



CONSELL COMARCAL DE L'ALT EMPORDÀ  
àrea de **medi ambient**

Pla de comunicació per a la gestió de residus de l'Alt Empordà

***Direcció i Redacció del document:***

Àrea de Medi Ambient del Consell Comarcal de l'Alt Empordà

***Tècnic redactor:***

Helena Valent i Nadal (tècnic de medi ambient i cap de l'àrea)

***Disseny i imatge corporativa:***

Seny i Disseny Publicitat

Data de redacció: Maig 2008

## **INDEX DEL DOCUMENT DE RESUM DEL PLA DE COMUNICACIÓ**

1.	INTRODUCCIÓ.....	5
1.1.	El paper de la comunicació.....	5
1.2.	Antecedents.....	5
1.3.	Justificació.....	6
2.	OBJECTIUS.....	6
2.1.	La visió.....	6
2.2.	La missió.....	6
2.3.	Els valors i atributs.....	7
2.4.	Objectius específics.....	8
3.	ANÀLISI PRÈVIA.....	8
3.1.	Estratègia de comunicació 2003-2007.....	8
3.2.	Punts forts i febles de la comunicació actual.....	13
3.3.	Segmentació de la població receptora.....	14
3.4.	Canals de comunicació.....	15
3.5.	Característiques de la informació.....	16
3.6.	Actuacions realitzades fins a l'actualitat.....	17
4.	LA IMATGE CORPORATIVA.....	22
4.1.	Anàlisi de la situació actual.....	22
4.2.	Objectius específics.....	24
4.3.	Manual d'imatge corporativa.....	25
4.3.1.	Imatge de caràcter general.....	25
4.3.2.	Imatge de les instal·lacions.....	26
4.3.3.	Imatge en la senyalització.....	27
4.3.4.	Imatge dels serveis de residus.....	28
4.3.5.	Imatge de serveis relacionats.....	29
4.3.6.	Introducció de la imatge en campanyes de sensibilització.....	30
4.3.7.	Introducció de la imatge en la comunicació interna.....	30
5.	PLANIFICACIÓ DE LA COMUNICACIÓ.....	31
5.1.	Criteris de planificació de les actuacions.....	31
5.2.	Creació d'un Centre d'educació ambiental.....	31
5.3.	Comunicació informativa general.....	32
5.3.1.	Nou Model de gestió de residus.....	32
5.3.2.	Transparència de les dades de gestió.....	32
5.3.3.	Participació ciutadana.....	33
5.3.4.	Estratègia i protocols de marketing aplicables.....	34
5.4.	Comunicació a les instal·lacions de residus.....	34
5.4.1.	A l'abocador comarcal.....	34
5.4.2.	Al Centre de tractament de residus.....	37
5.4.3.	A les deixalleries.....	40
5.4.4.	Altres centres de tractament i selecció.....	43
5.5.	Comunicació dels serveis.....	43
5.5.1.	Serveis de recollida de residus.....	43
5.5.2.	Altres serveis.....	44
5.6.	Campanyes de sensibilització i canvi d'hàbits.....	44
5.6.1.	Prevenició de residus.....	44
5.6.2.	Foment de la recollida selectiva.....	45
5.6.3.	Ambientalització de festes populars.....	46
5.6.4.	Programa RE-PAPER per a centres escolars.....	48
5.7.	Comunicació interna.....	48
5.8.	Comunicació de crisi.....	51

5.9.	Comunicació institucional i relacions públiques.....	52
6.	GESTIÓ DELS RECURSOS	
6.1.	Recursos humans.....	53
6.2.	Recursos materials.....	53
6.3.	Recursos econòmics.....	54
7.	SEGUIMENT I AVALUACIÓ.....	56
7.1.	Protocol de seguiment i avaluació.....	56
7.2.	Indicadors de seguiment.....	57
8.	EXECUCIÓ D'ACTUACIONS I CRONOGRAMA.....	58

## 1. INTRODUCCIÓ

### 1.1. El paper de la comunicació a l'Administració local

La comunicació és una característica fonamental de l'activitat de les administracions públiques atès que, d'una banda és necessària perquè les administracions duguin a terme de manera adequada les funcions que tenen encarregades i, de l'altra, perquè contribueix poderosament a construir una imatge d'eficàcia, credibilitat i coherència d'aquestes institucions. L'activitat comunicativa dóna un valor afegit a la comunicació pública des del moment que permet donar a conèixer els serveis públics i en facilita l'ús, dóna transparència a la gestió pública, indueix i recomana determinats comportament socials.

La imatge de l'administració depèn doncs directament de l'estratègia comunicativa que apliqui i aquesta es pot planificar a través de **Plans de comunicació locals** que han d'incloure elements de identitat corporativa, informació, publicitat, marketing, comunicació interna i ús de les noves tecnologies.

En el nostre cas, el Pla de comunicació per a la gestió dels residus a l'Alt Empordà se centra en l'estratègia comunicativa en relació al Nou Model de gestió de residus que s'aplicarà a la comarca de l'Alt Empordà.

### 1.2. Antecedents

El Consell Comarcal Alt Empordà és el titular del Dipòsit Controlat comarcal de l'Alt Empordà i lidera serveis i projectes a nivell comarcal referents a la gestió de residus. La gestió d'aquesta temàtica està en constant millora i adaptació dels serveis relacionats amb els residus per tal de facilitar la tasca dels ajuntaments per a solucionar la problemàtica actual de la gestió dels residus.

La tasca de planificació de nous serveis comarcals per a trobar solució a aquesta temàtica passa per la redacció de diferents documents estratègics com són:

- ❖ El "Pla d'acció per a la gestió del tractament de residus de l'Alt Empordà ". Aquest document, redactat en el marc d'un conveni de col·laboració entre l'Agència de Residus de Catalunya i el Consell Comarcal Alt Empordà, determina les instal·lacions i sistemes de tractament de residus adequats per a la comarca. Aquest fet, és molt important atès que del tractament i destí final en deriva directament el model de recollida dels residus i altres aspectes de la gestió comarcals.
- ❖ La redacció del "Pla estratègic de gestió de residus a l'Alt Empordà" que inclou les estratègies de comunicació, logística i tractament dels residus a escala comarcal i segons els eixos programàtics del Programa de gestió de residus municipals de Catalunya 2007-2012 (PROGREMIC). Actualment en fase de presentació i aprovació.
- ❖ La redacció dels "Plans de gestió de residus municipals" per a cada municipi que inclouen les estratègies de prevenció, recollida i tractament dels residus municipals segons les característiques de cada població i a escala local. (documents en redacció)
- ❖ El Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus municipals de l'Alt Empordà, que incorpora l'estratègia comunicativa per a permetre executar les actuacions planificades en els documents anteriors.

### 1.3. Justificació

El nivell d'acceptació i èxit d'aplicació de les mesures proposades en el Pla estratègic per a la gestió dels residus a l'Alt Empordà per part de la ciutadania, dependrà en part, del fet d'aconseguir transmetre els impactes associats a la generació i gestió dels nostres residus.

Així doncs, en aquest PLA DE COMUNICACIÓ s'inclou el desenvolupament d'un programa de polítiques de comunicació que cercarà el canvi d'hàbits i actituds a través de la consciència ambiental de la població, les actuacions d'informació i participació ciutadana que permetran donar a conèixer el Nou Model de Gestió de residus a l'Alt Empordà, així com el seu funcionament i serveis que en deriven.

El Pla de comunicació incorpora doncs aquelles estratègies encaminades a:

- La creació d'una imatge corporativa relacionada amb el Nou Model de Residus.
- L'anàlisi prèvia de l'estratègia de comunicació actual i les característiques que faciliten la comunicació a la comarca.
- La planificació de les actuacions de comunicació pels propers anys.
- La gestió dels recursos implicats en la comunicació
- El cronograma d'execució de les actuacions
- El sistema de seguiment i avaluació de les actuacions.

**Aquest és un document de resum del Pla de comunicació de la gestió dels residus a l'Alt Empordà on hi trobem el desplegament de les estratègies de comunicació en els diferents àmbits de la gestió.**

## 2. OBJECTIUS

### 2.1. La visió

La visió és la determinació del que es vol aconseguir per una ciutat o territori a llarg termini (20 anys). Acostuma a ser formulat com una il·lusió o somni que marca una línia de treball i la direcció a la qual han d'anar els objectius de tots els projectes que pertanyen a una entitat. Per aquesta raó, la visió és comuna i es formula des del lideratge d'una entitat i cal transmetre-la amb claredat.

En el cas que ens ocupa caldria utilitzar la visió del Consell Comarcal de l'Alt Empordà per a tota l'entitat, però també hi ha una alternativa que es refereix a la propera creació d'una entitat pròpia de gestió dels residus a la comarca. Ens centrarem en aquesta segona suposició, tot i que les definicions estaran sempre en sintonia amb la visió comarcal existent.

Quant a la temàtica que ens ocupa la visió és la següent:

*"Es vol una comarca neta i endreçada, on les persones s'impliquin en les actuacions per a aconseguir-ho i portats per un sentiment de pertinença al territori. Que la prevenció dels residus sigui una prioritat, i l'eficiència i la innovació siguin presents en les solucions de gestió. La cohesió i la diversitat han de ser la base per a la realització de les accions dirigides cap a la sostenibilitat, en favor de la qualitat de vida de les generacions futures."*

## 2.2. La missió

La missió determina la funció de l'entitat per tal d'aconseguir encaminar-se cap a la visió. Els paper assignat per anar cap a un objectiu conforme amb els ideals determinats en la formulació de la visió. Contràriament a la visió que és de caràcter més utòpic, la missió és més realista i formulada de manera general, sens incloure els mitjans i recursos per aconseguir els reptes.

La missió de la nova entitat serà la base per a planificar una programació a mitjà termini:

*"La missió de l'entitat és la de coordinar i administrar tots els aspectes derivats de la gestió dels residus a la comarca de l'Alt Empordà. Aquesta gestió passa per a oferir els serveis de recollida, transport i tractament de residus, fins ara de competència municipal i comarcal, amb l'eficiència i l'eficàcia. Això s'aconseguirà aplicant una estratègia d'economia d'escala que sigui més beneficiosa i sostenible, tant per als ajuntaments com per a la població."*

## 2.3. Valors i atributs

Els valors són aquells compromisos envers els ciutadans, estretament lligats a la visió, i que podran experimentar a través dels serveis oferts i de l'estil de funcionament de l'entitat. Els valors aporten una millora de la qualitat de vida als ciutadans. Són de caràcter general, abstractes, i es poden concretar en diferents atributs. Els atributs ajuden a la comprensió del valor i de les línies de treball per a aconseguir-lo.

Els valor es treballa a partir del compromís escrit, de la imatge gràfica que el representa i de l'experiència del ciutadà en contacte amb els serveis oferts i basats en aquest valor.

A partir de les definicions de visió i missió es determinen quatre valors clars sobre els quals l'entitat haurà de treballar:

### **EFICIÈNCIA, INNOVACIÓ, DIVERSITAT I IMPLICACIÓ**

A cadascun d'aquests valors podem assignar uns atributs que ajudaran a la comprensió i a l'aplicació dels mateixos en diferents línies de treball

VALOR	ATRIBUTS
<b>EFICIÈNCIA</b>	Economia d'escala
	Sostenibilitat econòmica
	Sostenibilitat de recursos
	Resultats
<b>INNOVACIÓ</b>	En els sistemes de gestió
	Foment de les idees noves
	En els sistemes de tractament
	Incentivant proves pilot
	Compartint experiències amb la resta del món
<b>DIVERSITAT</b>	Millora continuada
	Personalitzant serveis
	Coneixement de les característiques individuals de cada municipi
	Captació de l'evolució de els necessitats
<b>IMPLICACIÓ</b>	D'estratègies de gestió
	Foment de la participació en la presa de decisions
	Foment de la implicació dels ciutadans en la gestió dels residus
	Amb les noves problemàtiques de cada municipi
	Amb les necessitats canviants del territori

D'aquests valors es determinaran els missatges clau que caldrà comunicar de manera general a totes les actuacions que pertanyin al Pla de comunicació. Caldrà fer-ho a través d'un missatge comunicatiu, que amb llenguatge planer defineixi els valors i atributs que serviran de línia de treball. Cadascun d'ells podrà després ser utilitzat per als diferents serveis o productes introduïts per l'entitat.

