

RESUM DE LA JORNADA SOBRE COMUNICACIÓ PER AL FOMENT DE LA RECOLLIDA SELECTIVA DE RESIDUS D'ENVASOS

Lloc de realització: Centre de Fires i Convencions de Sabadell
Data: 27 de setembre de 2007

L'obertura de la jornada va anar a càrrec de la Sra. **Genoveva Català**, gerent de l'Agència de Residus de Catalunya, el Sr. Frederic **Ximeno**, Director General de Polítiques Ambientals del Departament de Medi Ambient i Habitatge i el Sr. **Francisco Bustos**, regidor de l'espai públic de l'Ajuntament de Sabadell.

Per part de la Sra. Genoveva Català es van exposar els objectius de la jornada i la importància del treball en equip del grup de comunicació format per tots els agents implicats en la recollida selectiva. Va remarcar com un dels objectius la valoració de les accions fetes fins al moment i establir línies estratègiques per al futur de les campanyes de comunicació, a fi de desenvolupar nous continguts en temes de comunicació.

El Sr. Frederic Ximeno va apuntar que som responsables tant a nivell de generadors de residus com en la protecció del medi ambient, i que per tant, cal estar en línia amb les polítiques europees i unificar esforços, sobretot amb els sistemes integrats de gestió. Va exposar que un consum responsable, una bona gestió de residus i les campanyes de difusió són elements crucials en la lluita contra el canvi climàtic. I va instar a noves edicions d'aquesta jornada per tal que no es quedés en un punt i a part.

El Sr. Francisco Bustos va fer èmfasi en el treball a nivell local; sobretot des dels ajuntaments, les entitats i les associacions, per tal d'aconseguir un bon foment de la recollida selectiva i va agrair que fos Sabadell l'escollida per a realitzar aquesta trobada de tècniques en comunicació.

GRUP DE TREBALL DE COMUNICACIÓ EN EL MARC DELS CONVENIS AMB ECOEMBE I ECOVIDRIO

Sr. Antonio Barrón, director de comunicació d'Ecoembes

Sr. Javier Puig de la Bellacasa, director general d'Ecovidrio

Sr. Carles Conill, gerent de l'Entitat del Medi Ambient del 'Àrea Metropolitana de Barcelona

El Sr. Antonio Barrón va incidir en la importància que des de la legislació s'obligui a responsabilitzar les empreses dels residus que generen i que a partir de la nova directiva de l'any 2004 augmenten els objectius de valorització en un 55% de reciclat mínim. Va destacar que a Catalunya existeixen 2.600 empreses de diferents sectors -sobretot de l'alimentació i begudes - que formen part del sistema integrat de gestió Ecoembes. I que l'any 2006 es van comptabilitzar 205 Tn de material reciclat, el que implica un 20% del reciclatge. Finalment, va ressaltar la necessitat de tenir un ventall ampli de recursos de comunicació per arribar a tot tipus de públics, tant a nivell global com a nivell més local.

El director general d'Ecovidrio, el Sr. Javier Puig de la Bellacasa va realitzar una presentació entorn als "*Reptes en la gestió dels envasos de vidre a Catalunya*". Primerament va apuntar que la gran majoria de municipis a nivell estatal realitza el reciclatge del vidre. Aproximadament es van recollir 840.000 Tn de vidre l'any 2006 a nivell estatal i a Catalunya van ser 128.000 Tn, el que fa que sigui la comunitat autònoma que més recull, implicant un creixement del 15%. Va remarcar que aquest percentatge de creixement es possible gràcies a l'esforç coordinat de consells comarcals, ajuntaments com administracions. Pel que fa a les campanyes de sensibilització, creu que són vitals un cop ja existeixen les infraestructures. Va destacar que un tema pendent en comunicació és el sector de l'hostaleria i el

càtering, i que dins dels reptes de futur cal una millor qualitat del servei de recollida i aconseguir que tots aquells que no reciclen, ho facin, per tal d'obtenir una taxa de reciclat del 68%.

El Sr. Carles Conill va iniciar la presentació exposant que una de les primeres prioritats és la optimització dels recursos que es reben per tal de reciclar i fer campanyes. Incideix clarament en la prevenció com actuació fonamental. En la seva opinió, cal extreure tres objectius bàsics de la propera negociació del conveni de 2008 entre l'EMA, l'Agència de Residus de Catalunya, Ecoembes i Ecovidrio: intentar que cap ens local hagi de posar recursos pel reciclatge; incidir més en la neteja i potenciar els ecoparcs. Per últim, destaca la bona feina que s'està portant a terme amb les campanyes de sensibilització i incideix en la necessitat de destinar més diners per la seva elaboració.

