

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 dona un valor afegit a la comunicació pública des del moment que permet donar a conèixer els serveis públics i en facilita l'ús, dona 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 **Pla de comunicació local**.

El nostre cas, el Pla de comunicació per a la gestió dels residus es centra en l'estratègia comunicativa en relació al Nou Model de gestió de residus que s'aplicarà al municipi, així com el seu funcionament i serveis que en deriven. Alhora el pla pretén comunicar i donar a conèixer les millores dels serveis existents al municipi, el pla de prevenció municipal i el pla d'ambientalització de festes.

El nivell d'acceptació i èxit d'aplicació per part de la ciutadania de les mesures proposades per a cada pla d'acció definit anteriorment 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.

a) Objectius

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.

a.1 Objectius qualitatius

- 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.
- 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.
- 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.

a.2 Objectius quantitativs

- Incrementar la participació en les recollides selectives de residus amb la finalitat d'incrementar la quantitat i qualitat de materials recuperats en origen.
- Incrementar el nombre de participants en les diferents campanyes, tant de prevenció com de foment de la recollida selectiva per tal de reduir el coeficient de generació del municipi (kg/hab.dia).
- Incrementar el nombre d'escoles de la comarca en el programa Re-paper, per tal d'impulsar una major comunicació en l'àmbit educatiu així com també reduir les tones de paper de disposició final.

b) Línies estratègiques

b.1. Instruments

Per dur a terme una bona comunicació és essencial conèixer els **mitjans i canals de comunicació** que disposem per tal d'apropar-nos millor als segments de població receptora.

Actualment, els canals de comunicació existents són:

- Diaris provincials: El Punt, Diari de Girona.
- Setmanaris comarcals: L'Empordà, Hora Nova.
- Televisions locals: Canal Nord, Empordà TV, Tramuntana TV, altres TVs locals.
- Televisions nacionals: TV3.
- Ràdios municipals
- Cinema: Figueres i Roses.
- Ajuntaments de la comarca
- Escoles de la comarca

Hem de tenir en compte també dos tipologies de mitjans de comunicació per tal de distribuir els valors i les línies de treball determinades per l'entitat, el missatge comunicatiu i les campanyes de sensibilització relacionades amb la implicació de la població:

• Mitjans de tipus imprès o audiovisuals

Aquests són els més habituals i es tracta de suports com;

- Suport gràfic amb paper
- Suports gràfics d'altres tipus.
- Mitjans informàtics
- Mitjans audiovisuals
- Mitjans radiofònics
- Cursos, xerrades, visites i/o reunions informatives

• Mitjans a través de l'experimentació dels serveis

La utilització dels serveis per part dels ajuntaments o els ciutadans és un mitjà molt important de vehiculació dels missatges, per aquesta raó cal incloure en aquest apartat des de cursos, xerrades informatives,

reunions... fins al tracte o la interacció dels usuaris dels serveis amb aquelles persones que els realitzen i els fan possibles.

Altres instruments complementaris a tenir en compte en la definició de les actuacions i que els hi poden donar suport són acords entre agents, bonificacions en el pagament de taxes, ordenances municipals, etc. Aquests instruments s'aplicaràn, majoritàriament, a les actuacions de prevenció.

b.1.1 El Manual d'estil

La projecció de la identitat és el primer pas per dur a terme una bona tasca de comunicació. És doncs per aquest motiu que des del Consell Comarcal de l'Alt Empordà s'està treballant en aquest camí per tal de que els receptors ens identifiquin a través de l'imatge.

