agraeix.
No s'han fet servir vehicles de motor per fer el repartiment.

Principals dificultats:

L'espai que ocupen les bosses. Tenim un magatzem petit.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Ha estat senzilla ja que és una acció pels nostres associats. Hem utilitzat la comunicació interna de l'associació.

Nom: Vas Solidari Fira Modernista

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:

A la zona de restauració de la Fira Modernista i del Comerç, les 6 carpes més properes a l'escenari, tenien l'opció de vendre el got solidari de "La Merienda", entitat que treballa per la inclusió laboral de persones en risc d'exclusió social.

El preu del vas era d'1€ que anava íntegrament a aquest fi.

Època prevista d'implementació:

24, 25 i 26 de maig

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:
Recompte de vasos venuts	600	250
_____		_____

Valoració:

Hem venut menys vasos dels esperats, principalment perquè hi havia l'opció d'agafar un vas de plàstic d'un sol ús.

El volum de públic assistent fa que els restauradors no puguin explicar adequadament la proposta.

De cara a la propera edició, decidim tenir un únic vas solidari per a totes les carpes.

Punts forts o facilitats:

És una acció "obligada" per tal no generar tant residu.

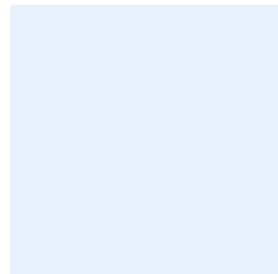
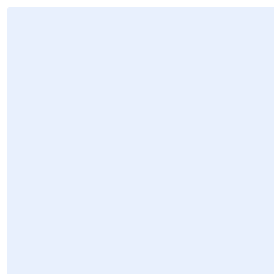
Recaptació per la inclusió sociolaboral de persones en risc d'exclusió social.

Inici de col·laboració amb l'entitat La Merienda.

Principals dificultats:

Degut al poc temps que hem tingut per preparar l'acció, no hem tingut prou vasos perquè totes les carpes de restauració tinguessin aquest vas i hem optat per oferir al públic l'opció de triar.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya s'ha fet a xarxes i en cartell a les pròpies carpes. El volum de feina degut a la gran afluència de gent, fa que els restauradors no puguin estar explicant a tothom la iniciativa.

Nom: Mobilitat Sostenible

Àmbit d'actuació
prioritària:

La mobilitat segura, sostenible i saludable

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Ús del transport sostenible per a les tasques diàries de l'establiment com, per exemple, fer el repartiment amb bicicletes o patinets, vehicles elèctrics, visites a clients amb transport públic, etc.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre del 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
(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 socis que usen mètodes de transport sostenibles	210	38
_____		_____

Valoració:

Cada cop son més els establiments que usen sistemes de transport sostenible. Ja sigui, transport públic o vehicles de mobilitat personal (elèctrics o no), l'increment d'aquest tipus de transport va en augment.

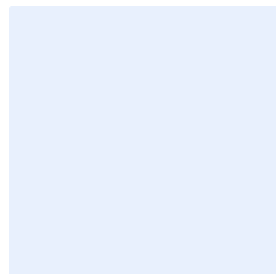
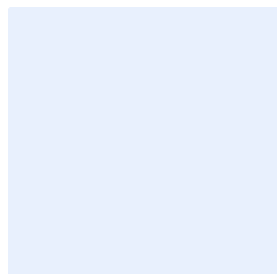
Punts forts o facilitats:

La despesa mediambiental i econòmica és notablement inferior a la d'un vehicle a motor.
La ciutat cada cop està més preparada per aquest tipus de vehicles i el temps que es triga a fer una comanda és pràcticament el mateix que el que es triga amb un vehicle a motor.

Principals dificultats:

Hi ha carrers, com ara els Eixos Verds, on aquests vehicle van a una velocitat molt per sobre del que és permès.
A més a més, hi ha molts usuaris de VMP que incompleixen les normes de circulació i això pot suposar un conflicte amb altres usuaris de la via.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

Nom: Accions de consum responsable

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:

Ús de productes de temporada, de Km0, elaborats a partir de ramaderia o agricultura ecològica, etc.
No només hi ha un benefici per la salut de les persones que els consumeixen sinó que també suposen un benefici pel medi ambient.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre 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:
Nombre de socis que produeixen, distribueixen o venen productes Km0	46	37
_____		_____

Valoració:

Els productes de Km0 arriben més frescos ja que s'han recol·lectat fa poc i, el fet que siguin de temporada, afavoreix la millor qualitat perquè maduren de manera natural.

