REALITZACIÓ DE CAMPANYES DE SENSIBILITZACIÓ QUE INCORPORIN ELS BENEFICIS AMBIENTALS I ECONÒMICS DE LA RECOLLIDA SELECTIVA

Fraccions a les quals incideix l'actuació

L'actuació té incidència en les fraccions *matèria orgànica, paper-cartró, envasos lleugers, vidre* i *resta*.

Categoria a la qual incideix l'actuació

L'actuació té incidència sobre la *recollida selectiva*.

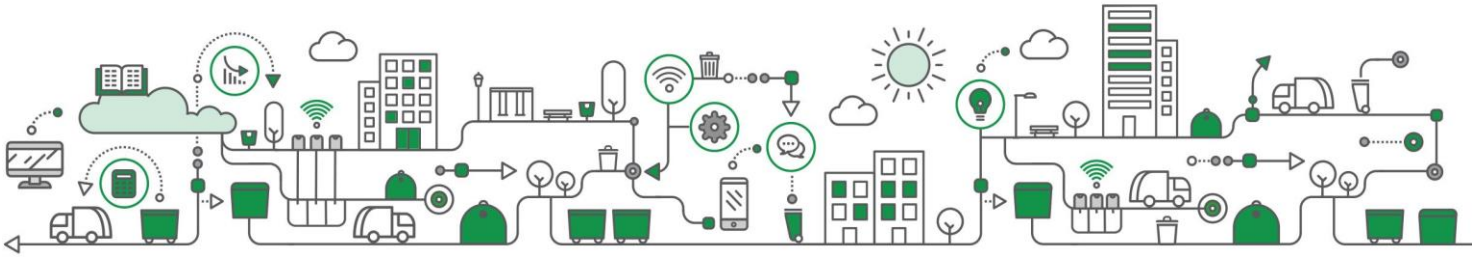
Tipus d'actuació

L'actuació és d'*informació i comunicació*.

Justificació

Les accions d'informació i comunicació són un dels instruments que les administracions poden utilitzar amb l'objectiu que els diferents actors (ciutadans, activitats comercials, etc.) adoptin comportaments i hàbits d'acord amb els principis del reciclatge.

En aquest sentit, les campanyes han esdevingut una eina d'utilitat per informar i sensibilitzar la població sobre la importància de dur a terme la recollida selectiva. No obstant això, alguns tècnics municipals opinen que mitjançant la realització de campanyes únicament de caràcter informatiu és difícil que es pugui augmentar els percentatges de recollida selectiva, atès que els ciutadans ja estan suficientment informats sobre la importància de fer el reciclatge i quin residu ha d'anar a cada contenidor.



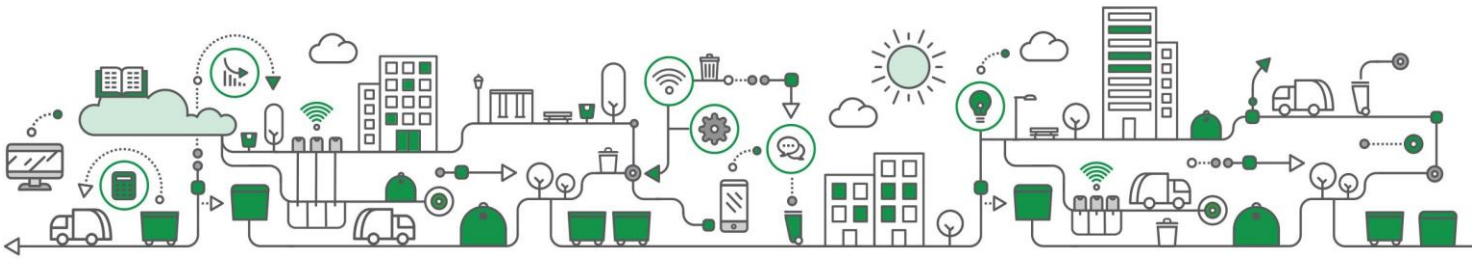
En aquest context, prenen importància les campanyes de sensibilització que van més enllà, incorporant els beneficis ambientals i econòmics associats a la realització de la recollida selectiva.