El missatge clau es divideix en dues parts. La part general relativa a tots els serveis de l'entitat i el missatge pel que fa a la temàtica dels residus:

## **PER A NOUS REPTES, RESPOSTES DE FUTUR ELS RESIDUS, UN REPTE DE TOTS**

### **2.4. Objectius específics**

Els objectius específics del Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus són diversos, derivats de la visió i els valors generals, i varien en funció dels segments receptors i de les diferents actuacions plantejades dins el pla. Es poden resumir en el següent llistat:

- Crear una imatge corporativa que identifiqui els serveis, instal·lacions i campanyes relacionades amb els residus.
- Incrementar la sensibilització i el grau de coneixement dels ciutadans sobre les implicacions de les seves decisions com a consumidors en la generació i gestió dels seus residus, sempre des d'una visió sistèmica que potenciï actituds de reflexió crítica global i responsable.
- Incrementar la participació en les recollides selectives de residus amb la finalitat d'incrementar la quantitat i qualitat de materials recuperats en origen.
- Sensibilitzar a la població sobre l'objectiu prioritari de la prevenció dels residus: "el millor residu és aquell que no es genera".
- Fomentar la gestió ambientalment responsable dels residus d'empreses i comerços, tant pel que fa a la prevenció com a la recollida selectiva.
- Informar dels recursos, serveis i instal·lacions d'abast comarcal que permeten gestionar els residus domèstics, comercials i industrials de manera ambientalment correcta.
- Posar a l'abast dels professionals de l'educació, responsables tècnics i polítics dels ajuntaments i altres persones interessades eines per a facilitar les seves tasques relacionades amb les seves funcions respecte els temes mediambientals.
- Conscienciar a tots els col·lectius sobre el model de gestió de residus que s'aplica actualment i s'aplicarà en el futur a la comarca i el lideratge del Consell Comarcal Alt Empordà en els serveis d'àmbit comarcal.
- Utilitzar les noves tecnologies per a facilitar les tasques d'informació a la població i usuaris dels serveis, però també de gestió compartida dels serveis entre diferents ens.



### 3. LA IMATGE CORPORATIVA

#### 3.1. Anàlisi de la situació actual

El Consell Comarcal de l'Alt Empordà té dos imatges que l'identifiquen: un escut oficial i un logotip. Aquestes dues imatges s'incorporen a tots els suports gràfics relacionats amb l'activitat, a diferents nivells, de la institució.



Consell Comarcal  
de l'Alt Empordà



Pel que fa a les actuacions de l'àrea de medi ambient, fins avui no tenen cap imatge corporativa uniforme que les identifiqui. Cadascuna d'elles té un disseny diferent i, com ja hem vist, segueixen les pautes del Pla de comunicació 2003-2007.

Podríem dividir les accions de comunicació de serveis realitzades fins ara en tres parts:

- Comunicació en les instal·lacions de gestió i selecció de residus

Existeixen dos tipus d'instal·lacions en les quals té incidència el Consell Comarcal, l'abocador comarcal i la Xarxa de mini-deixalleries.

Quan a l'abocador comarcal, s'utilitzen diferents canals per arribar als segments interessats pel servei per diverses raons: informació general, aprenentatge, utilització del servei. L'estratègia es resumeix a la taula següent:

TIPUS COMUNICACIÓ	SEGMENT	OBJECTIU	CANAL/IMATGE
Informació general	Població en general	Especificar de manera general en què consisteix la instal·lació i els serveis	Pàgina web <a href="http://www.residus-altemporda.org/abocador">www.residus-altemporda.org/abocador</a>
Informació general	Població interessada	Informar sobre els paràmetres bàsics de funcionament de l'abocador	Fulletó editat en el moment de l'ampliació
Serveis a possibles usuaris	Ajuntaments i empreses	Tramitacions i condicions d'accés als clients de l'abocador	A través de la pàgina web
	Empreses	Resum de serveis comarcals i funcionament general	Fulletó explicatiu dels serveis.
Senyalització	Visitants a l'abocador	Facilitar la comprensió del funcionament	Panells il·lustratius de les fases de la disposició dels residus
Aprenentatge	Escolars d'educació primària	Prendre consciència de la problemàtica a l'entorn dels residus	Visita guiada i activitats pedagògiques. Suport gràfic en forma de puzzle. Suports audiovisual: documental pedagògic de 16 minuts
	Escolars d'educació secundària	Estudi de les diferents estratègies tecnològiques que integren el procés de disposició de residus	Visita guiada i activitats pedagògiques

Nota: veure imatge dels recursos descrits als annexes

Tanmateix, no hi ha cap imatge definida pel que fa a aquesta instal·lació comarcal. Cada suport informatiu és diferent. En el cas de les visites a escolars s'ha introduït la imatge d'en Pitu Tries per a connectar-lo amb les campanyes.

Pel que fa a la Xarxa de mini-deixalleries, disposa d'un logotip identificatiu que s'ha traslladat a diferents suports adaptant-lo en carpetes o dossiers de formació. El mateix logotip s'utilitza per a la deixalleria comarcal. En breu es posarà en servei la pàgina web del servei de deixalleria però no té cap imatge corporativa, és similar a la pàgina de l'abocador comarcal.

- Comunicació dels serveis comarcals de recollida

Els serveis comarcals de recollida de residus tenen dos tipus de clients: ajuntaments i empreses.

La comunicació dels serveis als ajuntaments es realitza per dos canals diferents:

- **Les pàgines web** del servei de recollida selectiva ([www.selectiva-  
altemporda.org](http://www.selectiva-altemporda.org)) i la pàgina del Consell Comarcal de l'Alt Empordà en la secció de medi ambient ([www.altemporda.org](http://www.altemporda.org)). Aquestes pàgines tenen una imatge totalment diferent i s'enllacen entre elles a través de links. Per tal d'unificar i localitzar els serveis de residus a la xarxa s'ha dissenyat un índex: [www.residus-altemporda.org](http://www.residus-altemporda.org), la seva imatge incorpora el logotip del Consell Comarcal però la seva imatge no té res a veure amb les demés.
- **El butlletí electrònic mensual** que informa de totes les novetats en relació als serveis de l'àrea de medi ambient: subvencions, oferta de participació en projectes comarcals... Aquest butlletí, amb quasi 3 anys de funcionament, té una imatge definida però que no guarda relació amb la resta.

Pel que fa a les empreses, s'informen també per dos canals:

- **Les pàgines web relatives a cada servei.** Algunes d'elles incorporen un password pels clients permetent així la consulta privada de dades de client i petició de certificats.
- **Fulletó informatiu dels serveis dirigits a empreses** editat i enviat a cada empresa anualment. El disseny d'aquest fulletó ha variat en les seves dues edicions.

- Comunicació en campanyes de sensibilització

Podem dividir les campanyes realitzades fins avui en diferents temàtiques:

- Previsió de residus
- Foment de la recollida selectiva

Es realitzen anualment unes tres campanyes i cadascuna ha estat dissenyada de manera independent. El disseny respon als objectius específics de cadascuna. La diversitat d'imatges i dissenys ha sigut més important i variada en les campanyes de prevenció (guia digital, mercats de segona mà, on vas sense el cabàs?). Pel que fa a les campanyes de sensibilització per a la recollida selectiva s'ha mantingut la imatge d'en Pitu Tries com a base en totes elles. S'ha intentat mantenir una coherència i evolució en totes elles. (veure apartat anàlisi prèvia)

### **3.2. Objectius específics**

Els objectius específics que persegueix la introducció d'una imatge corporativa en l'estratègia comunicativa del Nou Model de gestió de residus són:

- Utilitzar la visió i els valors relacionats per a la creació d'una imatge de valor que els transmeti de manera coherent.
- Unificar la diversitat d'imatges i actuacions realitzades fins avui.
- Donar una identitat de referència a la comarca en la temàtica de la gestió de residus.
- Reconèixer fàcilment tots aquells serveis i projectes lligats a la gestió comarcal dels residus
- Enfortir els missatges transmesos a través d'una imatge comuna.

### **3.3. Manual d'imatge corporativa**

La imatge corporativa es refereix a com es percep un ens local. És una imatge generalment acceptada del que una entitat "significa". La creació d'una imatge corporativa és un exercici en l'adreça de la percepció. És creada sobretot pels experts de marketing que utilitzen les relacions públiques i altres formes de promoció per a suggerir un quadre mental al públic. Típicament, una imatge corporativa es dissenya per a ser atractiva al públic, de manera que la companyia pugui provocar un interès entre els consumidors, creu buit en la seva ment, generi riquesa de marca i faciliti així la utilització dels serveis oferts.

La imatge corporativa ha de ser consistent amb el posicionament dels valors i objectius de l'entitat i de la línia de serveis que ofereix. Qualsevol incongruència entre la imatge corporativa total i les posicions de les ofertes individuals dels serveis serà confusa per als clients potencials i tendirà a reduir l'eficàcia de les ofertes de serveis. Una bona imatge corporativa total es pot considerar com la suma de totes les imatges associades a les posicions individuals dels serveis de l'entitat. El nom corporatiu i el logotip han de també ser coherents amb la imatge corporativa general. Una imatge corporativa encertada ha de també ser creïble. És a dir, ha d'estar relativament prop dels seus comportaments reals a ser creïbles.

Una identitat corporativa és doncs la manifestació física de la marca. Amb més propietat, podria denominar-se 'identitat visual corporativa', ja que fa referència als aspectes visuals de la identitat d'una organització. En general inclou un logotip i elements de suport generalment coordinats per un grup de línies mestres que es recullen en un document de tipus Manual d'Estil. Aquestes línies mestres estableixen com ha d'aplicar-se la identitat corporativa identificant les taujanes de colors, tipografies, organització visual de pàgines i altres mètodes per a mantenir la continuïtat visual i el reconeixement de marca a través de totes les manifestacions físiques de la mateixa.

En aquest document s'introdueixen doncs les línies bàsiques del manual d'estil quan a la comunicació dels serveis relacionats amb els residus oferts pel Consell Comarcal de l'Alt Empordà. També té en compte la possible ampliació a d'altres serveis mediambientals

que es puguin oferir en un futur. (veure manual d'estil adjunt a aquest pla de comunicació)

### **3.3.1. Imatge de caràcter general**

Es partirà d'una imatge de caràcter general que es pugui complementar amb l'escut del Consell Comarcal de l'Alt Empordà. Es busca una imatge d'estil contemporani que permeti variacions en funció dels suports utilitzats i fins i tot amb les tipologies de serveis oferts. La imatge s'adaptarà després als suports diaris com cartes, sobres, formularis de sol·licituds, albarans, certificats, targetes de presentació...



CONSELL COMARCAL DE L'ALT EMPORDÀ  
àrea de **medi ambient**

Per a nous reptes, respostes de futur. **Els residus, un repte de tots**

### **3.3.2. Imatge de les instal·lacions**

Les instal·lacions associades a l'entitat tindran un pannel d'entrada amb la imatge corporativa que inclourà els escuts de les entitats gestores això com aquelles que han col·laborat en la seva construcció i gestió.

### **3.3.3. Imatge de la senyalització**

La senyalització interna de les instal·lacions pot tractar-se de panells indicatius dels processos de tractament de les instal·lacions amb la imatge corporativa. La senyalització de contenidors per a diferents residus inclourà també els pictogrames de cadascun i el nom del residu corresponent.

És imprescindible que totes les instal·lacions que requereixin la intervenció dels usuaris disposin de panells explicatius amb les instruccions bàsiques d'utilització de la instal·lació així com la senyalització de les zones d'accés restringit al personal de la instal·lació.

### **3.3.4. Imatge dels serveis de residus**

La informació dels serveis de residus oferts tant per les instal·lacions com altres serveis com la recollida o transport de residus haurà de tenir, com a mínim, dos suports: el catàleg de residus i el catàleg web (veure apartat 5.5).

La imatge corporativa en aquests catàlegs ha d'incloure, a més del missatge general i el relacionat amb el servei, un apartat visible que determini a quin tipus de client va adreçat i quin valor dels treballats caracteritza el servei.