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

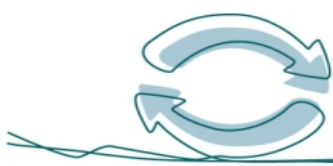


Tanmateix, en els darrers anys, l'Àrea de Medi Ambient del Consell Comarcal de l'Alt Empordà ha dissenyat els seus propis logotips per cadascun dels seus serveis. Alguns dels **logotips més reconeguts** per la població i l'administració de la comarca en l'àmbit de la gestió dels residus són:



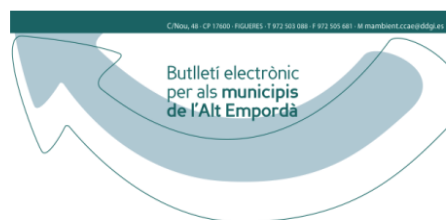
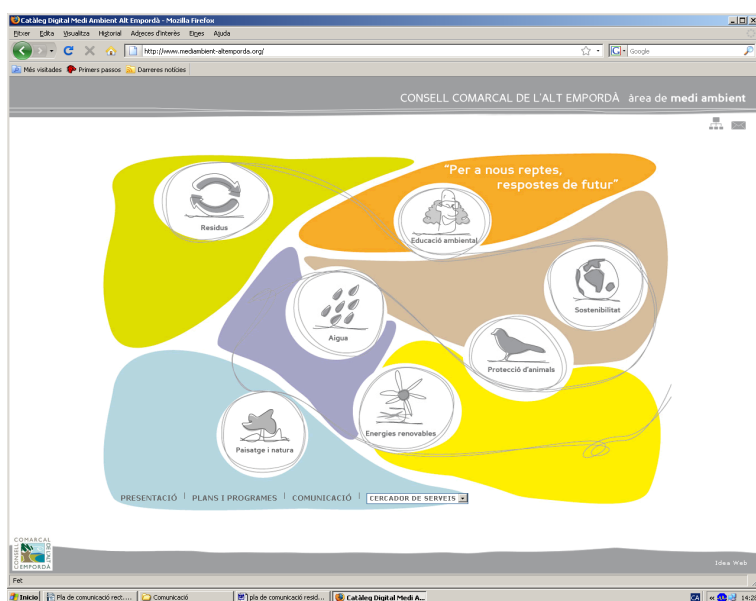
avui per tu, demà per mi

Atès que s'inicia un nou model de gestió de residus també s'implanta una nova imatge corporativa per tal d'identificar i unificar les actuacions que ofereix el Consell Comarcal de l'Alt Empordà dins l'àmbit dels residus i que oferirà el futur Consorci de Residus de Medi Ambient.



CONSELL COMARCAL DE L'ALT EMPORDÀ
àrea de medi ambient

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



CONSELL COMARCAL DE L'ALT EMPORDÀ
àrea de medi ambient
Els residus, un repte de tots

Pel que fa a la **informació dels serveis** de residus oferts per les instal·lacions com altres serveis com la recollida o transport de residus actualment existeixen dues tipologies de suports amb una imatge pròpia identificada ja per als receptors de la comunicació com són: **el catàleg de residus i el catàleg web** : www.mediambient-altemporda.org/

Aquest catàleg té dues parts:

- Una fixa on presenta l'entitat, la seva missió i els valors que marquen les seves línies de treballador
- Una part mòbil que inclou cada servei ofert classificat segons els possibles usuaris(ajuntaments, escoles, empreses o població en general)

b.1.2 Agents implicats

La comunicació en matèria de gestió de residus 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.

Tanmateix, el Pla de comunicació va dirigit a diferents col·lectius segons el missatge que s'hagi de transmetre. En matèria de residus podem diferenciar quatre tipologies bàsiques de **receptors**:

- Responsables tècnics i polítics de l'ajuntament
- Sector empresarial
- Centres escolars
- Població en general

Dins la població, en general, trobem diferents segments;

Població infantil (de 7 a 12 anys)

El seu perfil correspon al dels alumnes de primària de cicle mitjà i superior. D'una manera general han estat, durant molt temps, els beneficiaris de moltes campanyes relacionades amb el medi ambient. Aquests temes acostumen a formar part dels objectius transversals en moltes de les unitats didàctiques que realitzen a l'escola.

En aquesta edat, el joc ocupa una bona part del seu temps lliure, i els jocs informàtics, que utilitzen formats DVD, consoles... són prioritaris dins l'esquema mental dels nens. També cal tenir en compte que la mainada d'aquesta franja d'edat tenen tendència a idealitzar els seus "herois", ja siguin imaginats o els que els aporten els mitjans de comunicació. El missatge d'aquests personatges, un cop fets seus, pot ser molt potent.