Es redueix la petjada de carboni causat pel transport ja que es recorren distàncies més curtes.

Es dona suport a empreses i productors locals.

Punts forts o facilitats:

Els productes de Km0 arriben més frescos ja que s'han recol·lectat fa poc i, el fet que siguin de temporada, afavoreix la millor qualitat perquè maduren de manera natural.

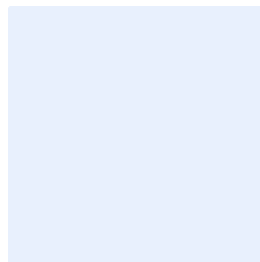
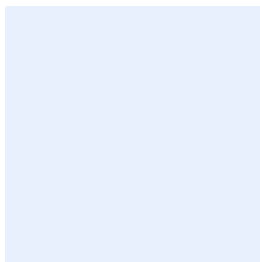
Es redueix la petjada de carboni causat pel transport ja que es recorren distàncies més curtes.

Es dona suport a empreses i productors locals.

Principals dificultats:

Tot i que és un model cada cop més estès i que ha vingut per quedar-se, encara hi ha clients reticents ja que el preu d'aquest producte acostuma a ser més elevat que un altre.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

Nom: Accions relacionades amb la gestió de l'aigua

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:

Englobem en aquest apartat aquelles accions relacionades amb la gestió de l'aigua: la doble descarrega de WC, temporitzadors en aixetes de mans o dutxes, aprofitament de l'aigua de pluja, etc. En definitiva, tot allò que, des dels establiments, es pot fer per reduir el consum d'aquest bé escàs ja que encara estem en estat d'alerta per sequera a la majoria de municipis.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre del 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
(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 socis que realitzen accions relacionades amb la gestió de l'aigua.	210	43
_____		_____

Valoració:

Instal·lacions de temporitzadors en aixetes tan d'oficines com de restaurants, etc. També en dutxes de gimnasos o escoles.
Ús de la doble descarrega en lavabos o difusors d'aire a les aixetes.
Ús de fonts d'aigua o ecofiltres per oferir aigua sense plàstics.

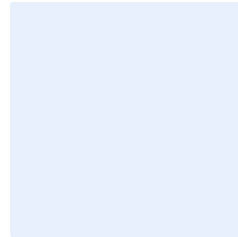
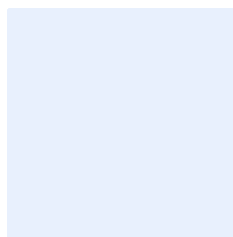
Punts forts o facilitats:

Reduir el consum de l'aigua i de la despesa econòmica que suposa.

Principals dificultats:

Cap destacable.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

Nom: Eficiència energètica

Àmbit d'actuació
prioritària:

El model energètic

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Accions relacionades amb el model energètic com per exemple, l'ús de plaques solars, ús eficient de l'aire condicionat, portes automàtiques, sensors de moviments per encendre i tancar els llums, instal·lació de llums leds, etc.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre del 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:
Nombre d'establiments que han realitzat accions en el model de consum energètic.	210	15
_____		_____

Valoració:

Eficiència en els aparells elèctrics i ús eficient de l'aire condicionat/bomba de calor.

Instal·lació de plaques fotovoltaïques.

Tancament automàtic de portes.

Sensors de moviment als llums.

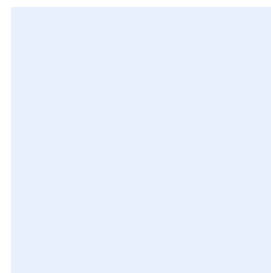
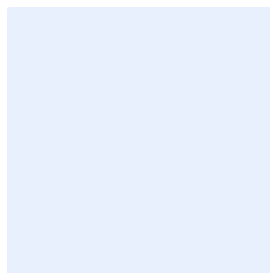
Punts forts o facilitats:

Reducció de la despesa mediambiental i econòmica.