Cada servei estarà descrit de manera resumida i es posarà èmfasi en la imatge de manera que sigui fàcilment localitzable per als seus usuaris potencials.

### **3.3.5. Imatge dels serveis relacionats**

En el cas que el pla de comunicació s'hagi d'estendre a altres serveis ambientals no relacionats amb els residus cal que la imatge corporativa sigui adaptable però que assegurí una continuïtat respecte la primera. Les normes d'utilització seran exactament les mateixes que en el cas dels residus.

### **3.3.6. Introducció de la imatge en campanyes de sensibilització**

Cada campanya té un disseny, cal incorporar però la imatge corporativa als suports gràfics per a fer-ne visible l'origen. La imatge corporativa s'adaptarà doncs de la següent manera per a introduir en fulletons i suports de disseny propi.

### **3.3.7. Introducció de la imatge en la comunicació interna**

Les estratègies de comunicació interna, com els butlletins, blocs i parts dels web que siguin extranets només per usuaris implicats en els serveis hauran de mantenir una coherència amb la imatge corporativa. El butlletí intern pot tenir doncs el següent disseny:

## **4. PLANIFICACIÓ DE LA COMUNICACIÓ**

### **4.1. Criteris de planificació de les actuacions**

Les actuacions de comunicació que es plantegin en aquest pla de comunicació i les futures s'han de basar sempre en els següents criteris:

- ❖ En la transmissió de la visió, la missió, els valors i el missatge corporatiu.
- ❖ L'establiment de les actuacions estratègiques per als propers quatre anys i que afecten la imatge externa de l'entitat.
- ❖ La introducció de les actuacions derivades d'una intratègia o comunicació interna.
- ❖ La continuïtat en la comunicació: prioritització d'actuacions i freqüència.
- ❖ La introducció de la imatge corporativa
- ❖ La utilització de tècniques de comunicació relacionals i d'impacte.
- ❖ La incorporació de tècniques de marketing i participació ciutadana.

### **4.2. Creació d'un Centre d'educació i comunicació ambiental**

Els canvis d'hàbits i la implantació del Nou Model de gestió de Residus a L'Alt Empordà no seran possibles sense la col·laboració de la població. Les noves plantes requeriran nous hàbits de recollida i les noves tecnologies de tractament són desconegudes a la comarca. Per tal que el nou Model de gestió de residus a l'Alt Empordà sigui eficaç, és necessari establir les actuacions que es descriuen en aquest document.

L'eix central de Pla de comunicació ha de ser una nova infraestructura dedicada a l'educació ambiental sobre residus que permeti:

- ❑ Difusió dels diferents serveis i tecnologies de gestió de residus implantades i la seva repercussió en l'entorn.
- ❑ Educació ambiental permetent el coneixement amb més profunditat de les diferents tecnologies que formaran la solució al tractament de residus a la comarca (visites...)
- ❑ L'estudi i la descoberta de noves solucions en el camp de gestió de residus (a través d'universitats o recerca )

Caldrà doncs un equipament comarcal per a realitzar aquestes tasques situat en el mateix cor del Parc tecnològic de gestió de residus, al terme de Pedret i Marzà, en l'àmbit actual de l'abocador comarcal. Aquest serà el nou **Centre d'educació ambiental i estudi de la gestió dels residus de l'Alt Empordà.**

**Aquest centre contribuirà a la dinamització i equilibri territorial de la comarca en la mesura en que oferirà un servei comarcal de:**

- Impulsar i coordinar campanyes comarcals relacionades amb la gestió correcta dels residus quant a la prevenció, reutilització i reciclatge d'aquest en origen.
- Impulsar processos de participació ciutadana com a suport de generació de nous serveis.
- Educació en l'àmbit de residus als centres escolars.
- Fomentar a estudiants de la comarca l'elaboració d'estudis en l'àmbit universitari.
- Formació d'educadors ambientals.
- Coordinació de visites guiades per a la població de la comarca per a conèixer les plantes de tractament de residus.
- Educar en la relació entre la gestió més correcta de residus i les seves repercussions en l'entorn en un sentit més ampli.
- Recerca de millores tecnològiques relacionades amb els tractaments de residus.
- Intercanvis europeus en relació a altres centres de tractament de residus.

...entre altres actuacions possibles.

L'edifici que es proposa tindrà una sèrie de dependències que propicien la seva tasca divulgativa i de coneixement. Per aquesta raó, s'estableix que en ell es trobin diferents dependències:

- Una sala d'exposicions en la qual s'utilitzaran noves tecnologies per a fer més comprensibles els processos de gestió i tractament de residus.
- Dues aules.
- Un laboratori amb les sales de material adequades.
- Dos despatxos

Parlarem doncs d'un edifici de 500 metres quadrats distribuïts en dues plantes que situarem a l'entorn de les plantes de residus per facilitar a seva tasca.

Atès que es tracta d'un edifici relacionat amb l'educació ambiental, es planteja la seva construcció amb criteris de sostenibilitat.

### **4.3. Comunicació informativa general**

#### **4.3.1. Nou Model de gestió de residus**

Fins avui, el model de gestió de residus a la comarca es basa en la recollida de residus en 4 fraccions en gran part dels municipis: fracció resta, paper i cartró, envasos de vidre i envasos lleugers.

En els municipis més grans (4 municipis) es realitza la recollida en 5 fraccions incorporant la fracció orgànica encara que no en la totalitat de la població.

El model actual també inclou la recollida de fraccions minoritàries a les deixalleries, actualment en 18 municipis però s'exten a poc a poc a la resta de població.

Partim doncs d'un model bàsic no instaurat en tot el territori, sobretot pel que fa al la fracció orgànica i les minoritàries i cal introduir un nou model basat en la selecció en origen del màxim de fraccions així com incidir en la prevenció de residus.

També caldrà tenir en compte la diversitat d'estratègies que inclou el nou model en funció dels municipis, sobretot pel que fa a la recollida dels residus.

Un dels missatges més importants a transmetre a la població serà també el canvi substancial en el tractament dels residus amb la incorporació de les noves plantes de tractament de les diferents fraccions i la seva utilitat.

#### **4.3.2. Transparència en les dades de gestió**

Les administracions públiques han de fer possible l'accés dels ciutadans a la informació que està en el seu poder. Es tracta d'un dret constitucional que troba els seus límits en altres drets també protegits com el de la intimitat personal. Tant les lleis de règim jurídic de les administracions públiques, com les normes sobre arxius i documentació, com un gran nombre de normes sectorials exigeixen polítiques actives en aquesta difícil matèria en la que poden entrar en conflicte diferents drets.

La Llei 27/2006, de 18 de juliol, per la qual es regulen els drets d'accés a la informació, de participació pública i d'accés a la justícia en matèria de medi ambient, els ciutadans podran accedir a la informació ambiental que estigui en poder de les autoritats públiques. En els cas que ens afecta podríem parlar d'informació dels següents tipus:

- ❖ Els factors que afecten o puguin afectar el medi ambient, com ara l'energia, el soroll, les radiacions o els residus, inclosos els residus radioactius, les emissions, els abocaments i d'altres descàrregues en el medi ambient.
- ❖ Les mesures administratives relacionades amb el medi ambient en forma de polítiques, normes, plans, programes i acords en matèria de medi ambient.
- ❖ Els informes sobre l'execució de la legislació mediambiental.
- ❖ Les anàlisis de la relació cost-benefici i altres anàlisis i supòsits de caràcter econòmic utilitzats en la presa de decisions relatives a les mesures preses.

La transparència en la gestió dels residus a l'Alt Empordà és doncs una línia de treball que està en relació amb els valors d'innovació i implicació.

Per aquesta raó es planteja la informació continuada dels resultats de gestió dels diferents serveis ja sigui a través de les pàgines web de cada servei o d'informes periòdics. També es tindrà en compte la informació de caràcter privat relativa als resultats o utilització dels serveis per part de les empreses, i s'aplicaran la utilització de password i petició de certificats als usuaris. Aquests sistema ja s'està implantant en els serveis en funcionament.

Per a fer-ho possible, caldrà doncs implementar un sistema de tractament de dades que permeti la relació entre el Consell comarcal de l'Alt Empordà, les empreses de recollida i els usuaris del servei. Aquest sistema ha de permetre l'automatització i la utilització de les dades per facilitar la gestió de l'administració i l'anàlisi del servei per a permetre la introducció de millores.

#### **4.3.3. Participació ciutadana**

La estratègia de utilització de la participació ciutadana en processos d'instauració de projectes que impliquen canvis d'hàbits és molt adequada per aconseguir resultats positius. En aquest sentit, algunes actuacions no seran merament informatives sinó que resultaran d'un procés participatiu senzill, com la creació de serveis o algunes campanyes de sensibilització. La comunicació dins aquests processos participatius s'haurà de tenir en compte en les diferents fases del procés:

##### **❖ La fase de mobilització**

L'objectiu és la mobilització i implicació de la població en el procés participatiu. Caldrà tenir cura d'utilitzar tots els recursos possibles per captar l'interès de la gent. És important utilitzar la imatge corporativa de l'entitat per tal de que sigui fàcilment identificada com a organitzadora del procés participatiu. Cada projecte de procés participatiu inclourà tots aquests aspectes en funció del segment de població al qual es demani la participació.

##### **❖ La fase de desenvolupament**

En aquesta fase caldrà tenir en compte dues vessants de la comunicació: la informació de base que els participants necessitin per a permetre el debat, i la imatge i posada en escena de l'acte en el qual el participant hauria d'experimentar els valors de l'entitat ( innovació, eficàcia, implicació...)

Pel que fa a la informació de base caldrà que incorpori la imatge corporativa i un contingut bàsic i amb llenguatge adaptat al segment participant.

##### **❖ La fase de tancament i de seguiment**

Caldrà comunicar als participants les decisions preses arrels del procés participatiu així com establir una metodologia de manteniment del contacte periòdic per tal de captar de nou les persones interessades en participar. En aquest sentit, "un butlletí periòdic del participant" o alguna iniciativa semblant pot esdevenir una eina interessant.

#### **4.3.4. Estratègia i protocols de marketing aplicables**

Els protocols de marketing s'utilitzaran en els processos de creació i millora dels serveis relacionats amb la gestió de residus. S'inclouran dins les tècniques de participació ciutadana i tenen com a objectiu determinar les necessitats diverses i canviants de la població i municipis del territori per tal d'adaptar-hi els serveis i facilitar-ne llur utilització.

Amb l'estudi continuat de les necessitats de la població es podran oferir serveis dirigits a segments de població amb necessitats concretes i així assegurar-ne l'èxit i la utilització per part de la població. Per aquesta raó, s'ha de determinar un protocol d'enquestes de



qualitat per cadascun dels serveis oferts així com estudiar suggeriments i millores proposades pels usuaris.

Les enquestes de qualitat als clients de cada servei es realitzaran amb una periodicitat mínima anual i pels diferents canals de comunicació habituals amb els usuaris: webs dels serveis (enquestes digitals), enviament per correu juntament amb la facturació o amb trucades telefòniques personalitzades.

La Formalització d'estudis concrets de marketing s'utilitzarà amb anterioritat al disseny de nous serveis al territori.

#### **4.4. Comunicació a les instal·lacions de residus**

Actualment no hi ha una estratègia comuna de comunicació i senyalització a les instal·lacions de selecció i tractament de residus comarcals. Caldrà fer una adaptació en relació als nous criteris de comunicació determinats en aquest pla. Per cadascuna de les instal·lacions es determinarà doncs quin tipus de comunicació s'ha de tenir en compte i la forma de portar-la a terme. El contingut ha de ser objecte d'un projecte individual.

##### **4.4.1. A l'Abocador Comarcal**

Les accions i elements bàsics de comunicació d'aquesta instal·lació s'han d'adequar al nou pla de comunicació. Aquesta ha estat una instal·lació que ha sofert nombrosos canvis i millores durant els darrers anys i caldrà unificar el treball actual.