La informació s'ha de transmetre doncs, de forma lúdica i en el marc de l'escola, amb la utilització d'un personatge de ficció que simbolitzi els valors que es volen transmetre. És molt important la comprensió del seu paper personal, en certa manera heroic, dins la gestió dels residus.

Població jove (entre 12 i 25 anys)

Tot i l'existència de perfils molts diferents en una franja d'edat àmplia com aquesta, el seu punt en comú és que molts d'aquests joves estan en un període d'estudi. En general tenen prou temps lliure per dedicar a moltes activitats i estan oberts a novetats, sobretot les relacionades amb les noves tecnologies.

L'interès en aquesta franja d'edat té dues vessants. La primera educativa i tècnica relacionada directament amb el món escolar. La segona es basa en l'interès que desperten totes les aplicacions dels aparells de noves tecnologies, de les quals són usuaris predominants.

Població adulta (entre 25 i 65 anys)

Entendrem com a perfil bàsic d'aquest segment una persona treballadora, amb vivenda al seu càrrec, família, poc temps lliure, amb interès per agilitzar les feines domèstiques quotidianes... El nivell cultural entremig i un interès per l'actualitat a través dels diaris, la ràdio i la televisió.

El format d'informació que pot atraure a aquest segment està dotat d'una informació concreta sobre el funcionament dels serveis públics, i de la seva relació i repercussió a nivell local i comarcal. Tenen interès les dades d'explotació i econòmiques, encara que no excessivament tècniques.

Aquesta franja d'edat és la que respon més positivament pel que fa a les convocatòries, i per tant esdevé la població idònia per a la comunicació a través de jornades de participació.

Població de més de 65 anys

El perfil correspon a persones que ja no treballen, amb l'habitatge al seu càrrec i amb molt temps lliure per dedicar-lo a passejar, reunir-se en locals socials o mirar la televisió.

La mitja diària de consum de mitjans de comunicació és, en l'àmbit català, de gairebé 5 h en televisió, 1h de ràdio i 20 minuts en lectura de publicacions. Tot i que el seu interès per l'actualitat s'amplia en les trobades amb altres semblants. Cal destacar l'interès que desperten els canvis urbanístics del seu entorn.

Per aquests motius, les xerrades i explicacions en els moments de canvis són essencials per a rebre una resposta positiva d'aquesta franja d'edat..

b.2 Tipologia de campanyes de comunicació

Atès que la comunicació en matèria dels residus és molt extensa s'han dissenyat 5 tipologies diferents de campanyes amb uns objectius específics de comunicació.

TIPUS DE CAMPANYES DE COMUNICACIÓ
Difusió del nou model de gestió de residus
Implantació de nous serveis
Seguiment dels serveis existents
Millora dels serveis existents
Prevenició de residus
Ambientalització de festes

c) Indicadors i metodologia de seguiment

Les actuacions de seguiment de la comunicació 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.

Aquest 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.

4.1. Comunicació del 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 per a grans productors. El model actual també inclou la recollida de fraccions minoritàries a les deixalleries, actualment en 18 municipis però s'estén 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 a 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.

La comunicació del nou model de gestió de residus es realitzarà a nivell comarcal, i per tant es coordinarà des del Consell Comarcal de l'Alt Empordà

a) Objectius

a.1 Objectius qualitatius

- Clarificar els colors i el contingut de cada fracció
- Transmetre clarament el missatge de la recollida de les cinc fraccions en àrees d'aportació
- Transmetre la importància de la deixalleria i la seva utilitat
- Sensibilitzar a la ciutadania fomentant la separació de residus
- Informar del sistema del punt verd dels envasos
- Informar de la incorporació de les noves plantes de tractament de les diferents fraccions i la seva utilitat.

a.2 Objectius quantitius

- Difondre el nou model de recollida selectiva al 100% de la població.
- Reduir el percentatge d'impropis entre els residus dipositats.
- Aconseguir una correcta utilització dels contenidors per part dels usuaris.
- Incrementar la recollida selectiva amb el nou model de tractament de residus, per assolir l'objectiu de valorització establert en el PROGEMIC per al 2012