Descripció

Les campanyes de sensibilització fomenten conductes responsables que ajuden a cuidar el medi ambient. Existeixen diferents modalitats de campanyes, la classificació de les quals es pot fer en funció del canal utilitzat (campanyes presencials, bustiada, etc.), del públic objectiu (adults, escolars, tercera edat, activitats comercials, etc.), dels mitjans utilitzats pel seu desenvolupament, etc.

Es recomana la realització de campanyes de sensibilització que incorporin els beneficis ambientals i econòmics associats a la realització de la recollida selectiva. S'ha de destacar que habitualment les campanyes de caràcter presencial acostumen a ser més efectives.

Figura 1. Campanya "Envàs, on vas? Aprèn a millorar el teu reciclatge": exemple de campanya on s'expliquen els beneficis ambientals de realitzar la recollida selectiva. Font: Ajuntament de Molins de Rei.



Alguns dels missatges sensibilitzadors de caire ambiental que es poden incorporar a les campanyes són els següents:

- Estalvi de matèries primeres gràcies al reciclatge d'una tona de vidre, paper-cartró, envasos lleugers i matèria orgànica.
- Reducció de les emissions de CO_2 equivalent gràcies al reciclatge.
- Quins productes es poden obtenir gràcies al reciclatge d'una determinada quantitat de residus de vidre, paper-cartró o envasos lleugers.
- Quantitat de compost que es pot obtenir a partir d'una determinada quantitat de matèria orgànica recollida selectivament.

Figura 2. Guia de residus de Canet de Mar on s'expliquen els beneficis ambientals de realitzar la recollida selectiva. Font: Ajuntament de Canet de Mar.

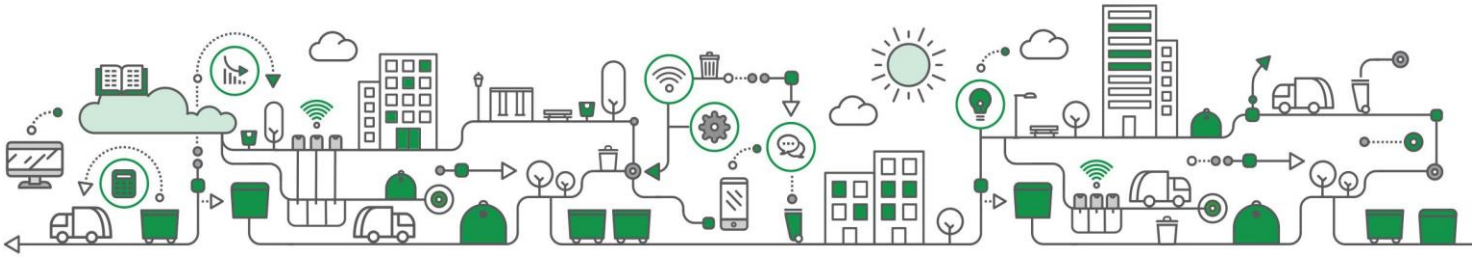


Figura 3. Campanya "Separa bé l'orgànica": exemple de campanya on s'esmenten els costos econòmics de no realitzar la recollida selectiva. Font: Ajuntament de Tarragona, 2015.

Per altra banda, alguns dels missatges sensibilitzadors de caire econòmic que es poden incorporar a les campanyes són els següents:

- Mostrar explícitament i de forma visual que no realitzar la recollida selectiva surt molt car a nivell econòmic.
- Cost associat a una bossa d'orgànica no reciclada correctament.
- Cost de tractament de cadascuna de les fraccions.
- Cost del cànon sobre la disposició del rebuig.