##### ❖ Actuacions durant la construcció de millores i ampliacions de la instal·lació

Caldrà definir un calendari d'accions de comunicació durant el procés de construcció de les millores en la instal·lació en el qual s'haurà de tenir en compte:

- Fer un seguiment fotogràfic i audiovisual del procés de construcció per a utilitzar en diversos canals i accions de comunicació.
  - Senyalitzar en l'entrada de l'abocador controlat les millores en construcció utilitzant la imatge corporativa definida al Manual d'estil del Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus de l'Alt Empordà.
  - Fer una programació d'accions informatives durant el procés de construcció. Les accions han de contenir, com a mínim: unes jornades informatives, un cronograma amb la planificació de les notes de premsa, un dossier informatiu i tenir previst un protocol bàsic de comunicació de crisi.
- ❖ Acte d'inauguració de les millores

Caldrà planificar l'acte i el material necessari per a la seva execució. El material mínim que cal tenir en compte és:

- L'actualització dels fulletons divulgatius de l'abocador comarcal incorporant les millores.
- Notes de premsa
- Placa d'inauguració

##### ❖ Visites a les instal·lacions

Fins avui existeix un Decàleg de funcionament de visites a l'abocador comarcal i una estratègia comunicativa de les mateixes a través del web. En aquest aspecte caldrà incorporar la imatge corporativa als diferents suports relacionats amb les visites dedicades a l'educació primària i secundària ofertes fins avui.

En el moment de la incorporació de les noves plantes de tractament de residus s'haurà d'adaptar les ofertes i el funcionament per tal que s'ofereixin conjuntament amb la visites al centre de tractament de residus.

Es portaran a terme tres tipus de visites:

- Visites dirigides a professionals
- Visites dirigides a estudiants d'educació primària, secundària i universitaris (caldrà tenir en compte la component tecnològica en el cas de visites a centres de secundària o universitaris)
- Visites divulgatives per al ciutadà (caldrà establir unes jornades portes obertes o similar)

La instal·lació haurà de comptar doncs amb una sala de recepció de visitants i projecció i un circuit de visites de la instal·lació degudament senyalitzada i amb sistemes de seguretat.

Els elements i suports de comunicació per tal de facilitar la comprensió de les visites són:

- *Reportatges audiovisuals actualitzats divulgatius sobre l'abocador comarcal* que mostrarà amb imatges reals els diferents processos i resultats obtinguts. En aquest cas hi haurà un reportatge dirigit a públic adult i un reportatge per a nens on s'utilitzarà la figura d'en Pitu Tries.
- *Pannells de senyalització del recorregut de l'abocador comarcal*. Seran el suport per tal que el visitant pugui identificar i comprendre cada part del procés i la seva funció. S'utilitzarà la imatge gràfica de base segons el manual d'estil del pla de comunicació.
- *Plafons educatius d'informació*. Als plafons actuals s'hi mostrarà el procés sencer de tractament de la instal·lació i el seu paper dins el cicle de vida d'un residu. Caldrà realitzar l'adaptació a la nova imatge corporativa.
- *Llibret tècnic adreçat a professionals*, experts i estudiosos del sector de la gestió dels residus amb la informació detallada i tècnica dels processos que es duen a terme a l'abocador controlat.
- *Fullet divulgatiu*, expressat de manera clara i entenedora, explicant què és i com funciona la instal·lació i els beneficis que s'en deriven. Caldrà introduir el posicionament de la planta en la gestió total dels residus (recollida, transport, tractament, valorització dels materials....)
- *Quaderns educatius per als escolars i quadern del professor*. Fins avui s'han dissenyat dos nivells bàsics: educació primària i secundària. Els continguts i les activitats proposades tracten la descripció i conceptes principals, els residus que admet, la descripció de la instal·lació, el tipus de tractament... El disseny de les activitats s'ha relacionat amb el currículum escolar o d'interès per a cada nivell. El suport i canal de distribució d'aquests quaderns és el web, hi ha una versió digital disponible. A partir d'aquest treball fet, caldrà ampliar-lo a nivell universitari per permetre visites a estudiants.

#### ❖ Web de la instal·lació

El web de l'abocador comarcal existeix des de febrer 2008. Inclou la informació bàsica de la instal·lació i els seus serveis. Caldrà millorar-la en els següents sentits:

- La incorporació de la imatge corporativa.
- La incorporació de més informació de la gestió com les analítiques i el control de la instal·lació

El treball interactiu amb les empreses de transport i clients de la instal·lació ha de permetre el contacte amb suggeriments per a incentivar la millora dels serveis. ([www.residus-temptorda.org/abocador](http://www.residus-temptorda.org/abocador))

#### ❖ Comunicació dels serveis oferts

L'abocador controlat de l'Alt Empordà ofereix diferents serveis a diferents tipologies de clients. La comunicació d'aquests serveis s'adaptarà a la forma i imatge del Catàleg de serveis relacionat amb els residus de l'entitat titular. Caldrà tenir en compte tres suports mínims:

- Flyers incorporats al catàleg general de serveis de residus amb el disseny corporatiu.
- Incorporació de les condicions i tramitacions dels serveis al web.
- Tramitació de les fitxes d'acceptació de clients, certificats i edició de targetes de client o usuari amb la imatge que marqui el manual d'estil de la imatge corporativa.
- Informació a través del procés de facturació (descomptes, millores dels serveis...)

#### ❖ Comunicació anual a la ciutadania

Caldrà planificar el cronograma de comunicació anual amb diferents accions:

- Publicació d'un informe anual de la planta (també en versió digital i per penjar al web)
- Notes de premsa dels resultats obtinguts
- Jornades de portes obertes o altra tipologia de jornades en la que s'ofereixi la visita a la planta.

#### ❖ Comunicació ordinària

En els diferents suports utilitzats habitualment (cartes, carpetes, albarans, correu electrònic...) s'utilitzarà la imatge corporativa segons el manual d'estil del pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus a l'Alt Empordà.

#### ❖ Altres suports

Fins avui l'abocador comarcal ha disposat d'un sol element de marxandatge consistent en un puzzle tamany A4 on es descriu el procés tractament i disposició de residus. A partir de la posada en marxa del nou Pla de comunicació caldrà disposar almenys de tres elements de marxandatge coherents amb la gestió sostenible dels residus i per a diferents segments de la població.

### **4.4.2. Al Centre de tractament de residus**

Accions i elements bàsics de comunicació i educació ambiental relatius a les plantes de tractament de residus del Centre de tractament de residus de l'Alt Empordà:

#### ❖ Actuacions durant la construcció de les instal·lacions

Caldrà definir un calendari d'accions de comunicació durant el procés de construcció de les plantes de tractament de residus en el qual s'haurà de tenir en compte:

- Fer un seguiment fotogràfic i audiovisual del procés de construcció per a utilitzar en diversos canals i accions de comunicació.
- Senyalitzar la planta en construcció utilitzant la imatge corporativa definida al Manual d'estil del Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus de l'Alt Empordà.

- Col·locar panells informatius amb les característiques principals de la futura planta i la il·lustració de l'obra finalitzada.
- Fer una programació d'accions informatives durant el procés de construcció. Les accions han de contenir, com a mínim: jornades informatives al municipi de Pedret i Marzà, jornades informatives a nivell comarcal dedicades a diferents segments de la població (alcaldes i regidors, tècnics d'ajuntaments, associacions d'empresaris i població en general), un cronograma amb la planificació de les notes de premsa, un dossier informatiu i tenir previst un protocol bàsic de comunicació de crisi.

#### ❖ Acte d'inauguració del centre

Caldrà planificar l'acte i el material necessari per a la seva execució. El material mínim que cal tenir en compte és:

- Un fulletó divulgatiu
- Notes de premsa
- Placa d'inauguració
- Senyalització exterior de la planta.

Pot ser interessant plantejar-se una primera jornada de portes obertes sota invitació el mateix dia de l'inauguració.

#### ❖ Visites a les instal·lacions

S'establirà un règim de visites per a diferents segments de població en funció dels interessos de cadascun. Caldrà basar-se en el Decàleg de visites a l'abocador vigent i proposar-ne les variacions necessàries.

Es portaran a terme tres tipus de visites:

- Visites dirigides a professionals
- Visites dirigides a estudiants d'educació primària, secundària i universitaris (caldrà tenir en compte la component tecnològica en el cas de visites a centres de secundària o universitaris)
- Visites divulgatives per al ciutadà (caldrà establir unes jornades portes obertes o similar)

La instal·lació ha de comptar doncs amb una sala de recepció de visitants i projecció i un circuit de visites de la instal·lació degudament senyalitzada i amb sistemes de seguretat.

Els elements i suports de comunicació per tal de facilitar la comprensió de les visites són:

- *Reportatges audiovisuals divulgatius sobre la planta* que mostrarà amb imatges reals els diferents processos i resultats obtinguts. En aquest cas hi haurà un reportatge dirigit a públic adult i un reportatge per a nens on s'utilitzarà la figura d'en Pitu Tries.
- *Panells de senyalització del recorregut de la planta.* Seran el suport per tal que el visitant pugui identificar i comprendre cada part del procés i la seva funció. S'utilitzarà la imatge gràfica de base segons el manual d'estil del pla de comunicació.
- *Plafons educatius d'informació.* S'hi mostrarà el procés sencer de tractament de la instal·lació (elements que surten i que entren) i el seu paper dins el cicle de vida d'un residu. Caldrà realitzar un plafó introductori amb la història social de la instal·lació i la seva construcció.

- *Llibret tècnic adreçat a professionals, experts i estudiosos del sector de la gestió dels residus amb la informació detallada i tècnica dels processos que es duen a terme a la planta.*
- *Fullet divulgatiu, expressat de manera clara i entenedora, explicant què és i com funciona la instal·lació i els beneficis que s'en deriven. Caldrà introduir el posicionament de la planta en la gestió total dels residus (recollida, transport, tractament, valorització dels materials....)*
- *Quaderns educatius per als escolars i quadern del professor. Es dissenyaran tres nivells bàsics: educació primària, secundària i universitària. Els continguts i les activitats proposades han de tractar de la descripció i conceptes principals, els residus que admet cadascuna de les plantes, la descripció de la instal·lació, el tipus de tractament... Caldrà dissenyar una proposta pedagògica per a cada planta de tractament. Caldrà dissenyar les activitats a estudiar per tal de relacionar-lo amb el currículum escolar o d'interès per a cada nivell. El suport i canal de distribució d'aquests quaderns ha de ser el web, hi ha d'haver una versió digital disponible. Com a mínim, ha d'assimilar-se a les propostes pedagògiques vigents a les visites de l'abocador comarcal.*

#### ❖ Web de la instal·lació

La web del Centre de tractament de residus de l'Alt Empordà s'adaptarà a la web existent per a l'abocador comarcal. Actualment existeix una extranet a la qual s'inclou la informació per a tots els clients de les plantes així com un protocol d'introducció de dades de residus entrats a cada planta (tant per a ajuntaments com per usuaris privats). Per tant, caldrà fer el disseny d'un web per a cada planta seguint la imatge corporativa amb la informació mínima següent: la informació interactiva i visual del funcionament de la planta, la seva situació i com arribar-hi, les taxes, els serveis i tramitacions, els residus admesos, les visites i material de visites digital (dossiers pedagògics, audiovisuals, fulletons...), contacte i resultats. (veure [www.residus-alttemporda.org/abocador](http://www.residus-alttemporda.org/abocador)).

#### ❖ Comunicació dels serveis oferts

El Centre de tractament de residus de l'Alt Empordà oferirà diferents serveis a diferents tipologies de clients. La comunicació d'aquests serveis s'adaptarà a la forma i imatge del Catàleg de serveis relacionat amb els residus de l'entitat titular de les plantes. Caldrà tenir en compte tres suports mínims:

- Flyers incorporats al catàleg general de serveis de residus amb el disseny corporatiu.
- Incorporació de les condicions i tramitacions dels serveis al web.
- Tramitació de les fitxes d'acceptació de clients i edició de targetes de client o usuari amb la imatge que marqui el manual d'estil de la imatge corporativa.
- Informació a través del procés de facturació (descomptes, millores dels serveis...)

#### ❖ Comunicació anual a la ciutadania

Caldrà planificar el cronograma de comunicació anual amb diferents accions:

- Publicació d'un informe anual de la planta (també en versió digital i per penjar al web)
- Notes de premsa dels resultats obtinguts
- Jornades de portes obertes o altra tipologia de jornades en la que s'ofereixi la visita a la planta.