Típus de residu	2008	2012
FORM	0	55%
Paper i cartró	16,99%	75%
Envasos de vidre	15,1%	75%
Envasos lleugers	21,21%	25%

b) Línies estratègiques

b.1 Actuacions de difusió del nou model

Franja d'edat	Actuacions de comunicació	Codi Annex
General	Esport publicitari Infotria	NM 1
	Man Infotria	NM 2
	Exposició itinerant Infotria	NM 3
De 7 a 12	FestiTria	NM 4
De 12 a 25	Suport en treballs de recerca	NM 5
	InfoTria	NM 6
Més de 65	Visites a la futura zona del centre de tractament de residus	NM 7

Totes les actuacions incloses en la comunicació del nou model de recollida de residus es troben detallades a la les fitxes del pla de comunicació.

b.2 Actuacions complementaries

Posteriorment a la campanya de difusió massiva del nou model de recollida es realitzaran actuacions d'implantació de la recollida de la matèria orgànica i actuacions de millora i foment de la recollida selectiva de paper i cartró, envasos lleugers i envasos de vidre, entre altres.

(veure comunicació d'implantació de nous serveis, de seguiment i de millora de serveis existents)

c) Calendari d'implantació de les actuacions

	2011		2012
	1er sem.	2on sem.	1er sem.
Esport publicitari			
Iman			
Exposició itinerant			
FestiTria!			
Suport en treballs de recerca			
InfoTries			
Visites a la futura zona del centre de tractament de residus			

d) Indicadors i metodologia de seguiment

TIPUS	INDICADOR	UNITATS
Quantitatius	Percentatge d'impropis en les diferents fraccions	% Impropis fracció N*
	Diferència del pes de la recollida selectiva	100 * (Pes fracció N* actual/ Pes fracció N* any anterior)
	Augment d'usuaris de les deixalleries	100 * (Nb usuaris actual/ Nb usuaris any anterior)
	Nb assistents FestiTria	
	Nb de tutoritzacions en treballs	
	Nb visites zona de tractament sol·licitades	
	Nb d'inscrits a InfoTries	Nb escoles participants/ Nb escoles Re-paper convidades
Qualitatius	Valoració qualitativa de la FestiTria dels centres que han participat	
	Valoració qualitativa de l'exposició	
	Valoració qualitativa de la visita al centre de tractament	

4.2. Comunicació de la implantació de nous serveis

Un servei és una alternativa o solució que proposa una entitat per donar resposta a una necessitat o un repte de la població. 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.

a) Objectius

En la creació de serveis de nova implantació cal tenir clars els objectius de les actuacions de comunicació.

- Difondre el servei per a tots els segments de població, assegurant que el missatge arribi a tota la població
- Donar eines al receptor per rebre una sensació de proximitat del servei
- Fomentar la visió positiva de la implantació vers impacte negatiu que genera en el canvi d'hàbits.

b) Línies estratègiques

b.1 Actuacions de comunicació d'implantació

Les actuacions de planificació es diversificaran en la seva forma segons els característiques de cada municipi per tal d'arribar al màxim de població. Es dissenyaran diverses estratègies a nivell comarcal i s'escollirà la més adient segons el municipi.

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

- Per correu electrònic en el moment de la introducció de nous serveis
- Per l'espai web (www.mediambient-altemporda.org)
- Pels butlletins mensuals als ajuntaments.
- A través del Blog de Medi Ambient (<http://mediambientccae.blogspot.com>)

Cal tenir en compte, que amb la creació de nous serveis s'obriran noves vies de seguiment i noves actuacions de millora dels mateixos.

