

PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *COMERCIANTS POBLE-SEC I PARAL·LEL*

1. Dades de l'organització

Raó social:

ASSOCIACIO COMERCIANTS POBLE-SEC I PARAL·LEL

Sector d'activitat:

Associatiu i cívic

Enllaç al Mapa B+S

Enllaç al mapa

Número de persones
treballadores

1-5

Número de persones
associades o agremiades

50-100

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:

2024-2025

Persona de contacte

Cristina Velasco

Com s'ha elaborat?

Elaboració tècnica

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: CAMPANYA DEL SILENCI

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:

Es tracta d'informar els clients dels establiments d'hostaleria i restauració del carrer Blai i rodalies sobre la importància de respectar el descans dels veïns i veïnes, especialment els divendres i els dissabtes. Es distribuïran fulletons informatius i es col·locaran infografies a les taules per recordar-los que mantinguin un to de veu adequat. A més, se'ls demanarà als restauradors/es que lliurin els folletons als seus clients, i se'ls recordarà sobre l'horari de recollida de terrasses, minimitzar els sorolls i evitar aglomeracions a l'exterior del local, tot per fomentar una convivència respectuosa entre veïns/es i locals.

Època prevista d'implementació:

Gener 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:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
Numero fulletons repartits____	1000	_1000_____
_numero espais lliures contaminacio acustica____	20	__6_____

Valoració:

Molt positiva. Els restauradors/es tenen el cartell visible a la porta i els fulletons a la barra, i han aconseguit que els clients siguin més respectuosos amb el descans del veïnatge, especialment en l'època estiuenca. Això ha millorat la convivència entre els locals i el veïnat.

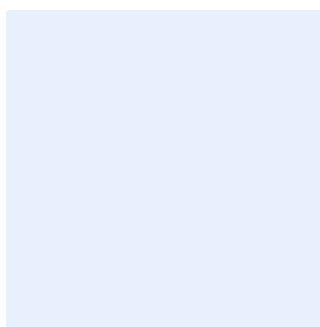
Punts forts o facilitats:

Els restauradors/es col·laboren la distribucio dels fulletons

Principals dificultats:

Manca de compromís d'alguns establiments no associats, que no mostren interès per evitar les molèsties als veïns. Això ha dificultat la plena implementació de l'acció en tota la zona.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Ha funcionat bé, ja que cada local ha adaptat i realitzat la difusió del missatge, cosa que ha permès arribar a un nombre més gran de clients.

Nom: PORTA EL TEU ENVAS

Àmbit d'actuació
prioritària:

El model alimentari

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Incentivar els clients de comerços de productes alimentaris peribles, com ara carnisseries i peixateries, a portar els seus propis envasos reutilitzables (tuppers) per reduir el consum de bosses de plàstic. Es promourà la consciència ambiental entre les persones consumidores, informant-los dels beneficis de fer servir envasos reutilitzables tant per al medi ambient com per a la seva comoditat. Aquesta iniciativa contribuirà a reduir l'ús de plàstics i promourà una compra més sostenible.

Època prevista d'implementació:

Octubre 2024

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:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
__nombre comerços addherits/nombre comerços __	05	__3__
_____		_____

Valoració:

Als comerços, es proporciona material informatiu sobre els beneficis ambientals de l'ús d'envasos reutilitzables, tant en termes de reducció de residus com d'impacte sobre el medi ambient.

