

18.4

Promoció de mercats i botigues de segona mà

fitxes

metodològiques per al càlcul dels potencials i els objectius de prevenció dels residus municipals

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



DADES DE REFERÈNCIA

Codi	Llista d'actuacions	Àmbit territorial	Generació	Factor de reducció potencial	Factor de reducció objectiu	Participació
VL_A.18.4_1	El mercat d'intercanvi	Catalunya (Girona)				
VL_A.18.4_2	Botiga gratis Spermola	Catalunya (Manresa)				
VL_A.18.4_3	Mercats de segona mà i ús compartit de productes a Sitges	Catalunya (Sitges)				
VL_A.18.4_4	Mercat de segona mà	Catalunya (Celrà)				
VL_A.18.4_5	Garage sale second hand (flea) market	Suècia (Ronneby Nrunn)				

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



1) EL MERCAT D'INTERCANVI			
GENERACIÓ (G)	FACTOR DE REDUCCIÓ POTENCIAL (fr _{pt})	FACTOR DE REDUCCIÓ OBJECTIU (fr _o)	PARTICIPACIÓ (p)
-	-	-	-
Àmb. territ.	Catalunya (Girona)		
Data	Des del 2006		
Document	Recerca bibliogràfica d'experiències de prevenció de residus municipals. Propostes i línies d'actuació als municipis de l'EMSHTR		
Font	-		
Codi	VL_A.18.4_1		

Resum del projecte

L'Ajuntament de Girona impulsa, des de l'any 2006, la celebració de diversos mercats d'intercanvi a la ciutat. Els resultats de la iniciativa han estat molt positius i la participació ha anat en augment des dels seus orígens.

Metodologia i instruments

Se celebren cinc mercats anuals (quatre antigament) a diversos barris del municipi i en diferents moments de l'any. Quantificar la participació i el volum o pes dels materials intercanviats és molt laboriós, per la qual cosa s'ha optat per fer un seguiment del nombre de taules i cadires demandades pels participants per exhibir-hi els objectes.

Dades destacades

L'objectiu de reducció és del 20 % (reduir un 30 % de RAEE, un 10 % de roba i un 10 % de ferralla). Segons l'organització, la demanda total de taules va ser de 358 l'any 2009, amb una mitjana de més de 70 taules per mercat celebrat, en comparació de les 27 inicials de la primera edició. La participació s'ha incrementat molt, un 160 % en tres anys, de 27 a 70 taules per mercat. Per a aquesta acció, el millor indicador de seguiment i d'avaluació és el nombre de taules amb materials exposats (dades extretes de l'Ajuntament de Girona):

- 2006: 108 taules (27 taules/mercat)
- 2007: 226 taules (56,5 taules/mercat, increment del 109,26 %)
- 2008: 295 taules (73,75 taules/mercat, increment del 30,52 %)
- 2009: 358 taules (71,6 taules/mercat, increment del 21,36 %)
- 2010: 433 taules (86,6 taules/mercat, increment del 20,95 %)

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



2) BOTIGA GRATIS SPERMOLA

GENERACIÓ (G)	FACTOR DE REDUCCIÓ POTENCIAL (fr _{pt})	FACTOR DE REDUCCIÓ OBJECTIU (fr _o)	PARTICIPACIÓ (p)
-	-	-	-
Àmb. territ.	Catalunya (Manresa)		
Data	Des del 2006		
Document	Recerca bibliogràfica d'experiències de prevenció de residus municipals. Propostes i línies d'actuació als municipis de l'EMSHTR		
Font	-		
Codi	VL_A.18.4_2		