Algunes de les campanyes previstes per a nous serveis són;

Tipus	Campanyes de comunicació d'implantació	Codi Annex
Per fluxos de residus	Difusió d'informació dels residus orgànics	I 01
	Difusió dels punt de recollida de residus, deixalleria i minideixalleries	I 03
Generals	Difusió del Nou Centre de Tractament de Residus de l'Alt Empordà	I 04

Totes les campanyes incloses en el pla de comunicació d'implantació de nous serveis es troben detallades a la les fitxes del pla de comunicació.

b.2 Actuacions complementaries

Les actuacions proposades estan relacionades directament amb altres actuacions del nou model de gestió de residus o bé amb millores i seguiments de serveis existents que es reforcen entre sí.

c) Calendari d'implantació de les actuacions

	2012	2013	2014	2015
Nova recollida de matèria orgànica				
Difusió dels nous punt de recollida de residus, deixalleria i minideixalleries	Segons implantació			
Difusió del Nou Centre de Tractament de Residus de l'Alt Empordà				

d) Indicadors i metodologia de seguiment

El seguiment de les actuacions proposades es realitzarà segons s'especifiqui en els indicadors la fitxa de l'actuació corresponent. Tanmateix, i des d'una perspectiva global, es defineixen uns indicadors per tal de fer un seguiment de les campanyes d'implantació de nous serveis des d'un àmbit general segons els objectius proposats.

TIPUS	INDICADOR	UNITATS
Quantitatius	Percentatge d'impropis en les diferents fraccions	% Impropis fracció N*
	Diferència del pes de la recollida selectiva	100 * (Pes fracció N* actual/ Pes fracció N* any anterior)
Qualitatius	Nb d'usuaris del nou servei	
	Nb noves actuacions	Nb noves actuacions aplicades / Nb nous serveis
	Nb d'actuacions aplicades	Nb actuacions aplicades/ Nb actuacions previstes

4.3 Comunicació del seguiment de serveis existents

Les administracions públiques han de fer possible l'accés dels ciutadans a la informació que està en el seu poder. La transparència en la gestió dels residus a l'Alt Empordà és una línia de treball que està en relació amb els valors d'innovació i implicació que es proposen des de l'Àrea de Medi Ambient.

a) Objectius específics

- Mantenir els canals de comunicació entre els usuaris i els responsables dels serveis
- Fomentar la màxima transparència de dades en la gestió dels serveis
- Realitzar un seguiment dels serveis per a millorar-ne la gestió.

b) Línies estratègiques

La informació continuada dels resultats de gestió dels diferents serveis es planteja a través de diverses estratègies i segons l'usuari del servei;

- Informes periòdics de seguiment concretant els resultats del servei segons els indicadors plantejats en l'inici.
- Incorporant els resultats del serveis al web corresponent. (www.mediambient-altemporda.org). Per a realitzar un seguiment individual a través de la web, amb un sistema de tractament de dades que permet la relació entre el Consell comarcal de l'Alt Empordà, les empreses de recollida i els usuaris del servei. Aquest sistema permet l'automatització i la utilització de les dades per facilitar la gestió de l'administració i l'anàlisi del servei per a introduir millores. També es té en compte la informació de caràcter privat relativa als resultats o utilització dels serveis per part de les empreses, i s'aplica la utilització de password i petició de certificats als usuaris.
- Adreçant-se als usuaris en l'enviament de la facturació. En aquest sentit, les factures dels serveis contenen les condicions econòmiques del servei i inclouen les possibles bonificacions i/o descomptes relacionats amb la tipologia de clients o la utilització dels serveis.

c) Calendari d'implantació del seguiment

El seguiment es realitzarà a partir de l'inici d'un servei.

d) Indicadors de la comunicació de seguiment

Nb de visites de l'usuari al seu espai web

4.4 Comunicació de millora de serveis existents

El bon funcionament dels serveis en l'àmbit dels residus municipals es basa, en gran part, en la comunicació constant de l'existència del servei i del seu funcionament. Alhora, però, els destinataris han de notar un bon funcionament i millores dels serveis.

a) Objectius específics

- Fomentar l'ús dels serveis existents i millorar-ne la imatge.
- Apropiar els serveis existents a la població
- Determinar la necessitat de millora d'un servei
- Formar agents implicats en els serveis

b) Línies estratègiques

Per determinar la millora dels serveis relacionats amb la gestió de residus s'utilitzaran estratègies de màrqueting havent detectat algun problema a través del seguiment.