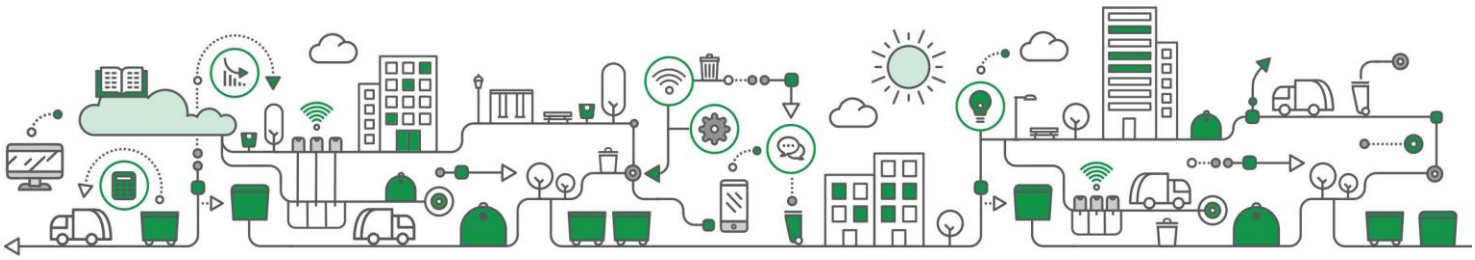


Figura 4. Exemples de campanyes on es mostren missatges sobre els costos econòmics: Mancomunitat Pla de Mallorca (esquerra, part superior); Consorci València Interior (dreta, part superior); i, Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres (part inferior).

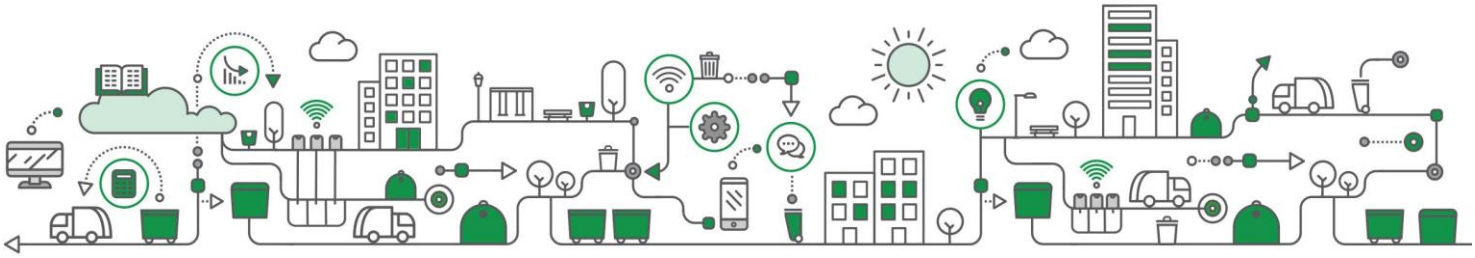
Zona d'implementació recomanada

L'actuació es pot desenvolupar en qualsevol tipus de municipi.

Mitjans necessaris

Els mitjans necessaris per a la implementació d'aquesta actuació són variables en funció de com es defineixi la mateixa. D'aquesta forma, es pot requerir:

- Editar materials impresos: fulletons, tríptics, cartells, OPIS, etc.
- Editar objectes específics per al desenvolupament de la campanya: adhesius, imants, merchandising, etc.



- Habilitar una pàgina web, jocs multimèdia, etc.
- Organitzar punts d'informació, tallers, exposicions, etc.
- Si es realitza una campanya de proximitat porta a porta s'haurà de recórrer a educadors ambientals.

Beneficis i resultats potencials

Mitjançant aquesta actuació s'hauria de consolidar l'hàbit de reciclar, donant lloc a un increment de la recollida selectiva que vagi més enllà del període postcampanya.

Amenaces

No es contemplen amenaces.

