



PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *EIX GRAN DE GRÀCIA*

1. Dades de l'organització

Raó social:

Eix Gran de Gràcia

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/eix-gran-de-gracia>

Número de persones
treballadores

1-5

Número de persones
associades o agremiades

50-100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

2024

Persona de contacte

Miguel López Rodríguez

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: Guia Gràcia

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:

Guia Gràcia és una guia que recull tota la informació sobre el comerç de proximitat de Gran de Gràcia, 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
(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 revistes impreses	5000	5000
_____		_____

Valoració:

La idea principal és fomentar la compra responsable i de proximitat, s'aconsegueix reforçar la idea que a prop del teu habitatge pots aconseguir qualsevol cosa que necessitis.

Punts forts o facilitats:

Treballar amb una maquetació i disseny potents que atrauen les persones que el llegeixen. Paper certificat ambientalment de gran qualitat.

Principals dificultats:

És un producte car.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Valorem molt positivament la campanya, hem encertat a la imatge escollida i als mètodes adoptats

Nom: Sóc d'on compro sóc de Gràcia

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:

Dissenyem una campanya d'acció a favor del comerç de barri. Necessitem més que mai generar comunitat, i això implica recolzar el comerç local i de proximitat de Gràcia. La bossa 'Sóc d'on compro, sóc de Gràcia' és perfecta per comprar i fer vida al barri. Està fabricada en lona de cotó 100%, té un gramatge de 280gr/m² (superior al d'una tote bag normal) i les seves anes llargues són ideals per a poder penjar-te-la en l'espatlla. A més disposa d'una butxaca interior extra, súper útil, per a poder tenir a mà les claus, el mòbil o allò que sigui més imprescindible.

Època prevista d'implementació:

09/2024

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:
Bosses repartides	700	700
_____		_____

Valoració:

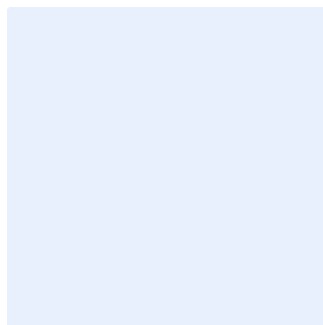
Aquesta campanya ha estat tot un èxit, esgotant totes les unitats que teníem de bosses. Estem replantejant tornar-la a repetir.

Punts forts o facilitats:

El missatge de la campanya ha estat un encert, així com apostar per la màxima qualitat de la borsa.

Principals dificultats:

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Valorem molt positivament la campanya, hem encertat a la imatge escollida i als mètodes adoptats.

Nom: Reart y Wine festival al Comerç al carrer Sostenible

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:

Dues línies d'actuació a la mostra. D'una banda al festival gastronòmic i de vi s'utilitza només cristalleria de vidre que les persones usuàries se l'emporten, alhora que tot el menjar servit a la fira és amb recipients compostables o biodegradables.

D'altra banda, fomentem la participació de parades d'artesanía del reciclatge i de la creació.

Època prevista d'implementació:

05/2024

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:
Visites a la fira	2500	2000
Repartiment de gots	1000	700

Valoració:

Tenim molt clar que és un encert apostar per aquest model de mostra de comerç. Cada edició veiem augmentada la participació tant de paradistes com de persones que gaudeixen aquest dia.

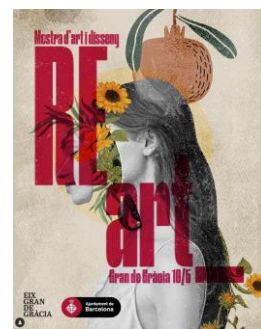
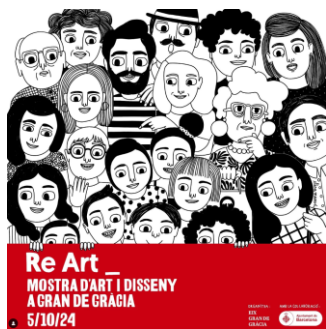
Punts forts o facilitats:

L'equip que duu a terme aquesta mostra de comerç.

Principals dificultats:

La gestió d'algunes infraestructures.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Valorem molt positivament la campanya, hem encertat a la imatge escollida i als mètodes adoptats

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?

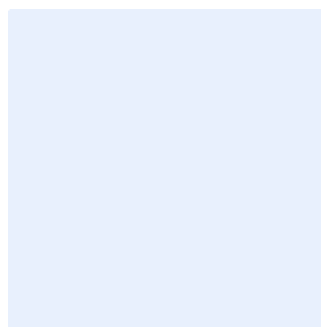
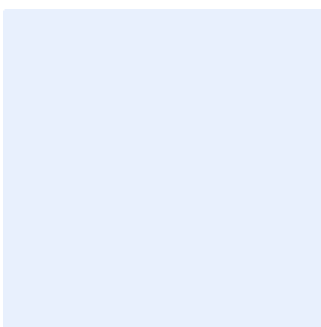
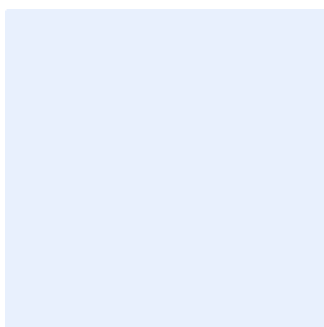
Punts forts o facilitats:

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
Guia Gràcia	Nombre de revistes impreses	5000
	_____	_____
Sóc d'on compro sóc de Gràcia	Bosses repartides	700
	_____	_____
Reart y Wine festival al Comerç al carrer Sostenible	Visites a la fira	2000
	Repartiment de gots	700
Escriu el nom de l'Acció 4	_____	_____
	_____	_____