Les estratègies de màrqueting 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 la utilització.

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;

- A la web del servei (enquestes digitals)
- Mitjançant l'enviament per correu juntament amb la facturació o amb
- A través trucades telefòniques personalitzades.
- Deixant comentaris al blog de l'Àrea de Medi Ambient (<http://mediambientccae.blogspot.com>)

Les campanyes previstes de millora de serveis existents són;

Tipus	Campanyes de millora	Codi Annex
Recollida selectiva	Seguiment del compostatge casolà i comunitari	SM 01
	Difusió de la recollida comercial i de grans empreses	SM 04
	Foment del programa Re-Paper	SM 05
Fraccions minoritàries i residus especials	Foment de la comunicació i la formació dels responsables de deixalleries	SM06
	Foment del reciclatge de l'oli	SM 07
	Foment del reciclatge de les ampolles de cava	SM 08
	Foment de la recollida de cintes de vídeo i cassets	SM 09
Generals	Difusió dels canvis relatius als contenidors	SM 10

Les actuacions proposades estan relacionades directament amb altres actuacions del nou model de gestió de residus o bé amb la creació de nous serveis que es reforcen entre sí.

c) Calendari d'implantació de les actuacions

	2011	2012
Seguiment del compostatge casolà i comunitari		
Difusió de la recollida comercial i de grans empreses	Segons implantació del pla d'acció per a la recollida comercial i grans empreses	
Foment del programa Re-Paper		
Foment de la comunicació i formació entre responsables de deixalleries	Segons implantació de minideixalleria o punt de recollida	
Foment del reciclatge de l'oli	Segons implantació de minideixalleria o punt de recollida	
Foment del reciclatge de les ampolles de cava		
Foment de la recollida de cintes de vídeo i cassets		
Difusió dels canvis relatius als contenidors	Segons implantació del pla d'acció per a la recollida comercial i grans empreses	

d) Indicadors i metodologia de seguiment

El seguiment de les actuacions proposades es realitzarà segons s'especifiqui en els indicadors la fitxa de l'actuació corresponent. Tanmateix, i des d'una perspectiva global, es defineixen uns indicadors per tal de fer un seguiment de les campanyes de seguiment i millora dels serveis des d'un àmbit general segons els objectius proposats.

TIPUS	INDICADOR	UNITATS
Quantitatius	Percentatge d'impropis en les diferents fraccions	% Impropis fracció N*
	Diferència del pes de la recollida selectiva	100 * (Pes fracció N* actual/ Pes fracció N* any anterior)
	Augment d'usuaris de les deixalleries	100 * (Nb usuaris actual/ Nb usuaris any anterior)
	Augment de visites a la web	100 * (Nb visites actual/ Nb visites any anterior)
	Augment d'escoles Re-paper	Nb noves escoles

Qualitativus	Nb d'usuaris del nou servei	
	Nb noves actuacions	Nb noves actuacions aplicades / Nb nous serveis
	Nb d'actuacions aplicades	Nb actuacions aplicades/ Nb actuacions previstes

4.5. Pla de 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. Pel que a Catalunya generem, precisament, 598,6 kg per persona i any. Cal destacar l'important increment que, en els darrers anys, han experimentat en el territori català aquelles fraccions tradicionalment minoritàries com: el tèxtil, els mobles, els aparells elèctrics i electrònics i runes. Altres fraccions que també han anat augmentant són els envasos(especialment pel seu volum) o el paper (bàsicament per l'augment de la publicitat i l'aparició de la premsa gratuïta).

El **notable increment en la generació de residus** és sens dubte 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. Dels impactes ambientals derivats d'aquest model de consum destaca que la seva producció, transport i distribució representa prop del 50% de les emissions que contribueixen al canvi climàtic. A aquests cal sumar els impactes socials tenint en compte que la disponibilitat i el repartiment d'aquests recursos en el planeta són, clarament, poc equitatius.

Aquesta situació provoca que la legislació sobre la gestió de residus incorpori la reducció d'aquests com a primera opció en la jerarquia de gestió. Es considera **prevenció de residus** tota aquella acció que tingui per objectiu evitar la generació quantitativa de residus o bé disminuir-ne la seva perillositat.