#### ❖ Comunicació ordinària

En els diferents suports utilitzats habitualment (cartes, carpetes, albarans, correu electrònic...) s'utilitzarà la imatge corporativa segons el manual d'estil del pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus a l'Alt Empordà.

❖ Altres suports

Al centre de tractament de residus hi haurà sempre disponible almenys tres elements de marxandatge coherents amb la gestió sostenible dels residus i per a diferents segments de població. Els elements portaran la imatge corporativa del manual d'estil del pla de comunicació comarcal.

Dins aquest apartat, es requereix que bianualment es faci un disseny d'un element de divulgació del procés que es porta a terme en el tractament de residus de les plantes que faciliti les tasques d'educació ambiental (joc de taula, joc interactiu o altres propostes). També caldrà aportar un estant mòbil i desmuntable per a la participació i difusió del nou model de gestió de residus en manifestacions de la comarca.



Cal esmentar que tots els suports divulgatius portaran, en l'espai dedicat als logotips, la identificació del Pla territorial sectorial d'infraestructures de gestió de residus municipals a Catalunya

### **4.4.3. A les deixalleries**

#### **4.4.3.1. Deixalleria Comarcal**

Accions i elements bàsics de comunicació i educació ambiental relatius a la Deixalleria Comarcal de l'Alt Empordà:

❖ Actuacions durant la construcció de la instal·lació

Caldrà definir un calendari d'accions de comunicació durant el procés de construcció de la deixalleria en el qual s'haurà de tenir en compte:

- Fer un seguiment fotogràfic i audiovisual del procés de construcció per a utilitzar en diversos canals i accions de comunicació.
- Senyalitzar la deixalleria en construcció utilitzant la imatge corporativa definida al Manual d'estil del Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus de l'Alt Empordà.
- Col·locar panells informatius amb les característiques principals de la futura deixalleria comarcal i la il·lustració de l'obra finalitzada.
- Fer una programació d'accions informatives durant el procés de construcció. Les accions han de contenir, com a mínim: jornades informatives, un cronograma amb la planificació de les notes de premsa, un dossier informatiu i tenir previst un protocol bàsic de comunicació de crisi.

❖ Acte d'inauguració del centre

Caldrà planificar l'acte i el material necessari per a la seva execució. El material mínim que cal tenir en compte és:

- Un fulletó divulgatiu
- Notes de premsa
- Placa d'inauguració
- Senyalització exterior de la deixalleria.

Pot ser interessant plantejar-se una primera jornada de portes obertes sota invitació el mateix dia de l'inauguració.

#### ❖ Visites a les instal·lacions

S'establirà un règim de visites per a diferents segments de població en funció dels interessos de cadascun. Caldrà basar-se en el Decàleg de visites a l'abocador vigent i proposar-ne les variacions necessàries.

Es portaran a terme tres tipus de visites:

- Visites dirigides a professionals
- Visites dirigides a estudiants d'educació primària, secundària.
- Visites divulgatives per al ciutadà (caldrà establir unes jornades portes obertes o similar)

La instal·lació ha de comptar doncs amb un espai d'exposició i rebuda de visites i un circuit de visites de la instal·lació degudament senyalitzat i amb sistemes de seguretat.

Els elements i suports de comunicació per tal de facilitar la comprensió de les visites són:

- *Pannells de senyalització del recorregut de la deixalleria.* S'utilitzarà la imatge gràfica de base segons el manual d'estil del pla de comunicació.
- *Pannells i adhesius de senyalització dels contenidors corresponents a cada residu.* Aquests hauran d'incloure els pictogrames que representen cada residu, el nom del residu i la imatge corporativa. Aquests suports han de permetre efectuar canvis de correspondència entre residu-contenedor de manera senzilla.
- *Plafons educatius d'informació.* S'hi mostrarà el procés de reutilització que segueixen els residus admesos a la instal·lació i el seu paper dins el cicle de vida d'un residu per a convertir-lo en recurs. Caldrà realitzar un plafó introductor amb la història social de la instal·lació i la seva construcció.
- *Fulletó divulgatiu, expressat de manera clara i entenedora, explicant què és i com funciona la instal·lació i els benefici que s'en deriven.* Caldrà introduir el posicionament de la planta en la gestió total dels residus (recollida, transport, tractament, valorització dels materials....)
- *Quaderns educatius per als escolars i quadern del professor.* Es dissenyaran dos nivells bàsics: educació primària i secundària. Els continguts i les activitats proposades han de tractar de la descripció i conceptes principals, els residus que admet la deixalleria, la descripció de la instal·lació, el tipus de tractament... Caldrà dissenyar les activitats a estudiar per tal de relacionar-lo amb el currículum escolar o d'interès per a cada nivell. El suport i canal de distribució d'aquests quaderns ha de ser el web, hi ha d'haver una versió digital disponible. Com a mínim, ha d'assimilar-se a les propostes pedagògiques vigents a les visites de l'abocador comarcal.

La visita inclourà una menció especial al taller de restauració i mercat de segona mà de mobles i elements voluminosos incidint així en la prevenció de residus.

#### ❖ Web de la instal·lació

El web de la Deixalleria Comarcal de l'Alt Empordà s'inclourà dins el web del Servei de deixalleria a la Comarca. Aquest últim tindrà la informació de la deixalleria comarcal, de cada instal·lació de la Xarxa de mini-deixalleries i de les deixalleries municipals. Actualment existeix una extranet a la qual s'inclou la informació per a tots els clients de la deixalleria comarcal, així com un protocol d'introducció de dades de residus entrats a la instal·lació (tant per a ajuntaments com per usuaris privats). El disseny del web ha de seguir la imatge corporativa amb la informació mínima següent: la informació interactiva i visual del funcionament de la deixalleria, la seva situació i com arribar-hi, les taxes, els serveis i tramitacions, els residus admesos, les visites i material de visites digital (dossiers pedagògics, audiovisuals, fulletons...), contacte i resultats. (veure [www.residus-altemporda.org/abocador](http://www.residus-altemporda.org/abocador)).

#### ❖ Comunicació dels serveis oferts

La Deixalleria Comarcal de l'Alt Empordà oferirà diferents serveis a diferents tipologies de clients. La comunicació d'aquests serveis s'adaptarà a la forma i imatge del Catàleg de serveis relacionat amb els residus de l'entitat titular de la instal·lació. Caldrà tenir en compte tres suports mínims:

- Flyers incorporats al catàleg general de serveis de residus amb el disseny corporatiu.
- Incorporació de les condicions i tramitacions dels serveis al web.
- Tramitació de les fitxes d'acceptació de clients i edició de targetes de client o usuari amb la imatge que marqui el manual d'estil de la imatge corporativa.
- Informació a través del procés de facturació (descomptes, millores dels serveis...)

#### ❖ Comunicació anual a la ciutadania

Caldrà planificar el cronograma de comunicació anual amb diferents accions:

- Publicació d'un informe anual de la deixalleria (també en versió digital i per penjar al web)
- Notes de premsa dels resultats obtinguts
- Jornades de portes obertes o altra tipologia de jornades en la que s'ofereixi la visita a la deixalleria.

#### ❖ Comunicació ordinària

En els diferents suports utilitzats habitualment (cartes, carpetes, albarans, correu electrònic...) s'utilitzarà la imatge corporativa segons el manual d'estil del pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus a l'Alt Empordà.

#### ❖ Altres suports

A la deixalleria comarcal hi haurà sempre disponible almenys dos elements de marxandatge coherents amb la selecció de les fraccions minoritàries dels residus, la prevenció de residus i per a diferents segments de població. Els elements portaran la imatge corporativa del manual d'estil del pla de comunicació comarcal.

### **4.4.3.2. Xarxa de mini-deixalleries**



La Xarxa Comarcal de mini-deixalleries disposa d'un logotip consolidat. La utilització d'aquest és imprescindible juntament amb la imatge corporativa que incorpora aquest Pla de comunicació.

Per a cada mini-deixalleria els elements de comunicació consistiran en:

❖ Actuacions durant la construcció de les instal·lacions

Caldrà senyalitzar la deixalleria en construcció utilitzant la imatge corporativa definida al Manual d'estil del Pla de comunicació relatiu a la gestió dels residus de l'Alt Empordà.

❖ Actuacions de senyalització

- *Pannells de senyalització del recorregut de la deixalleria per a usuaris.* Això inclou un pannel general amb les dades d'obertura i utilització de la mini-deixalleria. S'utilitzarà la imatge gràfica de base segons el manual d'estil del pla de comunicació.
- *Pannells i adhesius de senyalització dels contenidors corresponents a cada residu.* Aquests hauran d'incloure els pictogrames que representen cada residu, el nom del residu i la imatge corporativa.
- *Pannel d'adhesió al Mercat vital de segona mà.*

❖ Comunicació a la ciutadania

- La instal·lació tindrà *un espai web propi* a la plataforma del servei de deixalleria comarcal amb la informació bàsica per a l'usuari (ubicació, dades d'obertura, taxes, residus admesos i resultats de residus)
- Es disposarà de *material de funcionament general*: targetes d'usuari, llibres de registre, albarans i altres suports bàsics amb la imatge corporativa de la xarxa de mini-deixalleries.
- *Fulletó informatiu* amb la informació bàsica de la mini-deixalleria dirigit a l'usuari.

#### **4.4.3.3. Deixalleries municipals**

Cada deixalleria comarcal tindrà la seva pròpia política de senyalització tenint com a base la Norma tècnica per a deixalleries de l'Agència de residus de Catalunya.

En el moment que una instal·lació introdueixi o s'adhereixi a un servei comarcal procedirà a senyalitzar-lo segons la imatge o disseny de campanya corresponent.

#### **4.4.4. Altres centres de tractament i selecció de residus**

Qualsevol centre de tractament i selecció de residus de la comarca que tingui un lligam amb un servei comarcal caldrà que incorpori, amb la seva imatge pròpia, la imatge corporativa tal i com s'indica al Manual d'estil.

#### **4.5. Comunicació dels serveis**

Un servei és una alternativa o solució que proposa una entitat per donar resposta a una necessitat o un repte de la població. La nostra entitat proposa diferents serveis relacionats amb la gestió dels residus un cadascun d'ells ha de relacionar-se amb els valors d'*eficiència, innovació, diversitat i implicació* que la defineixen.

#### **4.5.1. Serveis de recollida de residus**

La presentació dels serveis es farà doncs a partir d'un catàleg de serveis que ha d'incloure la presentació d'aquests valors.

Es proposa un catàleg cada quatre anys que permeti una revisió anual fàcil per a la millora i modificació dels serveis així com la introducció dels nous. La imatge del catàleg ha de ser coherent amb la imatge corporativa i amb els valors tramesos per l'entitat.

El catàleg tindrà dues parts:

- ❖ Una part fixa que inclourà la presentació de l'entitat, la seva missió i els valors que marquen les seves línies de treball. També s'hi tindran en compte les informacions següents: dades bàsiques de l'entitat, horaris i informació d'atenció al públic, mapa d'equipaments associats als serveis, serveis i tramitacions en xarxa per la web...
- ❖ Una part mòbil que inclourà cada servei ofert classificat segons els possibles usuaris (ajuntaments, escoles, empreses o població en general). Els serveis seran presentats de forma resumida i amb llenguatge planer i dirigiran a l'usuari cap a les alternatives per a trobar la informació complementària (web o atenció telefònica).

Per tal de poder facilitar la introducció de nous serveis, la part fixa tindrà un apartat on s'hi podran introduir fitxes o flyers cadascun dels quals es referirà a un servei.

La portada i disseny del catàleg contindrà el missatge clau de valor i a contraportada un índex temàtic.

El catàleg de serveis ha de tenir una versió en format web. Vist l'anàlisi de les actuacions realitzades caldrà doncs la transformació de la web índex de serveis de residus ([www.residus-ateporda.org](http://www.residus-ateporda.org)) en una versió digital del catàleg. Els serveis han de ser presentats de forma senzilla i dinàmica atès que inclourà links a la pàgina web específica per a la gestió de cada servei que gaudeix de la informació complementària. La imatge ha de seguir la imatge corporativa i ha d'incloure la informació de la part fixa del catàleg.