MECANISMES DE FUNCIONAMENT DE LES CAMPANYES PER FOMENTAR LA RECOLLIDA SELECTIVA DE RESIDUS D'ENVASOS, EN EL MARC DELS CONVENIS AMB ELS SIG

Sr. Salvador Serrat, Federació de Municipis de Catalunya

Sr. José Luis Magro, Ecovidrio

Sr. Julio López, Ecoembes

El Sr. Salvador Serrat va començar la presentació parlant de la "revolució" que suposa la combinació de molts i diferenciats factors: els nous contenidors de recollida, la sobrecàrrega dels abocadors, les campanyes que es realitzen, el cànon d'infraestructures... i una llarga bateria de punts que impliquen el creixement i l'aparició de nous consorcis per a la gestió i la recollida de diverses fraccions. Va destacar l'esforç municipal que impliquen els temes de recollida selectiva i per això va incidir en l'esforç financer necessari per tal que els ens locals no assumeixin aquest cost. Va manifestar que han de ser els sistemes de gestió integrats, Ecoembes i Ecovidrio, els que assumeixin la totalitat del cost i que les campanyes realitzades per l'Agència de Residus de Catalunya són molt convenientes a nivell local, però que en calen moltes més durant tot l'any, amb reforços puntuals.

El Sr. José Luis Magro d'Ecovidrio va incidir més en el format de les campanyes realitzades fins al moment i de com cal que aquestes siguin: clares, directes, impactants i sobretot amb un missatge clar (tipus, "què es diposita en el contenidor del vidre?"). Creu que cal un canvi d'actituds i campanyes més educatives per tal d'afavorir el canvi en aquelles persones que no reciclen (segons una enquesta realitzada per Ecovidrio existeix encara un 37% que no ho fa, enfront el 64,6%. Més del 50% de les persones enquestades veuen necessàries però, les campanyes de sensibilització).

El Sr. Julio López va destacar la necessitat de la participació en la recollida selectiva i de com aconseguir aquesta participació a través de les campanyes de sensibilització: conscienciant, educant i mostrant els beneficis del reciclatge. En el cas d'Ecoembes, utilitzen un missatge coherent, clar i didàctic. Així mateix, va ressaltar la necessitat d'utilitzar campanyes multimèdia.

EXPERIÈNCIES. CAMPANYES DE FOMENT DE LA RECOLLIDA SELECTIVA

Sr. Albert Torras, Entitat del Medi Ambient de l'Àrea Metropolitana de Barcelona

Sra. Il·luminada González, Consell Comarcal del Baix Camp

Sra. Mariona Virgili, Consell Comarcal del Baix Empordà

Sr. Josep M. Gardell, Ajuntament de Vilassar de Dalt

El Sr. Albert Torras va realitzar la seva presentació "*Públics sensibles, campanyes eficients*" que va girar entorn el format de les campanyes de sensibilització i a la seva avaluació. Va fer un planteig de si realment les campanyes destinades a escoles, comerços i botigues, festes populars, bars universitaris, o platges funcionen i a quin preu ho fan. Conclou amb la idea que les campanyes són imprescindibles,

els recursos escassos i insuficients; i va afegir que en la comunicació no es poden controlar tots els factors i sobretot que calen més treballs d'investigació i recerca, globals, però també locals.

La Sra. Il·luminada González va exposar la campanya realitzada des del Consell Comarcal del Baix Camp: "Inverteix bé, recicla" destinada a 70.000 habitants de diferents municipis de la comarca. Les conclusions presentades són que el cost de no fer recollida selectiva és molt elevat i que cal fer campanyes mediàtiques, enfocades sobretot als beneficis de la recollida selectiva.

La Sra. Mariona Virgili va presentar "El procés del reciclatge...el comences tu, a casa" realitzada a 36 municipis del Baix Empordà que van rebre la campanya amb acceptació (més de la meitat la van portar a terme) i també pels resultats que es van obtenir en Kg. de residus recollits. Per tant, n'extreu que les campanyes sí que funcionen i que cal recordar que el personal dels consells i ajuntaments no són experts en comunicació per la qual cosa cal sumar esforços per tal de contractar personal especialitzat.

El Sr. Josep M. Gardell va exposar la campanya "Reduïm el rebuig. A Vilassar de Dalt fem recollida selectiva", dirigida als 8.000 habitants del municipi. Els resultats després de la campanya són positius i es tradueixen en un augment de la recollida selectiva, tot i la problemàtica concreta que pateix el municipi amb els plàstics industrials que s'aboquen al contenidor groc.

RESULTATS DE L'ESTUDI D'AVUACIÓ DE LES CAMPANYES DE COMUNICACIÓ DESENVOLUPADES DURANT L'ANY 2006

Sr. Jordi Macarro, Agència de Residus de Catalunya

En la presentació dels resultats de l'estudi portat a terme en 63 ens locals i a través de 66 campanyes de comunicació, exposa que l'esforç fet pels ajuntaments no es cobreix amb les aportacions dels sistemes integrats de gestió i que pel que fa a la recollida selectiva, 31 entitats han notat la disminució dels residus generats per persona i any. En aquesta línia exposa que l'objectiu de les campanyes és reforçar la recollida selectiva i potenciar un concepte que ha començat a estendre's, el de la prevenció; a la vegada conclou que cal un augment de la participació ciutadana, a través de les campanyes i actuar en públics segregats.