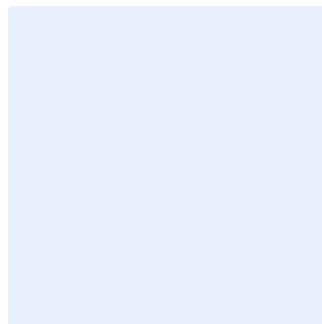
Punts forts o facilitats:

Bona acollida, especialment entre els veïns/es de més edat, que ja estaven acostumats a portar la seva bossa per comprar el pa

Principals dificultats:

A l'hora d'incidir en els clients nous o menys conscienciats amb el tema de la sostenibilitat. Reticència a portar els seus propis envasos, ja sigui per manca d'hàbit o per percepció de falta de comoditat.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Ha estat satisfactòria, àgil i eficient en general, gracies a la cartellera que els propis gremis han creat. I la implicació dels comerciants que expliquen als clients/es la importància de recuperar aquests hàbits de compra, mes sostenibles

Nom: COMPRA AL BARRI

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:

Les botigues proporcionen als clients/es la informació necessària sobre els valors sostenibles de la compra als comerços de proximitat, el comerç tradicional de tota la vida: sostenibilitat ambiental, minimització del transport i reducció d'envasos, seguretat, llum al carrer... Els comerços participen activament en activitats de dinamització que els visibilitza davant el veïnatge. Es fomenta el consum en establiments del barri, de productes km 0 i/o ecològics, promovent la compra responsable. L'objectiu és explicar el avantatges d'aquestes botigues, com ara la qualitat del producte, la sostenibilitat, la traçabilitat, l'assessorament personalitzat i la raó del seu preu. A més, s'aprofita el calendari festiu tradicional per promocionar-los.

Època prevista d'implementació:

Gener 2024

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:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
_numero de visualitzacions reels_____	100	__185_____
_numero accions organitzades per impulsar el comerç de proximitat__	10	__15_____

Valoració:

A traves de campanya social media, per arribar a un públic mes ampli. En les dates assenyalades com el 9 de maig, dia del comerç de proximitat, o la revetlla de Sant o el dijous gras, ha tingut mes incidència. Els reels tenen mes visibilitat que els post. Aquestes activitats han servit com a plataforma per parlar directament amb els consumidors i respondre preguntes sobre els beneficis de sostenibilitat que aconseguim amb la compra de proximitat.

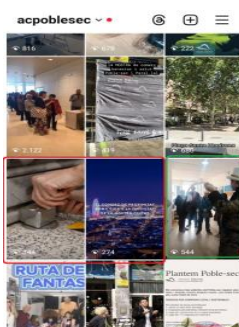
Punts forts o facilitats:

La digitalització ens ajuda arribar a mes públic.

Principals dificultats:

Pasar de la teoria a l'acció es complicat, perquè al final la comoditat acaba guanyant i costa crear nous hàbits del compra

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

Les publicacions a les plataformes socials han tingut una gran difusió. La cartelleria visible als establiments ha ajudat a recordar als clients i reforçar la comunicació de la campanya i augmentar l'impacte. Les activitats de dinamització organitzades han estat clau per generar un vincle directe amb els clients i involucrar-los activament AIGUA A GRANEL

Nom: AIGUA A GRANEL

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
- ☒ X Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

En els locals de restauració, s'ofereixi als clients servir aigua de botelles grans en lloc de posar ampelles petites d'un sol ús. Aquesta acció té com a objectiu principal reduir el consum de plàstic, promovent una opció més sostenible i responsable amb el medi ambient.

Però també en els comerços en general, promocionar les fonts d'aigua per a treballador/s i/o clients, evitant l'embotellat individual

Època prevista d'implementació:

Setembre 2024

Comunicació i difusió de les accions:

A quin públic ens dirigim:

☒ Ciutadania

☐ Agremiats i agremiades

☐ Altres (*especifica quins*):

☒ 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 (*cartells i/o
informació en paper*)

☐ Plataforma Decidim a
través de B+S

☐ Revista o butlletí

☒ Web

☐ Altres (*especifica quins*):

☐ Whatsapp i/o Telegram

Ampliació a memòria:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
_numero de local adherits__	10	___3___
_____		_____

Valoració:

Cal seguir treballant en l'educació i adaptació dels clients i establiments. la sostenibilitat requereix un compromís continu que pot necessitar més temps per integrar-se completament en la rutina diària dels consumidors i en les operacions dels locals.

