

REALITZACIÓ DE CAMPANYES DE SENSIBILITZACIÓ QUE INCORPORIN INCENTIUS DIRECTES PELS USUARIS

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 que van més enllà, com per exemple les que ofereixen un incentiu directe als ciutadans, ja sigui de forma econòmica o bé en espècies.



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.

La realització de campanyes de sensibilització que incorporin un incentiu directe pels ciutadans, té com a objectiu motivar els ciutadans a realitzar correctament la recollida selectiva, utilitzant com a estímul per aconseguir la seva participació l'incentiu ofert. En aquest sentit, es recomana que l'incentiu sigui comú per tot el municipi, podent ésser escollit mitjançant la participació ciutadana. Algunes idees d'incentius que es poden oferir als ciutadans són: rehabilitació o construcció d'un parc infantil, rehabilitació d'instal·lacions esportives, finançar projectes socials o culturals, etc.

La campanya a desenvolupar hauria de consistir en posar un repte als seus ciutadans relacionat amb l'àmbit dels residus, l'assoliment del qual tindria com a recompensa per la ciutat poder gaudir de l'incentiu escollit.



Figura 1. Parc infantil de Mr. Iglú, essent l'incentiu de la campanya "Contenedor de oro" d'Ecovidrio, la qual consisteix en organitzar una competició que es fonamenta en aconseguir ser el municipi que més augmenta la taxa de recollida selectiva d'envasos de vidre en relació a l'any anterior (esquerra); i, parc infantil a l'Ampolla, al ser el municipi del Baix Ebre que més envasos i vidre va recollir durant el 2014. Font: Ecovidrio i Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre, 2017.



Els reptes que es poden proposar des dels ens locals són variables en funció dels objectius del mateix. A continuació se'n citen alguns:

- Augmentar el percentatge de recollida selectiva bruta fins a un valor determinat durant un període de temps donat.
- Disminuir el percentatge d'impropis en alguna de les fraccions fins a un valor determinat durant un període de temps donat.
- Disminuir la generació de residus per habitant fins a un valor determinat durant un període de temps donat.

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.
- Premi o incentiu.



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

La principal amenaça associada a aquesta actuació és que la gent segueixi sense participar als esquemes de recollida selectiva degut a què l'incentiu no sigui suficientment atractiu.

Costos

Els costos associats a la implementació d'aquesta actuació són variables en funció de com es defineixi la campanya (per exemple, quin és l'incentiu, 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.

Adicionalment, 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

L'indicador de seguiment és variable en funció del repte que es proposi:

- Evolució del percentatge de recollida selectiva durant el període en què es realitza la campanya i a posteriori (unitats: %).
- Evolució del percentatge d'impropis durant el període en què es realitza la campanya i a posteriori (unitats: %).
- Evolució de la generació de residus durant el període en què es realitza la campanya i a posteriori (unitats: kg/hab/dia).

Municipis on s'ha implementat l'actuació

Aquesta actuació s'ha implementat en municipis com Camprodon (2.221 habitants; Ripollès) amb el repte de "ReSíClar", Arenys de Mar (15.253 habitants; Maresme) arran de l'ampliació de la recollida porta a porta de l'orgànica, Reus (103.615 habitants; Baix Camp) amb la campanya "*I tu, per què recicles?*", així com a entitats supramunicipals com el Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre i el Consell Comarcal del Pallars Sobirà. A la resta de l'Estat Espanyol també s'ha implementat en municipis com Torrelodones (23.123 habitants; Comunitat de Madrid) amb la campanya "*Buscando a Reciclador*", a Granadilla de Abona (45.332 habitants; Illes Canàries) amb les campanyes "*Danos la Lata*", "*Envases Solidarios*", "*Juega Limpio con tus Envases*" i "*Yo Reciclo*".

Una altre experiència destacable que s'ha realitzat últimament és la campanya "*El contenedor de oro*", una iniciativa d'Ecovidrio desenvolupada a diferents comunitats de la resta de l'Estat Espanyol.

Bibliografia d'interès

- Catàleg d'idees de campanyes. Ecoembes.
- Manual tècnic de comunicació efectiva sobre residus per a entitats locals. Federación Española de Municipios y Provincias.
- Pàgina web de la campanya Contenedor de Oro: <http://elcontenedordeoro.es>

