

# PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Associació de comerciants Carmel Comerç*

## 1. Dades de l'organització

Raó social:

Associació de comerciants Carmel Comerç

Sector  
d'activitat:

Empresa i organitzacions empresarials

Enllaç al Mapa  
B+S

<https://www.bcnsostenible.cat/web/punt/62a08cdc940cd72b698b4567>

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

Encarna Puig Moreno

Com s'ha  
elaborat?

Elaboració tècnica

En cas de seleccionar procés participatiu, expliqui breument com s'ha portat a terme:

Feu clic aquí per escriure text.

### 3. Accions per la sostenibilitat

**Nom:** Compra sense 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:

Repartiment a totes les botigues associades de bosses reutilitzables per a la compra diària. L'entrega es realitzarà amb un petit flyer adherit a la bossa explicant els beneficis per al medi ambient de la disminució de l'ús de bosses de plàstic.

Època prevista d'implementació:

2024

#### **Comunicació i difusió de les accions:**

A quin públic ens dirigim:

- Ciutadania
- Entitats del sector
- Associats i associades
- Agremiats i agremiades
- Comunitat educativa
- 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:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura <sup>(?)</sup>	Valor inicial	Valor assolit:
número de associats participants	112	112
Número de bosses repartides		5800

Valoració:

Aquesta campanya sempre té molt bon acolliment per part del públic a qui va dirigida

Punts forts o facilitats:

A l'ésser una campanya habitual els associats ja coneixen el format i ajuda al seu resultat final.

Principals dificultats:

No hi ha cap dificultat

Fotografies per evidenciar l'acció:



**Valoració de la campanya comunicativa:**

La campanya a nivell comunicatiu sempre és un èxit pel poder de convocatòria que hem adquirit amb el pas dels anys.

**Nom:** Donació solidària

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:

Carmel Comerç fa lliurament de 6 cafeteres pels pisos d'acollida per a pacients amb càncer de la Fundació Josep Carreras. El comerç del Carmel no s'entén sense el seu ADN solidari.

Època prevista d'implementació:

2024

**Comunicació i difusió de les accions:**

A quin públic ens dirigim:

- Ciutadania
- Entitats del sector
- Associats i associades
- Agremiats i agremiades
- Comunitat educativa
- Altres (*especifica quins*):  
**famílies d'acollida amb pacients amb càncer.**

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:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura <span>?</span>	Valor inicial	Valor assolit:
número de associats participants	112	112
Número de cafeteres repartides		8

Valoració:

Aquesta campanya sempre té molt bon acolliment per part del públic a qui va dirigida pel valor afegit que comporta aquesta acció de retorn social.

Punts forts o facilitats:

La resposta positiva dels associats i l'excel·lent acolliment dels destinataris.

Principals dificultats:

No hi ha cap dificultat

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La comunicació per whatsapp i correu electrònic és el mitjà més eficaç per a dur a terme la campanya d'informació a les nostres associats. A més a través de les nostres xarxes socials, web, revista expliquem el funcionament de l'acció donem visibilitat a aquesta iniciativa a les veïnes del barri.

**Nom:** Col·laboració banc d'aliments

Àmbit d'actuació  
prioritària:

El model alimentari

L'acció està relacionada amb:

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

Explicació:

Des de Carmel Comerç realitzem aquesta campanya de retorn social al barri del Carmel, perquè som part de la comunitat i tenim consciència de les necessitats actuals.

Per aquest motiu tots els nostres associats participen activament d'aquesta activitat.

Època prevista d'implementació:

desembre de 24

### **Comunicació i difusió de les accions:**

A quin públic ens dirigim:

- Ciutadania
- Entitats del sector
- Associats i associades
- Agremiats i agremiades
- Comunitat educativa
- 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*):  
Vídeo

## Ampliació a memòria:

Dades de l'acció:

Paràmetre de mesura <sup>(?)</sup>	Valor inicial	Valor assolit:
número de associats participants	112	112
Diners recaudats		1000€

Valoració:

Aquesta campanya sempre té molt bon acolliment per part del públic a qui va dirigida pel valor afegit que comporta aquesta acció de retorn social.

Punts forts o facilitats:

La resposta positiva dels associats i l'excel·lent acolliment dels destinataris.

Principals dificultats:

No hi ha cap dificultat

Fotografies per evidenciar l'acció:



**Valoració de la campanya comunicativa:**

La comunicació per whatsapp i correu electrònic és el mitjà més eficaç per a dur a terme la campanya d'informació a les nostres associats. A més a través de les nostres xarxes socials, web, revista i vídeo explicant el funcionament del banc d'aliments donem visibilitat a aquesta iniciativa a les veïnes del barri.