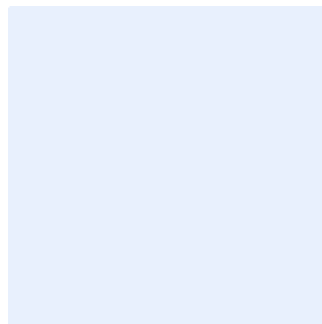
Punts forts o facilitats:

Els establiments han pogut adaptar-se relativament bé a la nova dinàmica, amb una mínima modificació en els seus processos.

Principals dificultats:

En alguns casos, els restaurants han hagut de reajustar els seus processos de servei per assegurar que les ampolles grans es mantenen accessibles i fàcilment manipulables.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya ha estat efectiva en sensibilitzar el públic sobre la reducció de plàstic i ha tingut un impacte positiu en la sensibilització dels clients i el personal dels establiments de restauració. Molts clients han valorat positivament la iniciativa, entenent-la com una mesura responsable i alineada amb els valors de sostenibilitat. No tots els establiments han comunicat de manera efectiva la iniciativa, el que ha generat certa falta de visibilitat en algunes zones.

Nom: MENYS PLÀSTIC, MÉS GRANEL

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
- ☒ X Compromís Barcelona Plàstic Zero

Explicació:

Oferir als clients bosses de roba reutilitzables com a alternativa a les bosses de plàstic, així com la possibilitat de comprar productes a granel, evitant l'ús excessiu d'envasos. A més, els productes adquirits es serveixen en bosses de paper, una opció més ecològica que el plàstic. Aquesta iniciativa té com a finalitat promoure una compra més responsable, reduir els residus i conscienciar els consumidors/es sobre la importància de fer eleccions més sostenibles per al medi ambient.

Època prevista d'implementació:

Gener 2024

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:

Paràmetre de mesura ^(?)	Valor inicial	Valor assolit:
_numero de bosses repartides__	1000	__1000__
Numero de botigues que tenen bosses de paper__	2	__10__

Valoració:

s'han distribuït totes les bosses en una gran varietat de comerços, abastant un ampli espectre de sectors. Els formats a granel no només són ecològics sinó que també són més còmodes per als clients, ja que poden comprar la quantitat que necessiten, i això abarateix el cost.

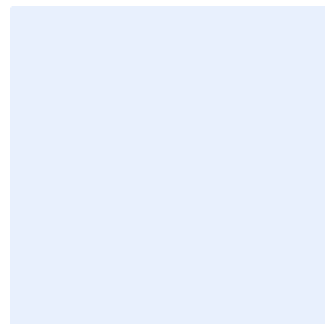
Punts forts o facilitats:

El repartiment a diversos comerços ha donat una bona visibilitat a la campanya, fet que ha augmentat el compromís de la comunitat amb les pràctiques sostenibles.

Principals dificultats:

En alguns comerços, la demanda de les bosses ha estat més alta de l'esperat, que no s'ha pogut assumir

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La pròpia bossa de coto es l'element de comunicació, es publica a xarxes que les botigues les repartiran en moments puntuals (nadal, ostres de comerç, etc...)

Els comerços amb producte a granel, cuiden molt la visibilitat d'aquests (pots grans i etiquetats, sacs grans i amb cartells atractius... els tenen molt a la vista perquè siguin l'atractiu de la botiga.

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
CAMPANYA DEL SILENCI	Numero fulletons repartits____	__1000__
	__numero espais lliures contaminacio acustica____	__6__
PORTA EL TEU ENVAS	__nombre comerços addherits/nombre comerços ____	__3__
	_____	_____
COMPRA AL BARRI	__numero de visualitzacions reels____	__185__
	__numero accions organitzades per impulsar el comerç de proximitat__	__15__
AIGUA A GRANEL	__numero de local adherits____	__3__
	_____	_____
¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.	__numero de bosses repartides____	__1000__
	Numero de botigues que tenen bosses de paper____	__10__