



# Projecte LIFE08 INF/E/000187

Febrer 2010



Àrea Metropolitana de Barcelona  
Entitat del Medi Ambient

Anna González Batlle

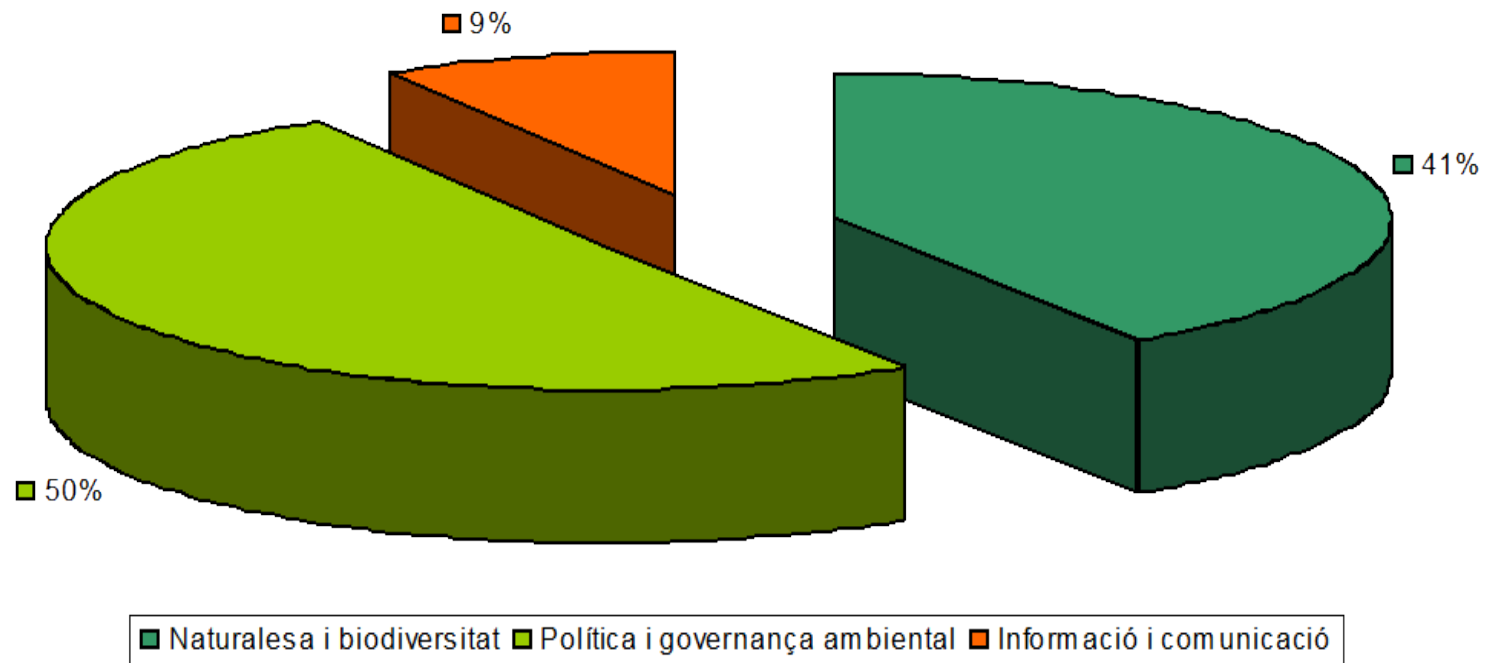
# Sumari

- Què són els projectes LIFE+
- EL PROJECTE COR
  - Dades generals
  - El problema ambiental identificat
  - Els objectius
  - Les accions i mitjans per assolir els objectius: la CAMPANYA DE COMUNICACIÓ i altres
  - La gestió ambiental
  - Els instruments de comunicació
  - Els stakeholders



# Un dels 17 projectes aprovats

## Projectes LIFE+ 2008



**Només 17 dels 196 projectes aprovats són de comunicació (8,6%)**

**Es van presentar 98 projectes de comunicació**



# Què és LIFE+?

- LIFE+ és l'instrument financer de la Comunitat Europea per a donar suport a la política ambiental comunitària per al període 2007-2013
  - LIFE+ Naturalesa i Biodiversitat
  - LIFE+ Política i Governança Ambiental
  - **LIFE+ Informació i Comunicació**



# LIFE+ Informació i Comunicació

- Projectes dirigits a desenvolupar **campanyes de conscienciació i accions de comunicació sobre qüestions ambientals.**
  - Nacionals o transnacionals
  - Relacionats amb la implementació, l'actualització i el desenvolupament de la política i legislació ambiental de la UE en temes com la naturalesa i la biodiversitat, l'aigua, l'energia, els **residus** o el canvi climàtic
- Projectes per la prevenció d'incendis forestals



# Disseny d'un projecte LIFE+ INF

- Identificar el **problema ambiental**
- Definir
  - els **objectius a assolir** (segons els criteris SMART: específics, mesurables, assolibles, rellevants i oportuns)
  - el **públic objectiu**
  - les **accions** que permetran assolir els objectius
  - Els **indicadors** que permetran mesurar l'impacte tant en el target com en el problema identificat. El progrés assolit haurà de comparar-se amb la situació prèvia a l'inici del projecte.