Resum del projecte

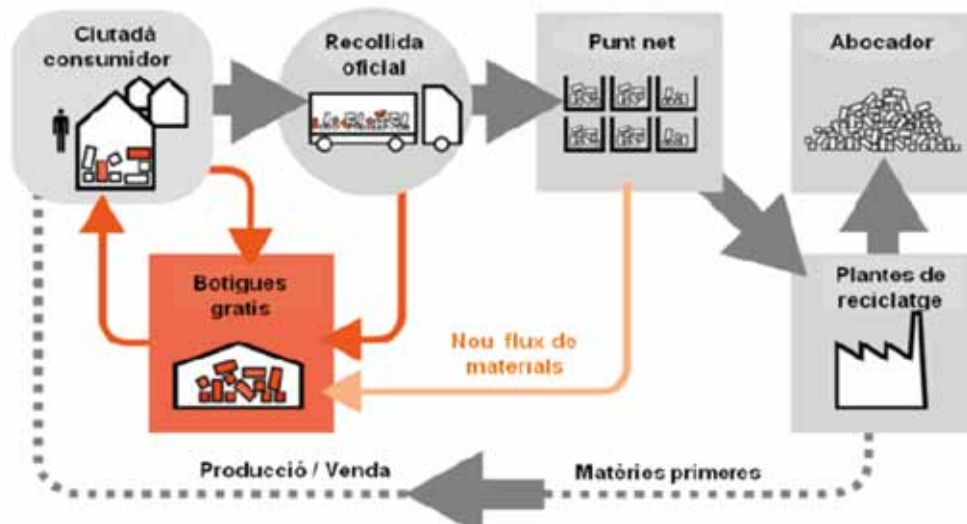
Sperrmüll fa referència a la part de les escombraries que no té cap cubell estàndard. Aquesta arrel lèxica ha donat nom a la botiga (Spermola).

Els objectes que s'hi mostren són recollits pel carrer coincidint amb la brigada municipal de recollida de voluminosos, en col·laboració amb els camions de recollida. També s'accepten donacions de ciutadans. La iniciativa es potencia també per mitjà de la rehabilitació d'espais en desús, com ara l'Auditori de Sant Francesc, una antiga església, i amb la realització de tallers de reutilització creativa de mobles i d'aparells elèctrics i informàtics.

Spermola forma part d'una prova pilot per comprovar la viabilitat del projecte a una escala més gran.

Metodologia i instruments

A la figura següent s'observen els fluxos de material que s'estableixen amb aquest tipus d'iniciativa:



Esquema 1. Font: Recerca bibliogràfica d'experiències de prevenció de residus municipals. Propostes i línies d'actuació als municipis de l'EMSHTR.

Dades destacades

El projecte és una prova pilot que s'està duent a terme en l'actualitat i que permetrà valorar la viabilitat de l'experiència. Per tant, encara no s'han pogut mostrar els resultats.

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



3) MERCATS DE SEGONA MÀ I ÚS COMPARTIT DE PRODUCTES A SITGES

GENERACIÓ (g)	FACTOR DE REDUCCIÓ POTENCIAL (fr _{pt})	FACTOR DE REDUCCIÓ OBJECTIU (fr _o)	PARTICIPACIÓ (p)
-	-	-	-
Àmb. territ.	Catalunya (Sitges)		
Data	Novembre del 2008		
Document	Mercats de segona mà i ús compartit de productes a Sitges		
Font	ENT		
Codi	VL_A.18.4_3		

Resum del projecte

L'objectiu del projecte és establir mecanismes que permetin millorar la quantitat d'ús de determinats productes i evitar que productes amb un ús escàs durant la seva vida útil s'acabin convertint en una gran quantitat de residus.

El projecte consta de dos eixos de treball interrelacionats, que tenen lloc en dos àmbits «físics» diferents:

Les noves tendències en la compra i l'intercanvi o ús compartit mitjançant la creació d'un mercat virtual d'intercanvi i d'ús compartit de productes.

Les orientacions tradicionals en la compra i l'intercanvi mitjançant el mercat d'intercanvi i compravenda, que tindrà lloc en un espai públic.

Metodologia i instruments

El mercat està ubicat en un lloc cèntric accessible amb transport públic. Per facilitar la càrrega i descàrrega i l'aparcament dels participants s'habilita una zona reservada als participants del mercat.

Per participar no és necessari inscriure's prèviament, però es pot fer una reserva prèvia per telèfon o correu electrònic.

