

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Associació de Comerciants de la Rambleta*

1. Dades de l'organització

Raó social:

Associació de Comerciants de La Rambleta

Sector d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa B+S

<https://www.bcnsostenible.cat/web/punt/comerciantes-de-la-rambleta>

Número de persones
treballadores

Cap

Número de persones
associades o agremiades

10-25

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: Fem la compra 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:

Per festes de Nadal, tots el comerços associats van participar en una activitat conjunta, regalar bosses de roba al seus clients amb el nom de l'associació, els comerços repartien bosses només als clients que compraven en les diferents botigues.

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
(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 bosses repartides		350
Número de comerços participants		15

Valoració:

Va ser una iniciativa molt bona per intentar conscienciar a la ciutadania de la necessitat d'utilitzar bosses de roba per anar a comprar i deixar d'utilitzar les bosses de plàstic.

Punts forts o facilitats:

A la gent li va agradar molt la iniciativa i tothom volia aconseguir bosses , va ser una acció amb molt èxit.

Principals dificultats:

La principal dificultat va ser fer un càlcul aproximat de la quantitat de bosses que els comerços regalarien.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya comunicativa va ser àgil i eficient, els comerços associats van penjar cartells explicant l'acció i també es va anunciar a la web de l'associació i xarxes socials

Nom: Regalem 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, es van repartir io-ios de fusta a tots els clients que compraven les entrades del trenet als comerços associats. També es van regalar a tots els infants que pujaven al tren.

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
Número de comerços que van participar		15

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:

L'associació de comerciants van organitzar La Festa de la Restauració, on van participar els diferents comerços de restauració. En aquesta festa 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 papereres 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		20
Número de comerços que van participar		15

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: NADAL AMB COMPROMIS

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 campanya de Nadal els comerços associats van sortejar entre els clients cistelles de amb diferents productes. Els productes anaven dins d'unes capses de cartró reciclat. Durant la campanya de nadal l'associació de comerç va dur a terme diferents accions relacionades amb la sostenibilitat i aquesta va ser una d'elles.

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:
Cistelles repartides		15
Número de comerços que van participar		15

Valoració:

Va ser una acció molt bona per conscienciar a la gent de totes les edats de la importància de reciclar, els comerços van informar als clients d'aquesta acció.

Punts forts o facilitats:

Va ser una campanya 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 ha sigut àgil i efectiva gràcies a les diferents vies de les que disposa l'associació.