Projecte LIFE08 INF/E/000187

=

Projecte **COR**

Campanya Objectiu Residus

**C**  **R**

**Campanya Objectiu Residus**





## Campanya Objectiu Residus

- **3 anys:**  
de l'1 de gener de 2010 al 31 de desembre de 2012
- **1.612.428€** , amb el 50% cofinançat
- Objectius (31 de desembre de 2012)
  - **40% de recollida selectiva** (+ 8 punts respecte el 2007)
  - **90% dels residus tractats** (52.20% el 2007)



# Problema ambiental identificat

- La ciutadania no associa els residus com un dels principals problemes ambientals (neteja, civisme)
- No hi ha consciència del volum (pes) de residus que es genera
- Es desconeix el destí i posterior tractament dels seus residus
- Aquest desconeixement i les *llegendes urbanes* afecten la credibilitat del sistema i limiten la separació dels residus a la llar



# Objectiu 1

- Difondre la Directiva Marc i la seva meta: LA SOCIETAT EUROPEA DEL RECICLATGE, i en conseqüència els objectius del PMGRM 2009/2016
  - Disminució de la generació (accions de prevenció i reutilització)
  - Obtenció del màxim aprofitament material dels residus, potenciant les recollides selectives
  - Valorització de la fracció resta (recuperació material i valorització energètica)



# Objectiu 2

- Millorar la comprensió del trinomi recursos – productes- residus
- Conscienciar de la necessitat d'un **sistema de gestió sostenible** que possibiliti la valorització material i energètica dels residus i que contribueixi a la **mitigació del canvi climàtic**



# Objectiu 3

- **Mostrar que l'acció de la ciutadania és imprescindible per assolir els objectius de la DM i del PMGRM**
- **Motivar els ciutadans i ciutadanes perquè modifiquin hàbits i incorporin la correcta gestió domèstica dels residus en la seva rutina diària compartida per tots els membres de la unitat familiar**



# Públic objectiu

- Població urbana, **adulta**, que viu en un entorn metropolità, en ciutats compactes i denses, incorporant la visió de gènere
  - Especialment, joves-adults (fins a 35 anys), internautes, informats en matèria de residus que no han incorporat la separació com un hàbit personal

Treball preparatori: estudi IERMB



# Accions i mitjans per assolir els objectius

- C1/ CAMPANYA DE COMUNICACIÓ
- C2/ VISITES A LES PLANTES DE TRACTAMENT
- C3/ SEMINARIS, TALLERS I XERRADES
- C4/ PROGRAMA SENSIBILITZACIÓ per a FOMENTAR PARTICIPACIÓ ASSOCIACIONS
- SEMINARI EUROPEU



# Accions i mitjans

## CAMPANYA DE COMUNICACIÓ (1)

- Notòria
- Participativa
- Empàtica
- Noticiable
- Mesurable

### – EMOTIVA

Crear emocions. Crear complicitats

Utilitzar missatges, formats i canals **no habituals**



# Accions i mitjans

## CAMPANYA DE COMUNICACIÓ (2)

- **Gran esdeveniment** (físic i no efímer en un punt del territori metropolità)
  - Tret de sortida pública
  - Seminari amb les àrees metropolitanes d'Espanya i Portugal (+ISR)
- **Campanya virtual** (web 2.0, xarxes socials, màrqueting digital i viral)





# Accions i mitjans

## CAMPANYA DE COMUNICACIÓ (3)

- **Campanya virtual**
  - conversar – col·laborar – compartir (web 2.0)
  - **Microsite** (empàtic i simpàtic + racional)
  - **Vídeo digital** (tv locals, microsite, youtube)
  - **Accions especials de carrer**

Monitoritzat i immaterial

Pla de mitjans/notorietat



Àrea Metropolitana de Barcelona  
Entitat del Medi Ambient

Anna González Batlle



# Altres accions i mitjans

- C2/ VISITES A LES PLANTES DE TRACTAMENT
- C3/ SEMINARIS I XERRADES
- C4/ PROGRAMA DE SENSIBILITZACIÓ PER A FOMENTAR LA PARTICIPACIÓ D'ENTITATS EN LA REDUCCIÓ I LA CORRECTA GESTIÓ DELS RESIDUS
  
- SEMINARI EUROPEU
  - Tancament del projecte
  - Tècnics de comunicació d'una vintena d'àrees metropolitanes o grans ciutats europees (i espanyoles -seminari inici-)
  - 2 dies a càrrec de l'EMA
  - Transferible, transnacional



Accions i mitjans

# Control d'emissions i petjada ecològica

- **Pla metropolità de sostenibilitat 2008-2012 / EMAS**
- Mesures concretes del projecte
  - El disseny de la campanya (virtual)
  - Les visites (accions 0.5 i 3.5 del Pla)
  - Els actes (festes i fires sostenibles)
  - Les publicacions (Guia publicacions)
  - Seminaris i reunions (web-cams)
  - Viatges (ave i compensació emissions)
  - **Dades ambientals metropolitanes**  
(indicadors)



# Instrumentes de comunicació del projecte i dels seus resultats

- Accions obligatòries
  - Pàgina web del projecte (3 idiomes)
  - Logotip i cartells LIFE+ en totes les activitats i productes
  - Informe Layman (memòria final reduïda amb llenguatge per a públic no especialitzat)
- Accions no obligatòries
  - treballs en mitjans de comunicació, presència en seminaris i congressos, publicacions sobre el projecte i els seus resultats, etc



# Els stakeholders

## Principals agents

- Els 33 municipis metropolitans
- La Generalitat de Catalunya (ARC)
- Les empreses concessionàries
- Les àrees metropolitanes d'Espanya i Portugal
- ISR
- Les associacions de veïns (CONFAVC)
- I també: sindicats, universitats, escoles d'adults, consumidors, etc...



# L'equip

- Project manager (responsable del projecte i supervisor)
- Project officer (tècnic gestor del projecte)
- Financial responsable (control econòmic i informes)
- Suport administratiu
- Suport en matèria de relacions internacionals
- Suport informàtic i de comunicació
- Suport en matèria d'imatge
- Gestió ambiental....
- **TOTA L'ORGANITZACIÓ**
  
- Assistències externes (+ convenis)