Dades destacades

A continuació es mostren els resultats obtinguts:

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



	Hivern	Primavera	Estiu	Tardor	Total
Parades	83	95	92	188	
Assistents	1.500	1.500	1.000	2.000	6.000
Total productes	0	1.876	833	4.904	7.613
Composició	?				
Roba, sabates i complements		35 %	22 %	35 %	34 %
Llibres, música i DVD		22 %	19 %	17 %	18 %
Jocs i joguines		17 %	21 %	11 %	14 %
Coses de nens		9 %	12 %	11 %	11 %
Decoració i coses de casa		9 %	10 %	13 %	12 %
Tecnologia (mòbils, videojocs, etc.)		5 %	7 %	5 %	5 %
Antiguitats, col·leccionisme		4 %	9 %	8 %	7 %
Total per flux					
Roba, sabates i complements		657	183	1.716	2.556
Llibres, música i DVD		413	158	834	1.405
Jocs i joguines		319	175	539	1.033
Coses de nens		169	100	539	808
Decoració i coses de casa		169	83	638	890
Tecnologia (mòbils, videojocs, etc.)		94	58	245	397
Antiguitats, col·leccionisme		75	75	392	542

Taula 1. Font: ENT, Mercats de segona mà i ús compartit de productes a Sitges.

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



4) MERCAT DE SEGONA MÀ			
GENERACIÓ (G)	FACTOR DE REDUCCIÓ POTENCIAL (fr _{pt})	FACTOR DE REDUCCIÓ OBJECTIU (fr _o)	PARTICIPACIÓ (p)
-	-	-	-
Àmb. territ.	Catalunya (Celrà)		
Data	2006		
Document	Mercat de segona mà		
Font	Tirgi		
Codi	VL_A.18.4_4		

Resum del projecte

Tirgi és una entitat d'iniciativa social que gestiona el Centre Especial de Treball i té la voluntat de promoure projectes socials i mediambientals sostenibles.

Un dels principals projectes és un mercat de segona mà, que pretén donar sortida a molts dels residus i materials que arriben a la deixalleria i que un cop restaurats poden ser reutilitzats. D'aquesta manera, s'aconsegueix allargar la vida útil del residu i, al mateix temps, donar formació a un col·lectiu de persones afectades per discapacitat intel·lectual i malaltia mental.

Metodologia i instruments

Dels residus que arriben a la deixalleria se'n fa una primera selecció separant el material susceptible de ser recuperat segons la tipologia (mobles, cartró, ferralla, neveres, roba, ferralla electrònica, pneumàtics, etc.). Un cop triat, passa a formar part del taller de restauració, on s'arregla i es transforma per poder ser inclòs al mercat de segona mà.

El material, un cop arreglat, s'utilitza per cobrir les necessitats dels col·lectius més desafavorits i amb pocs recursos o es posa a la venda al mercat de segona mà.

Per fer el seguiment del servei, s'elabora un registre d'entrades per a tots aquells residus que arriben a la deixalleria. També s'elabora un rebut específic de tots els objectes que surten una vegada restaurats o condicionats.

Els materials utilitzats en la campanya de comunicació són:

- Fullet informatiu del servei.

- Retolació de la caseta.

- Publicitat estàtica.

- Enviament d'una carta explicativa a tots els alcaldes del Gironès per presentar el projecte, informar de la seva inauguració i donar a conèixer els avantatges d'utilitzar el servei.

Dades destacades

Des de l'inici del projecte, el dia 3 de març de 2007, fins al 31 d'octubre de 2007, s'han comptabilitzat 470 sortides, entre vendes i cessions a diferents entitats, majoritàriament mobles, decoració, parament de la llar i els anomenats *línia blanca*. Es pot dir que un 95 % d'aquests productes han estat arreglats i només en el 5 % ha calgut fer algun tipus de restauració. Gràcies a aquest projecte s'ha evitat que 4,5 t vagin a l'abocador.

18.4 Promoció de mercats i botigues de segona mà



5) GARAGE SALE SECOND HAND (FLEA) MARKET			
GENERACIÓ (G)	FACTOR DE REDUCCIÓ POTENCIAL (fr _{pt})	FACTOR DE REDUCCIÓ OBJECTIU (fr _o)	PARTICIPACIÓ (p)
-	-	-	-
Àmb. territor.	Suècia (Ronneby Nrunn)		
Data	Des del 1984		
Document	Mapping report on waste prevention practices in territories within EU27		
Font	Karlskrona Municipality		
Codi	VL_A.18.4_5		

Resum del projecte

Mercat de segona mà.

Metodologia i instruments

Cada diumenge, un centenar de venedors porten els trastos que no necessiten per vendre a milers de persones provinents de tot el sud de Suècia.

Dades destacades