La informació continuada als usuaris dels diferents serveis es farà seguint diferents estratègies:

- Per correu electrònic en el moment de la introducció de noves variables al servei.
- Incorporant les variacions dels serveis al web corresponent.
- Adreçant-se als usuaris en l'enviament de la facturació. En aquest sentit, les factures dels serveis hauran de contenir les condicions econòmiques del servei i incloure les possibles bonificacions i/o descomptes relacionats amb la tipologia de clients o la utilització dels serveis.

Els elements materials que permeten portar a terme els serveis de recollida de residus portaran la imatge corporativa i/o la imatge de les campanyes de sensibilització adaptades per a fomentar el bon ús del servei i del material.

En el cas dels contenidors de recollida de residus es senyalitzaran amb adhesius que indiquin quins residus cal introduir-hi.

#### **4.5.2. Altres serveis de caràcter mediambiental**

El catàleg, tant la versió en paper com la digital, ha de permetre la introducció d'altres serveis mediambientals sempre i quan l'entitat amplii el seu àmbit d'actuació. La imatge

corporativa disposa d'un apartat d'adaptació per aquests serveis i sempre s'hauran d'associar a un valor de treball de l'entitat.

La introducció de nous serveis potser requerirà la revisió de la part fixa del catàleg.

## **4.6. Campanyes de sensibilització i canvi d'hàbits**

### **4.6.1. Prevenció de residus**

La quantitat de residus municipals no deixa d'augmentar. En l'actualitat superen els 600 kg per habitant a l'any en la majoria de les grans ciutats europees. A Catalunya generem, precisament, 598,6 kg per persona i any.

L'increment en la generació de residus és un símptoma d'un model de producció i consum no sostenibles, ja que els residus són tan sols un indicador del consum total de recursos que fa cada ciutadà en els països més desenvolupats.

Fins avui el Consell Comarcal de l'Alt Empordà ha iniciat diverses campanyes per al foment de la prevenció de residus, sobretot enfocats a la compra verda, la disminució de bosses de plàstic i la introducció de fires de l'intercanvi als centres escolars i mercats de segona mà en el marc de les deixalleries. Aquestes estratègies han tingut acceptació i cal un seguiment i millora d'aquestes introduint variants i fent-les més atractives.

Les actuacions de comunicació per al foment de la prevenció que es portaran a terme són:

#### **❖ Foment de l'autocompostatge o compostatge casolà en zones rurals**

Es preveu iniciar una campanya comarcal d'implantació del compostatge casolà durant el 2008 a 10 municipis de la comarca. Aquesta experiència es vol estendre als demés municipis que per les seves característiques poden implantar aquest sistema de reducció de FORM. (per a més detalls veure l'apartat de FORM)

#### **❖ Foment del compostatge comunitari en centres escolars**

Alguns centres escolars tenen servei de menjador i també fan activitats de tipus hort ecològic a l'escola. Dins el marc del Programa Re-paper, el Consell Comarcal Alt Empordà impulsarà el compostatge comunitari a les escoles que ho sol·licitin.

#### **❖ Foment de l'ús responsable del paper**

Les actuacions portades a terme fins avui que es relacionen amb la reducció de paper han estat puntuals en el marc dels ens locals i escoles. Caldrà incentivar aquesta pràctica amb accions de sensibilització a la població per tal de crear nous hàbits de funcionament pel foment de la reducció del paper i cartró incloent els comerços i altres productors importants.

#### **❖ Promoció de bosses reutilitzables**

S'impulsarà la utilització de bosses reutilitzables als comerços a partir d'iniciatives de col·laboració amb les associacions de comerciants, grans superfícies de la comarca...

#### **❖ Promoció dels mercats de segona mà**

A la comarca ja se celebren anualment alguns mercats de segona mà o fires d'intercanvi. A partir de l'eina iniciada actualment pel Consell Comarcal Alt Empordà com és el Mercat Virtual de segona mà a les deixalleries, s'intentarà incidir en la introducció de més usuaris en aquest tipus de mercat.

#### **❖ Desenvolupament de mesures de promoció de la reutilització de mobles i objectes diversos (tallers de reutilització i restauració)**

Una de les actuacions importants per a animar a la població a reutilitzar aquests objectes és la promoció del bricolatge. Pel 2008 i 2009 estan previstos diversos tallers de reutilització i restauració de mobles en municipis amb deixalleria, així com un programa audiovisual de bricolatge per a fomentar la reutilització de diversos objectes. En el marc de les infraestructures es proposa un Taller comarcal de reutilització a la deixalleria comarcal.

#### 4.6.2. Foment de la recollida selectiva

L'àrea de medi ambient del Consell Comarcal de l'Alt Empordà ha disposat d'unes directrius bàsiques per tal de planificar i introduir les diferents campanyes de sensibilització en els projectes i serveis més importants de l'àrea i que cal impulsar. Les campanyes de sensibilització ja fa quatre anys que tenen un personatge com a fil conductor: en Pitu Tries. Fins avui aquest personatge ja consolidat, tant en la seva versió de còmic com en versió real (actor), ja ha visitat escoles, ha fet espectacles teatrals als municipis, ha format part de tots els suports de sensibilització...

Actualment, l'àrea de medi ambient es troba en constant creixement pel que fa als seus serveis relacionats amb els residus i les exigències de selecció són cada dia més importants ja només pel sol fet de la gran varietat de residus que generem.

Les noves campanyes permetran doncs una posada al dia dels serveis de recollida selectiva dels nostre ens, tot i recordant la importància de la selecció en origen i dels procediments més adients per a portar-la a terme.

Els objectius bàsics de les campanyes de sensibilització de residus són:

- Incentivar la recollida selectiva de paper, vidre, envasos lleugers, fracció orgànica i fraccions minoritàries en tots els àmbits de la vida quotidiana.
- Aconseguir disminuir el percentatge d'impropis de la recollida selectiva.
- Fer campanyes massives i campanyes dirigides a diferents segments per tal d'arribar a tot tipus de població.

Cadascuna de les campanyes es dissenyaran de manera individual determinant una freqüència periòdica per tal de reforçar els missatges a través de recordatoris continuats. Al disseny específic de campanya s'introduirà la imatge corporativa determinada al manual d'estil.

Per als propers anys ja s'han determinat algunes actuacions:

- ❖ **Participació a L'Ecosemmana de Figueres** a l'octubre de 2008 amb diferents accions de sensibilització i un estant informatiu que presentarà la nova imatge corporativa dels serveis de residus a la comarca.
- ❖ **Campanya pel foment de la recollida d'oli vegetal** a les deixalleries de la comarca amb la distribució de bidons domèstics per a facilitar la selecció d'oli vegetal a la llar.



- ❖ **Campanyes massives** per a recordar els aspectes essencials de la recollida selectiva. S'incidirà en la disminució dels impropis i en l'implantació de la recollida de noves fraccions en alguns municipis.
- ❖ **Campanya per a fomentar la recollida dels RAEEs** a les deixalleries.
- ❖ Altres iniciatives.

#### 4.6.3. Ambientalització de festes populars

El Consell Comarcal de l'Alt Empordà, ha realitzat diverses campanyes i actuacions puntuals destinades a l'ambientalització de les festes populars, moltes d'elles en el marc de la prevenció de residus.

Durant el 2005 i 2006 es varen repartir 65.000 gots reutilitzables per festes majors a tots els municipis de la comarca. Aquests gots s'han utilitzat en els bars de festa major, en àpats populars i altres actes per part dels municipis i les comissions de festes.

També es va realitzar una "Guia digital de prevenció de residus" en la qual s'inclouen enquestes d'autoavaluació per a la correcta gestió dels residus a les activitats locals. Aquestes enquestes donen consell i idees per tal de millorar i implantar la gestió dels residus en actes populars i altres manifestacions de caràcter local. ([www.residus-altemporda.org/guia2007](http://www.residus-altemporda.org/guia2007)).

Per últim, el servei de recollida selectiva del consell comarcal té un servei puntual de contenidors temporals per a festes. Consisteix bàsicament en unes bateries de contenidors de recollida selectiva de 1.100 litres que es poden posar durant els dies que sigui necessari a prop dels llocs on es celebren els actes ([www.selectiva-altemporda.org](http://www.selectiva-altemporda.org)).

Amb l'objectiu d'englobar aquestes actuacions i completar-les l'àrea de medi ambient ha redactat un Pla d'ambientalització comarcal d'esdeveniments i festes populars.

Aquest pla estratègic pretén planificar les actuacions de comunicació i ambientalització de festes populars a l'Alt Empordà en els propers anys. Aquestes actuacions estaran condicionades a l'evolució de la recollida selectiva a la comarca així com a les oportunitats de gestió d'aquestes per separat.

Els objectius d'aquestes actuacions són:

- Difondre els valors ètics i ambientals que basteixen la cultura de la sostenibilitat en matèria de residus municipals.
- Desenvolupar hàbits de millora del comportament ambiental de la població
- Fomentar mesures d'ambientalització en festes populars que les facin més sostenibles.
- Difondre el nou model de gestió de residus municipals a la comarca.

El Pla d'ambientalització inclou diferents actuacions de comunicació i participació ciutadana com són:

- ❑ Incorporació d'illes de contenidors de recollida selectiva pels centres cívics.
- ❑ Redacció d'un Pla de gestió de recollida selectiva comarcal per a les festes populars.
- ❑ Preparació i xerrades pels responsables dels ajuntaments en relació a l'ambientalització de festes populars
- ❑ Procés de participació per als organitzadors de festes per tal de crear una Comissió Comarcal d'ambientalització de festes i un "fòrum d'idees" per ambientalitzar els actes.

- ❑ Preparació i edició de material informatiu per a organitzadors de festes amb els resultats del "fòrum d'idees" per tal de difondre-ho a la comarca.
- ❑ Creació d'un apartat al web sobre "ambientalització de festes populars" que contingui informacions i idees així com un sistema de fòrum per internet.
- ❑ Creació d'un punt verd d'informació mòbil que es pugui desplaçar als municipis.
- ❑ Monitoratge per a vetllar per la correcta gestió dels actes i la gestió del punt verd d'informació.
- ❑ Edició de material informatiu per a la població en general que col·laborin amb el correcte desenvolupament sostenible dels actes.

Aquesta iniciativa parteix del supòsit que podria ser la plataforma indicada per a la comunicació i participació amb associacions i grups d'acció a nivell municipal o comarcal. Per tant permet l'ampliació a diferents propostes i àmbits que puguin relacionar-se amb el món dels residus.

*(veure el Pla d'ambientalització de festes i el document tècnic explicatiu del procés participatiu aprovat)*

#### **4.6.4. Programa RE-PAPER per a centres escolars**

L'àrea de Medi Ambient del Consell Comarcal Alt Empordà té delegada la recollida selectiva de paper i cartró de tots els municipis de la comarca excepte Figueres, Roses i L'Escala. Cada any, juntament amb aquest servei es porten a terme campanyes per a fomentar la recollida selectiva del paper i de les altres fraccions valoritzables dels residus.

El setembre de 2005 l'àrea de medi ambient va enviar a les escoles una oferta de diferents activitats i visites pedagògiques per a treballar la temàtica de la gestió dels residus. I a partir del gener del 2006 posa en marxa el Programa RE-PAPER.

Aquest programa neix amb la necessitat dels centres educatius a tenir a l'abast un servei de recollida selectiva de paper que faciliti la tasca diària del centre de la recollida d'aquest residu. D'altra banda, l'interès creixent d'integrar els centres educatius en xarxes com les "Escoles verdes" fa que les accions encaminades a la sostenibilitat dins les escoles siguin freqüents.

RE-PAPER és una resposta a aquestes necessitats en la mesura que:

- Inicia un servei de recollida de paper i cartró específic per a les escoles
- Complementa el servei amb una campanya d'inici amb elements de motivació per a crear els hàbits del reciclatge: el retorn, elements teatrals, consultes pels mestres....
- Aporta uns dossiers educatius per a ajudar al mestre en la tasca de facilitar la comprensió de la importància del reciclatge.
- Disposa d'un web que té per objectiu ser una plataforma virtual d'intercanvi d'idees i experiències entre centres i professors quan a les activitats relacionades amb els reciclatge de residus realitzades a la comarca.
- Anualment proposa noves iniciatives als centres escolars per a impulsar l'educació ambiental.