PRESENTACIÓ DE LA NOVA CAMPANYA D'ENVASOS 2007 I DEL RECALL D'ACTIVITATS DIVULGATIVES SOBRE RESIDUS

Sra. Alba Pellicer, Agència de Residus de Catalunya

La Sra. Alba Pellicer, després de fer un repàs en la història de les campanyes de comunicació fetes a Catalunya, va presentar la nova proposta de campanya pel foment de la recollida selectiva de residus municipals de l'ARC pel 2007. D'altra banda, va destacar els principals punts a tenir en compte a l'hora de plantejar una nova campanya.. Va destacar que es recicla però se segueixen generant massa residus; cal transmetre al ciutadà que "el millor residu és aquell que no es genera"; cal enfocar els residus com a un recurs; i disposar d'una nova marca i missatge que unifiquin les campanyes desenvolupades pels diferents agents.

TAULA RODONA. ESTRATÈGIES DE MÀRQUETING APLICADES A LA PROMOCIÓ D'ELA RECOLLIDA SELECTIVA I LA PREVENCIÓ DE RESIDUS

Moderador: Sr. Jordi Renom, Agència de Residus de Catalunya
Sr. Josep M. Aragay, professor de la Universitat de Barcelona
Sr. Xavi Hidalgo, director creatiu i soci fundador SMÀLL
Sr. Josep M. Brugués, professor de l'IDEC-Pompeu Fabra
Sr. José Luis Gallego, periodista ambiental i col·laborador de TV3

El Sr. Jordi Renom, que actua de moderador, parteix de les següents qüestions:

- A QUI ENS DIRIGIM
- COM ENS HI DIRIGIM
- AMB QUANTS I QUINS DINERS

El Sr. Josep Maria Aragay exposa que s'ha fet molt èmfasi fins el moment en el reciclatge i que potser cal tendir més cap a reforçar la idea d'educació ambiental, una de les prioritats de l'Agència de Residus de Catalunya. Així mateix, comenta que és important la percepció que es té dels residus, que col·laborar no ha de ser una obligació i que cal enfocaments més positius. També incideix en la importància de definir totes les fraccions que existeixen i, sobretot, creu que cal avaluar el que s'ha fet fins ara, si s'han assolit els objectius i si aquests serveixen per anar millorant constantment. Per últim, es va preguntar sobre les dificultats, l'ús i el post ús dels residus, la temporalitat disponible, els espais, les opcions que es donen, quines són les preocupacions de la gent, i si els residus entren en aquestes preocupacions, el coneixement que es té sobre el tema, si és possible disminuir el volum de materials a reciclar i les avantatges i inconvenients del reciclatge...

El Sr. Xavi Hidalgo va apostar per aprofitar la conjuntura actual entorn el reciclatge i els residus i per crear campanyes que facin actuar i moure la gent i implicar al major nombre d'agents possibles. També va incidir en la idea que les campanyes no són la solució a res, sinó simplement una eina més de què disposem.

El Sr. Josep M. Brugués va incidir en professionalitzar el món de la comunicació. Els recursos es poden optimitzar, segons el Sr. Brugués, amb diverses solucions: cal acotar els objectius que es persegueixen, triar els públics principals, donar dos o tres missatges amb exemples, repetitius per tal que la gent ho entengui, realitzar avaluacions per saber si les coses funcionen, realitzar plans de comunicació per tal d'explicar els resultats obtinguts en les avaluacions... En resum, cal informar i convèncer i realitzar una campanya global per tothom i, a la vegada acotar de forma local.

El Sr. José Luis Gallego va recalcar el voluntarisme i la predisposició que existeix avui dia i que cal aprofitar. Va parlar que la comunicació ambiental no té fre i que són els propis ciutadans els que es volen implicar amb el "i jo què puc fer?", estenent un positivisme per tot el que s'ha fet, el que s'està fent i el que es pot arribar a fer. A la vegada però, va destacar que comunicar és un risc ja que no han d'existir diferents discursos ni missatges, com actualment està passant: fracció resta/rebuig, paper-cartró/cartró de llet, etc.

SÍNTESI DE CONCLUSIONS

- Realitzar campanyes globals a càrrec del Govern i reforçar-les mitjançant campanyes locals.
- Fer campanyes que no siguin planes sinó que impressionin, és a dir que motivin i ajudin a actuar per aconseguir un ventall més ampli d'ecointeressats i ecoparticipatius enlloc d'ecoescèptics i ecoaddictes.
- Utilitzar un únic missatge, clar, entenedor i concís.
- Avaluar les campanyes des d'un punt de vista quantitatiu i qualitatiu.
- Aprofitar els recursos que es tenen i tendir a estratègies de comunicació comunes.
- Unificar esforços entorn la fidelització i captació de nous clients en el món empresarial que reculli les necessitats de la ciutadania i la recollida selectiva.
- Reivindicar per una banda, la professionalització del personal que es dedica a comunicació en els ens locals i per l'altre, un increment dels pressupostos destinats a comunicació.