



PLANIFICACIÓ I SEGUIMENT DE LES ACCIONS PER LA SOSTENIBILITAT DE *Comerciants de Sant Genís dels Agudells*

1. Dades de l'organització

Raó social:	Associació de Comerciants de Sant Genís dels Agudells
Sector d'activitat:	Associatiu i cívic
Enllaç al Mapa B+S	https://www.bcn sostenible.cat/web/punt/associacio-de-comerciants-de-sant-genis-dels-agudells
Número de persones treballadores	Cap
Número de persones associades o agremiades	25-50

2. Dades del Pla de Sostenibilitat

Període de vigència:	2024-2025
Persona de contacte	Jesús Mir
Com s'ha elaborat?	Aprovació junta

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

--

3. Accions per la sostenibilitat

Nom: LA LLAVOR GROGA

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:

En el marc de la Comissió de Festes de Sant Genís, totes les entitats del barri, encapçalades pel Centre Cívic Casa Grogga organitzem una jornada de conscienciació de sostenibilitat, amb una gimcana adreçada a públic familiar on cada entitat del barri munta una prova relacionada amb la sostenibilitat. En el nostre cas, va ser pensada sobre reciclatge dels productes que es poden comprar als comerços associats "A quin contenidor va?"

Època prevista d'implementació:

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
(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:
Veïns i veïnes participants	0	850
Socis participants	0	29

Valoració:

L'acte es va fer amb molt èxit de públic, especialment per part de nens i nenes que, en sortir de l'escola es van adreçar a la plaça on estava muntada la gimcana i hi van participar amb molt d'interès.

Punts forts o facilitats:

La col·laboració de totes les entitats participants i, especialment, la implicació del C.Cívic Casa Grogà.

Principals dificultats:

Trobar un element representatiu de cada comerç que sigui reciclable pel públic general.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La campanya es va fer bàsicament a través de XXSS i la web de l'entitat així com per la resta d'entitats participants. Les escoles interpel·lades van respondre molt activament i van animar els seus alumnes a participar-hi en sortir de classe.

Nom: BOSSES DE COMPRA

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:

L'Associació va repartir entre els seus socis i sòcies bosses de la compra amb el logo de totes les associacions de comerciants del districte i amb el lema "Comerç local, compra a prop, Fem barri!", amb l'objectiu d'incentivar l'ús de bosses reutilitzables i reduir el consum de bosses de plàstic.

Època prevista d'implementació:

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:
Veïns i veïnes implicats	0	700
Comerços participants	0	29

Valoració:

Va ser tot un èxit. Les bosses van ser molt ben rebudes tant pels comerciants com pels veïns i veïnes que les van rebre.

Punts forts o facilitats:

La qualitat de la bossa i l'impacte que ha tingut (es veu a la gent duent-la pel barri).

Principals dificultats:

El cost de producció de les bosses: sense la col·laboració de districte no hagués estat possible.

Fotografies per evidenciar l'acció:



Valoració de la campanya comunicativa:

La comunicació es va fer bàsicament per XXSS i la distribució amb la col·laboració del boca-orella dels propis comerciants amb veïns i veïnes.

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
LA LLAVOR GROGA	Veïns i veïnes participants	850
	Socis participants	29
BOSSES DE COMPRA	Veïns i veïnes implicats	700
	Comerços participants	29