El programa RE-PAPER és una eina eficaç de comunicació entre l'entitat i els centres escolars de la comarca. Inclou un butlletí periòdic per a notificar novetats ofertes pel programa a les escoles.

Els suports comunicatius de RE-PAPER tenen una imatge pròpia on caldrà incorporar la imatge corporativa.

#### **4.7. Comunicació interna**

"Actuar i comunicar són accions complementàries". Les organitzacions públiques, prestadores de serveis, disposen de personal per a poder-los portar a terme. Aquestes persones representen, alhora que ciutadans, la cara més propera de la nostra organització. Per aquesta raó les podem considerar un referent i un factor influenciat important pels usuaris dels serveis. Des del punt de vista de la comunicació, el personal representa un instrument per a la comunicació creïble, així com un mitjà per a aconseguir que els ciutadans tinguin una experiència de valor durant la utilització dels serveis.

Per aquesta raó, cal aconseguir una complicitat comunicativa amb els treballadors de l'organització, cal compartir la visió i la missió, mantenir-los informats, cooperar i crear entusiasme i motivació. Aquest objectiu es treballa a través de la comunicació interna.

Existeixen dos tipus de comunicació interna que circula per diferents canals; la comunicació descendent i la ascendent. És important la generació de diferents suports de comunicació interna (orals, escrits, audiovisuals, digitals, etc.) per a que aquesta sigui més plena de contingut.

La comunicació descendent utilitza eines com els taulers d'anuncis, publicacions institucionals, manuals d'acollida, cartes al personal, reunions, jornades de portes obertes, etc, encara que la millor forma de comunicació descendent és la relació personal amb cada treballador seguida de la utilització de suports digitals i escrits.

La comunicació ascendent utilitza eines com les suggeriments dels treballadors, ja sigui en bústies, fòrums de discussió, correu electrònic, intranets, etc on el treballador pot participar de manera activa.

Gestionar la comunicació interna implica definir un conjunt d'accions i procediments mitjançant els quals es despleguen una gran quantitat de recursos de comunicació per recolzar la feina de les organitzacions i té com a objectius generals:

- ❖ Promoure la comunicació entre els membres de la organització.
- ❖ Facilitar la integració entre las realitzacions personals i les institucionals.
- ❖ Reduir punts de conflicte intern.
- ❖ Contribuir en la creació d'espais d'informació, participació i opinió.

El Programa de Comunicació Interna relatiu al Pla de comunicació de la gestió de residus a l'Alt Empordà ha de tenir en compte que existeixen tres tipus d'agents relacionats directament amb la gestió dels serveis:

- El Consell Comarcal de l'Alt Empordà (personal de l'àrea de medi ambient, gerència i conseller comarcal de l'àrea de residus)
- Els ajuntaments de la comarca (alcalde, regidor de medi ambient o serveis i tècnics)
- Les empreses concessionàries dels serveis de recollida, tractament i transport dels residus contractats pels ens locals.

La comunicació interna en aquest àmbit té els següents objectius específics:

- ❖ Construir una identitat pròpia, amb una visió, una missió i uns valors de treball, que inclogui les entitats i empreses relacionades amb la gestió dels residus a la comarca en un clima de confiança i motivació.
- ❖ Trencar possibles barreres entre els diferents agents relacionats amb la gestió dels residus, per la seva acció com element integrador entre ells.
- ❖ Informar tant a les entitats com als treballadors implicats de forma individual o col·lectiva.
- ❖ Fer participis tant a les entitats com als empleats dels objectius aconseguits per l'empresa.
- ❖ Rebre el feedback dels treballadors i les entitats, permetent que cada individu s'expressi davant la Direcció per tal de fer suggeriments de millora del funcionament.
- ❖ Afavorir la comunicació a tots els nivells i en tots els sentits.
- ❖ Millorar el rendiment del personal.

En definitiva, el programa de Comunicació Interna ben aplicat afavorirà la consecució de les expectatives, millorarà el clima intern i proporcionarà a l'organització un magnífic vehicle per afrontar nous reptes.

L'estratègia de comunicació interna es realitzarà a partir de la combinació de diferents instrument físics i virtuals per a aconseguir una transmissió de missatges i un feed-back òptim per a cada segment que pertany a la organització interna de la gestió dels residus. L'ampli ventall de possibilitats comunicatives existent permetran a l'entitat seleccionar el mitjà més apropiat segons la formalitat o caràcter del missatge que es vulgui transmetre.

Taules d'actuacions de comunicació interna:

<b>MITJANS FÍSICS</b>			
<b>INSTRUMENT</b>	<b>CONCEPTE</b>	<b>OBJECTIU</b>	<b>DIRIGIT A...</b>
<b>Memòria anual</b>	Redacció de les activitats portades a terme per l'entitat durant l'any i resultats. En dos formats: un extens i un resumit	Fer participis tots els col·laboradors dels objectius aconseguits	Totes les persones vinculades al servei: Per a ajuntament i responsables d'empresa la versió llarga, per a treballadors la versió resumida.
<b>Butlletí periòdic</b>	Anunciar trimestralment les noves activitats que es portaran a terme relacionades amb els residus.	Informar periòdicament de les activitats que s'han de fer a la comarca en l'àmbit dels residus	Per a totes les persones vinculades al servei que no tinguin mitjans informàtics.
<b>Tauler d'anuncis i circulars</b>	Anunciar novetats puntuals que es porten a terme.	Posada al dia de les activitats o canvis no planificades.	Treballadors de les diferents entitats relacionades.
<b>Senyalització</b>	A les instal·lacions i material amb la imatge corporativa	Sentiment de pertinença a l'entitat global	Instal·lacions, material, uniformes, targetes identificatives per personal.
<b>Campanyes de sensibilització internes</b>	Versió interna de les campanyes de sensibilització que es realitzen a la població.	Posar al corrent al personal de les activitats que es realitzen a nivell extern	Tot el personal de les entitats afectades
<b>Formació continuada</b>	Oferta de cursos de formació continuada sobre la gestió dels residus i treball en equip...	Millora dels serveis, motivació del personal i política de promoció interna.	Tots els treballadors en contacte amb els serveis de residus.
<b>Enquestes periòdiques</b>	Distribució d'enquestes anuals relacionades amb els serveis amb les nòmines	Captar possibles millores tant dels serveis com de les preocupacions dels treballadors.	Tots els treballadors dels agents implicats.
<b>Bústia de</b>	A cada entitat caldrà tenir	Captar idees de millora	Tots els treballadors dels



<b>suggeriments</b>	una bústia de suggeriments per als treballadors	que sorgeixin puntualment dels treballadors	agents implicats.
<b>Butlletes d'anàlisi d'incidències</b>	Protocol i formulari d'incidències detectades als serveis	Detecció ràpida i control d'incidències.	Tots els treballadors dels agents implicats.
<b>Reunions periòdiques</b>	Constitució d'una comissió tècnica amb reunions trimestrals	Planificació conjunta de les diferents actuacions i projectes i avaluació de les mateixes.	Caps de servei de les diferents entitats vinculades a la gestió dels residus

<b>MITJANS VIRTUALS</b>			
<b>INSTRUMENT</b>	<b>CONCEPTE</b>	<b>OBJECTIU</b>	<b>DIRIGIT A...</b>
<b>Memòria virtual anual</b>	Versió digital de la memòria anual	Comunicació interna i externa de les activitats de l'entitat	Pública
<b>Programa de seguiment de projectes</b>	Utilització d'un programa de gestió dels cronogrames de les activitats de l'entitat	Facilitar la planificació i coordinació dels diferents agents i estalvi de recursos	Caps tècnics de les entitats vinculades
<b>Butlletí virtual periòdic</b>	Versió digital del butlletí trimestral enviada per correu electrònic (nova versió del butlletí actual per ajuntaments)	Facilitar la lectura de les actuacions projectades i links per a més informació al respecte	Tots els treballadors dels agents implicats
<b>Circulars per Correu electrònic</b>	Anunciar virtualment novetats puntuals que es porten a terme.	Posada al dia de les activitats o canvis no planificades.	Treballadors de les diferents entitats relacionades.
<b>Crear una part de l'extranet per a comunicació interna.</b>	Creació d'una pàgina d'extranets amb continguts de comunicació interna	Tenir la informació interna penjada a la xarxa a nivell intern i amb password	Treballadors que utilitzin mitjans informàtics.
<b>Fòrums i Chat (missatges instantanis)</b>	Sistema de missatgeria instantània	La comunicació ràpida entre entitats sense utilització dels telèfon.	Personal que treballi amb mitjans informàtics o telèfon mòbil
<b>Portals extranet de serveis</b>	Gestió de dades de gestió dels serveis a través de la xarxa	Compartir dades de gestió a través d'una xarxa interna	Personal que treballi amb mitjans informàtics
<b>Tràmits en línia</b>	Formularis per a diferents processos referits als serveis entre entitats gestores	Facilitar els tràmits entre entitats gestores	Personal que treballi amb mitjans informàtics
<b>Enquestes virtuals</b>	Distribució d'enquestes anuals relacionades amb els serveis per correu electrònic	Captar possibles millores tant dels serveis com de les preocupacions dels treballadors.	Tots els treballadors dels agents implicats amb mitjans informàtics.
<b>Bústia virtual de suggeriments</b>	Formulari a l'extranet de comunicació interna per a rebre suggeriments sobre el funcionament dels serveis	Captar idees de millora que sorgeixin puntualment dels treballadors	Tots els treballadors dels agents implicats.
<b>Transmissió d'incidències</b>	Formulari a l'extranet de comunicació interna per a rebre incidències sobre el funcionament dels serveis	Facilitar un arxiu d'incidències a tenir en compte en la millora i planificació dels serveis	Tots els treballadors dels agents implicats.

#### **4.8. Comunicació de crisi**

Una crisi és un canvi o succés que altera el ritme habitual d'una entitat i pot afectar negativament, de forma general, a la seva imatge i reputació pública, i de forma específica, als seus serveis, treballadors i dirigents.

En el nostre cas, els serveis relacionats amb la gestió i tractament de residus poden veure's alterats per situacions de crisi que afectaria de manera important al Consell

Comarcal de l'Alt Empordà, com a entitat gestora, i per la seva naturalesa, poden ser objecte de gran interès periodístic, polític i de la població.

Per aquesta raó, tot i tenir-ho en aquest apartat del Pla de comunicació, seria interessant disposar un Pla de crisi complet que permetria abordar les eventuais tipologies de situacions crítiques de manera correcta i constructiva. Aquest document hauria de comptar amb una auditoria de riscos, la planificació dels objectius de resolució de la crisi, els procediments a seguir, el comitè de crisi...

La comunicació de crisi té per objectius: frenar la crisi i que la pèrdua de credibilitat i imatge de l'entitat sigui mínima. Respecte als aspectes de la gestió de la comunicació de crisi establirem diferents protocols i recomanacions generals.

#### **4.8.1. Abans de la crisi**

- ❖ Caldrà tenir sempre disponible la informació bàsica de l'entitat, els serveis que realitza, el personal, les empreses concessionàries, la planificació d'emergències...
- ❖ Disposar de models de comunicació que facin més ràpida la reacció comunicativa.
- ❖ Disposar d'un *Comitè de crisi*: compostat per experts i responsables a tots nivells per assumir la gestió de la crisi. El comitè designarà un coordinador i els portaveus dels missatges que calgui transmetre. Formaran el comitè de crisi almenys:
  - El President del Consell Comarcal de l'Alt Empordà
  - El Conseller comarcal de l'àrea de residus
  - Els tècnics responsables dels serveis de residus per part del CCAE.
  - Un representant de cada empresa concessionària (només assistiran al comitè de crisi aquelles empreses que estiguin afectades directa o indirectament per la situació)
  - El responsable de comunicació del Consell comarcal.
  - Altres persones que el comitè cregui oportú segons la naturalesa de la crisi.