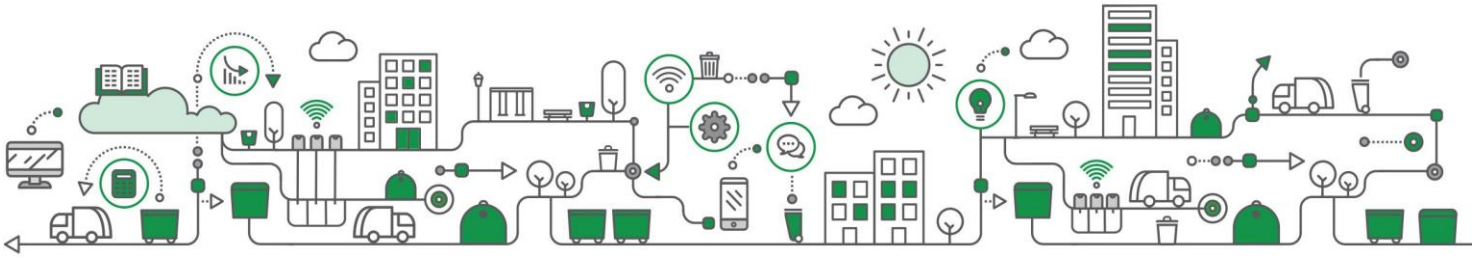
Costos

Els costos associats a la implementació d'aquesta actuació són variables en funció de com es defineixi la campanya (per exemple, el nombre de persones que conformen el públic objectiu, si té lloc l'edició de materials, si es recorre a educadors ambientals, etc.).

Fonts de finançament

Aquesta actuació s'hauria de finançar a través de fonts propis de l'Ajuntament. No obstant això, part de la mateixa es pot finançar a través dels fons de comunicació del conveni d'Ecoembes i Ecovidrio, sempre i quan es tingui el vist i plau d'aquestes entitats.

Addicionalment, cal destacar que en el cas d'assolir millors resultats de recollida selectiva i, conseqüentment reduir la quantitat de fracció resta, es podria millorar el finançament en l'àmbit dels residus gràcies al retorn del cànon de l'Agència de Residus de Catalunya i dels Sistemes Integrats de Gestió (Ecoembes i Ecovidrio).

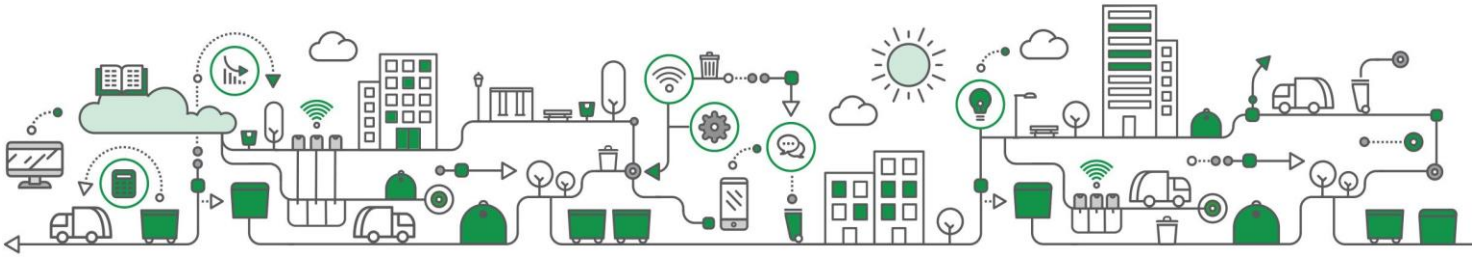


Indicador de seguiment

- Evolució del percentatge de recollida selectiva els mesos posteriors a la realització de la campanya (unitats: %).

Municipis on s'ha implementat l'actuació

Aquesta actuació s'ha implementat en municipis com Castellbisbal (12.277 habitants; Vallès Occidental), Molins de Rei (25.359 habitants; Baix Llobregat), Torrelles de Llobregat (5.933 habitants; Baix Llobregat), El Papiol (4.075 habitants; Baix Llobregat), Canet de Mar (14.284 habitants; Maresme), explicant els beneficis ambientals associats a la realització de la recollida selectiva. Per altra banda, també s'ha implementat en municipis com Sant Andreu de Llavaneres (10.663 habitants; Maresme), així com per entitats supramunicipals com el Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre, explicant els beneficis econòmics associats a la realització de la recollida selectiva.

Bibliografia d'interès

- Catàleg d'idees de campanyes. Ecoembes.
- Díptic de la campanya "*Envàs on vas? Aprèn a millorar el teu reciclatge*". Ajuntament de Castellbisbal, Ajuntament de Molins de Rei, Ajuntament de Torrelles de Llobregat i Ajuntament del Papiol.
- Díptic de la campanya "*Separa bé l'orgànica*". Ajuntament de Tarragona, 2015.
- Manual tècnic de comunicació efectiva sobre residus per a entitats locals. Federación Española de Municipios y Provincias.