Principals dificultats:

Tot i que a la llarga surt a compte, s'ha de fer una despesa inicial.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

Nom: Conscienciació pel canvi

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:

Consisteix en accions que duen a terme els associats respecte a la conscienciació de l'emergència climàtica. De la importància que té el comerç de proximitat i els seus valors, del consum responsable, del malbaratament alimentari, etc.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre de 2025

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 d'associats que han realitzat accions relacionades amb el model cultural o educatiu (xerrades, tallers, formacions, etc.).	210	26
_____		_____

Valoració:

Xerrades obertes a la ciutadania sobre instal·lacions de plaques fotovoltaïques, sobre les dones i les cures, etc.
Treballs que es realitzen a l'escola per conscienciar sobre la gestió de l'aigua, la mobilitat, el comerç de proximitat...

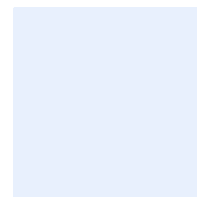
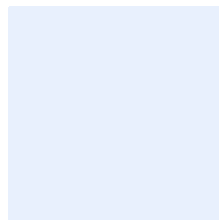
Punts forts o facilitats:

Cada cop hi ha més gent conscienciada en els canvis que hem de fer com a societat i es mostra interès per conèixer-los.

Principals dificultats:

Sovint cal imaginació per aconseguir que sigui una activitat atractiva perquè hi vingui gent.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

Nom: Reducció del plàstic

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:

Consisteix en totes aquelles accions que es realitzen per reduir el plàstic (especialment el plàstic d'un sol ús) en el nostre dia a dia. Per exemple: ús de bosses de tela o paper enlloc de bosses de plàstic, fonts d'aigua i ús de vasos de vidre, envasos biodegradables per endur o venda a granel o servir en carmanyoles que aporta la clientela.

Època prevista d'implementació:

De gener a desembre del 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:
Nombre d'establiments comercials que realitzen accions per reduir el plàstic.	210	62
_____		_____

Valoració:

L'eliminació de l'ús de les bosses de plàstic és la mesura més estesa. En el seu lloc s'usen bosses de paper, de tela o biodegradables. També es fan servir filtres d'aigua o fonts d'aigua per evitar ampelles petites. I vasos de paper, de vidre o ampelles reutilitzables pel dia a dia.

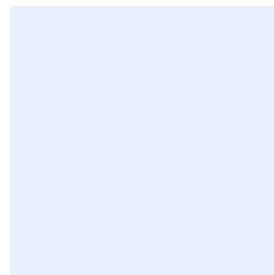
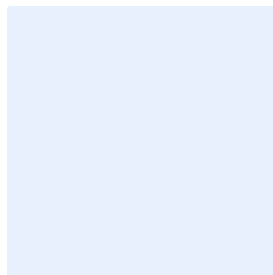
Punts forts o facilitats:

Aquestes accions són les més esteses entre els comerços i professionals. La reducció d'aquest material és molt significativa. La societat en general està molt conscienciada i moltes persones porten les seves bosses o ampelles reutilitzables sempre a sobre.

Principals dificultats:

Cap destacable.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Aquesta no és una acció proposada directament per Coreixample pel que no s'ha fet una campanya comunicativa específica d'aquest tema. Sí que se'n fa una que engloba diferents temes sobre la sostenibilitat a xarxes socials amb bona acceptació per part del públic.

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
Repartiment d'ampolles reutilitzables	Grau de participació	200
	Volum d'ampolles repartides	200
Coreixample Espot Festival	Nombre de socis participants	25
	Nombre d'espots presentats	13
	Públic assistent a l'entrega de premis	137
Bosses de tela reutilitzables Coreixample	Socis participants	210
	Nombre de bosses repartides	2100
Vas Solidari Fira Modernista	Recompte de vasos venuts	250
	_____	_____
Mobilitat Sostenible	Nombre de socis que usen mètodes de transport sostenibles	38
	_____	_____
Accions de consum responsable	Nombre de socis que produeixen, distribueixen o venen productes Km0	37
	_____	_____
Accions relacionades amb la gestió de l'aigua	Nombre de socis que realitzen accions relacionades amb la gestió de l'aigua	43
	_____	_____
Eficiència energètica	Nombre d'establiments que han realitzat accions en el model de consum energètic	15
	_____	_____
Conscienciació pel canvi	Nombre d'associats que han realitzat accions relacionades amb el model cultural o educatiu (xerrades, tallers, formacions, etc.)	26
	_____	_____
Reducció del plàstic	Nombre d'establiments comercials que realitzen accions per reduir el plàstic	62
	_____	_____