#### **4.8.2. Durant la crisi**

- ❖ Disposar d'informació tècnica de la situació, origen, identificació i localització del problema, tipus d'actuació i eliminació del mateix.
- ❖ Identificar els periodistes i líders d'opinió claus.
- ❖ Elaboració del missatge: caldrà que sigui entenedor i basat en dades reals. Cal evitar les hipòtesis quan encara no hi hagi dades resolutòries i fer evolucionar el missatge a mida que vagi evolucionant la situació.
- ❖ Les fonts oficials han de ser sempre assequibles als mitjans de comunicació.
- ❖ No donar informacions errònies i, si és el cas, corregir-les immediatament.
- ❖ Mostrar preocupació, interès i empatia en les declaracions.
- ❖ Restringir, per motius de seguretat, l'accés dels periodistes al lloc dels fets.
- ❖ Establir, quan la situació ho requereixi, canals de comunicació amb els afectats.
- ❖ Mantenir informat el personal amb protocols de comunicació interna.
- ❖ No eludir responsabilitats ni assenyalar culpables
- ❖ Caldrà informar del final de la crisi, de la seva resolució i dels protocols de prevenció de noves situacions de crisi en el futur

#### **4.9. Comunicació institucional i relacions públiques**

La comunicació institucional és aquella que es realitza amb l'objectiu d'establir, destacar o canviar la imatge corporativa d'una entitat. Bàsicament està orientada a difondre les avantatges competitives de l'entitat destacant la seva identitat i reforçant el seu posicionament en el territori.

Les tècniques i actuacions que s'utilitzaran en el cas de la comunicació institucional seran les instaurades al Consell Comarcal de l'Alt Empordà de manera general. Tanmateix, i atès que aquest Pla de comunicació introdueix una nova imatge de marca, caldrà reforçar la comunicació institucional tenint en compte diferents tipus d'actuacions (algunes d'elles ja esmentades dins els apartats temàtics de la planificació de la comunicació).

Esmentarem doncs la importància d'estudiar la viabilitat i instaurar les següents actuacions:

- ❖ Publicar d'una memòria periòdica de les activitats relacionades amb els residus.
- ❖ Realitzar jornades de portes obertes a les plantes de tractament de residus.
- ❖ Disposar d'un estant corporatiu per a presentació de l'entitat en diferents actes.
- ❖ Participar o organitzar activitats en motiu de dies internacionals relacionats amb temes mediambientals o altres diades commemoratives del territori.
- ❖ Ajudar econòmicament a alguna associació o projecte de caràcter mediambiental de la comarca (almenys un cada any).
- ❖ Disposar d'una estratègia i una planificació per a comunicar notícies als mitjans de comunicació (rodes de premsa, material institucional....)
- ❖ Participar amb articles d'actualitat sobre els residus en algunes publicacions o butlletins municipals.

### **5. Seguiment i avaluació**

#### **5.1. Protocol de seguiment i avaluació**

El Pla de seguiment pretén ser un procés estructurat i planificat per avaluar de forma contínua l'estat d'execució de les diferents actuacions planificades, el nivell de compliment dels objectius i els canvis i tendències al llarg del temps.

Neix, doncs, com a eina de control i de seguiment que permetrà obtenir un coneixement profund dels diferents factors que intervenen en l'estat i l'evolució de les actuacions de comunicació i contribuirà a reconèixer els punts claus on cal incidir, així com a argumentar l'execució de les actuacions plantejades i serà determinant per al progrés de les tasques de planificació i gestió, en un procés de millora contínua.

El pla de seguiment, doncs, permet dotar al Pla de comunicació de la flexibilitat i dinamisme imprescindible per al seu correcte desenvolupament i permetrà incorporar els canvis necessaris en les actuacions planificades en funció dels resultats obtinguts o de les tendències detectades.

Els elements fonamentals del pla de seguiment són:

1. Seguiment dels objectius generals marcats a nivell comarcal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivell de coneixement de la imatge corporativa</li> <li>• Nivell de coneixement dels serveis oferts per l'entitat</li> <li>• Seguiment del nivell de sensibilització i coneixements de la població.</li> <li>• Seguiment de la participació ciutadana</li> <li>• Nivell de fidelització de clients dels serveis oferts.</li> <li>• Seguiment del grau d'utilització de les TIC (tecnologies de la informació i comunicació)</li> </ul>
2. Seguiment de l'execució de les actuacions de comunicació i de les inversions
<p>Cada actuació es planifica de manera independent i inclou una metodologia de seguiment i avaluació concreta segons els seus objectius. D'una manera general, aquesta avaluació respon a aconseguir determinar-ne el grau d'incidència:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de canals de comunicació utilitzats.</li> <li>• Previsió o determinació de receptors als quals es arriba el missatge.</li> <li>• Grau d'interès del missatge entre els segments de població</li> <li>• Nivell de possibilitats de feed-back per part de la població</li> <li>• Avaluació qualitativa dels agents implicats en la transmissió del missatge (educadors ambientals o altres participants)</li> <li>• Resultats quantitius per a la valoració depenent dels objectius de la campanya (increment recollida selectiva, increment de clients...)</li> </ul>

## 5.2. Indicadors de seguiment

El pla de seguiment es realitzarà a través d'una sèrie d'indicadors que faran possible mesurar l'estat de les actuacions a nivell municipal i global relacionades amb la comunicació dels serveis de gestió dels residus municipals i les campanyes o projectes de sensibilització i permetrà establir comparacions entre àmbits similars i, així, avaluar i fer un seguiment de les actuacions desenvolupades i de la consecució dels objectius.

A continuació es recullen els indicadors que es desenvoluparan de forma progressiva al llarg del Pla, entenent que el sistema d'indicadors és un pannel dinàmic i que podrà anar incorporant nous indicadors sempre que es cregui convenient:

ACTUACIÓ O CAMPANYA	INDICADORS DE SEGUIMENT
<b>Presentació de la imatge corporativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitjans de comunicació a través dels quals es fa conèixer la imatge</li> <li>• Període de presentació de la imatge</li> <li>• Seguiment del grau de coneixement de la imatge</li> </ul>
<b>Comunicació del catàleg de serveis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentació i mitjans de presentació</li> <li>• Canals de comunicació dels serveis</li> <li>• Segments i grau d'interès en el catàleg</li> <li>• Seguiment de l'evolució del catàleg i ajustament en el temps</li> <li>• Grau de coneixement del catàleg virtual de serveis</li> </ul>
<b>Comunicació a les instal·lacions de tractament de residus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaluació del nombre de visites i segments de la població</li> <li>• Assistència a les jornades de portes obertes.</li> <li>• Accessos als webs de les diferents instal·lacions</li> <li>• Nombre de clients per a cada instal·lació</li> <li>• Grau d'utilització anual per a cada instal·lació.</li> <li>• Seguiment del coneixement de la població en relació al paper de les instal·lacions.</li> <li>• Avaluació i enquestes al personal de cada instal·lació per a la qualitat del servei.</li> </ul>
<b>Foment de la prevenció de residus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de visitants i registrats als webs de mercat de segona mà i mercat de l'intercanvi escolar</li> <li>• Nombre d'usuaris de les deixalleries que utilitza el mercat de segona mà.</li> <li>• Nombre de bosses reutilitzables repartides</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de fires d'artesanía participants a la campanya " On vas sense el cabàs?"</li> <li>• Valoració de les enquestes per als agents participants o per a la població que rep la bossa reutilitzable.</li> <li>• Nombre de Cds del programa Bricotries distribuïts i principals canals de distribució.</li> </ul>
<b>Foment del compostatge casolà</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incidència de la campanya i canals de comunicació utilitzats</li> <li>• Participació de la població a les jornades informatives</li> <li>• Nombre de municipis compostaires a la comarca</li> <li>• Nombre de compostadors casolans instal·lats</li> <li>• Seguiment de la utilització dels compostadors al llarg del temps</li> <li>• Nombre de centres escolars amb compostador comunitari</li> <li>• Reducció dels residus orgànics als municipis compostaires</li> </ul>
<b>Foment de la recollida selectiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canals de comunicació més utilitzats en la comunicació massiva i avaluació de cadascun.</li> <li>• Segments de la població més sensibilitzats.</li> <li>• Mitjans i materials comunicatius més eficaços (audiovisual, cartells, fulletons, reunions...)</li> <li>• Períodes idonis per a realitzar campanyes</li> <li>• Estratègies de feed-back utilitzades</li> <li>• Repercussió quantitativa i qualitativa dels serveis i resultats de la recollida selectiva.</li> </ul>
<b>Foment de la recollida d'oli vegetal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de deixalleries adherides a la campanya</li> <li>• Nombre de cases visitades al porta a porta explicatiu de la campanya</li> <li>• Nombre de bidons d'oli distribuïts.</li> <li>• Nombre de vals de descompte de biodiesel utilitzats</li> <li>• Nombre d'alumnes de visita a la deixalleria</li> <li>• Seguiment de les aportacions d'oli vegetal a les deixalleries</li> <li>• Valoració qualitativa per part de les persones implicades en el funcionament de la campanya (educadors, encarregats de deixalleria, escoles i ajuntaments)</li> </ul>
<b>Pla d'ambientalització de festes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de municipis adherits.</li> <li>• Seguiment de la Comissió comarcal d'ambientalització de festes.</li> <li>• Nombre de participants al procés de participació ciutadana</li> <li>• Avaluació qualitativa del procés de participació.</li> <li>• Nombre de guies d'ambientalització distribuïdes</li> <li>• Nombre de peticions dels serveis de recollida selectiva per festes</li> <li>• Nombre de municipis utilitzant estratègies de prevenció de residus en festes.</li> <li>• Seguiment del grau de coneixement de la població de les estratègies proposades.</li> </ul>
<b>Programa RE-PAPER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'escoles adherides.</li> <li>• Participació de les escoles a les activitats anuals proposades pel CCAE</li> <li>• Nombre d'activitats penjades al web per part de les escoles</li> <li>• Kg de paper reciclat recollits</li> <li>• Quantitat de paper reciclat de retorn</li> <li>• Avaluació qualitativa per part dels professors.</li> </ul>
<b>Introducció de la comunicació interna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de treballadors i agents implicats</li> <li>• Valoració de l'eficàcia dels diferents mitjans de comunicació establerts.</li> <li>• Nombre de visites al web</li> <li>• Nombre de suggeriments anuals</li> <li>• Nombre d'incidències del servei detectades pel personal</li> <li>• Assistència a les jornades, formació contínua, fòrum o altres activitats d'intercanvi.</li> </ul>

Les actuacions de seguiment es concretaran amb la realització d'un informe anual de seguiment, d'unes fitxes municipals i al final del Pla, d'una revisió més exhaustiva. L'informe de seguiment serà emès pel Consell Comarcal de l'Alt Empordà i es farà públic a tots al Consell d'Alcaldes i es publicarà a la web.

L'ús de les noves tecnologies permet millorar la transferència i transparència de la informació, per aquest motiu, per al seguiment es millorarà el sistema actual de

transmissió de la informació i de comunicació municipal a través de la web, que permetrà un major coneixement i un millor seguiment dels resultats de les accions de comunicació.

## 6. Execució d'actuacions i cronograma

En aquest apartat es recullen les actuacions principals a les quals ha fet esment aquest document amb les seves principals característiques previstes pels propers dos anys i mig. Tenint en compte que l'execució de les actuacions depèn directament de les oportunitats de finançament es detallen només aquelles per les quals es disposa de pressupost per a realitzar-les o el seu finançament pot ser viable durant aquest període. Pel que fa a les actuacions fins al 2012, moment en que finalitza el Pla de gestió de residus, s'hauran de determinar en funció de la valoració de les que es projecten en aquest document i del desenvolupament del nou model de gestió de residus a la comarca.

ACTUACIÓ	2/2008	1/2009	2/2009	1/2010	2/2010
Presentació de la imatge corporativa					
Comunicació del catàleg de serveis					
Comunicació a les instal·lacions de tractament de residus					
Foment de la prevenció de residus					
Foment del compostatge casolà					
Foment de la recollida selectiva					
Foment de la recollida d'oli vegetal					
Pla d'ambientalització de festes					
Programa RE-PAPER					
Introducció de la comunicació interna					