L'aparició de la nova **Directiva de residus 2008/98/CE** determina que la prevenció és prioritària en la jerarquia de la gestió de residus per disminuir la seva generació. En aquest context, és objectiu d'aquest pla de prevenció de residus apostar per a la planificació d'actuacions encaminades a prevenir i reduir els residus que es generen actualment a la comarca de l'Alt Empordà.

a) Objectius específics

a.1 Objectius qualitatius

El PROGEMIC 2007-2012 sobre prevenció de residus en àmbit municipal estableix els següents objectius en matèria de prevenció de residus municipals;

- Transmetre clarament el missatge de la prevenció i el consum responsable a la societat
- Incorporar actuacions a la vida quotidiana que fomentin el consum responsable i immaterial
- Aconseguir el compromís dels comerços per avançar en la prevenció
- Prevenir la generació de residus d'envasos, paper i de fraccions minoritàries
- Promoure i reactivar la reutilització i la reparació
- Promoure la prevenció de productes que produeixin residus amb efectes perjudicials per al medi o per a les persones
- Promoure la prevenció de productes que produeixin residus de difícil reintroducció als cicles productius.

- Reduir els residus que es generen amb grans quantitats o que suposin un impacte econòmic i ambiental important per al municipi.
- Incrementar la participació ciutadana en les decisions relatives a la prevenció
- Vincular tots els agents del municipi en l'aplicació del pla

a.2 Objectius quantitativus

Objectius generals de reducció:

- Reduir en un 10 % la generació de residus per càpita

Objectius específics

- Reduir les diverses fraccions de composició de la bossa tipus;

Bossa tipus	Fracció	Generació per càpita 2008 (kg/hab/dia)	Fraccions a reduir	Objectius de reducció %	Generació per càpita 2012 (kg/hab/dia)
26,8%	FORM + fracció verda	0,50	FORM	8 %	0,46
17,0%	Paper i cartró	0,31	Paper	3 %	0,3
21,21%	Envasos lleugers-Plàstics	0,39	Envasos lleugers-plàstics	1,5 %	0,39
	Envasos lleugers-Metalls				
	Envasos lleugers-Mixtes				
15,1%	Envasos de vidre	0,28	Vidre comercial	1,5 %	0,28
2,15%	Voluminosos, tèxtils, tèxtils sanitaris, runes, fustes, altres.	0,04	Voluminosos	15 %	0,03
100,00%	Objectiu general de reducció	1,85		10,00%	1,67

b) Línies estratègiques

b.1 Instruments de prevenció

En àmbit local es poden definir quatre tipus d'instruments per dur a terme les actuacions de prevenció:

Tipus	Objectiu	Exemples
Econòmic- IE	canvi en la conducta dels agents implicats mitjançant una penalització o una compensació econòmica	- Taxes de generació de residus - Bonificacions a les taxes - Sistemes de fiances - Subvencions
Normatiu - IN	canvi en el comportament mitjançant l'aprovació i aplicació de normativa local que reguli les actuacions	- Ordenança municipal de prevenció de residus municipals (actes festius, compostatge casolà, publicitat a les bústies,...)
Organitzatiu- IO	establir un sistema de coordinació dels agents, les institucions i els processos implicats	- Comissions de seguiment - Acords voluntaris - Convenis de col·laboració
Educatiu comunicatiu- IE/C	informar sobre els impactes associats a la generació de residus, els beneficis que suposa la prevenció i les actuacions que es poden realitzar	- Campanyes de comunicació - Tallers, jornades, cursos i seminaris - Guies, butlletins, manuals i articles de premsa - Exposicions

b.2 Actuacions de prevenció

Tipus	Actuacions de prevenció	Codi Annex	Instruments de prevenció	
Actuacions de prevenció de fluxos de residus	Foment de l'autocompostatge o compostatge casolà	MO 1	IE/C	IE
	Foment de l'autocompostatge en centres d'ensenyament	MO 3	IE/C	IE
	Prevenció del malbaratament d'aliments: "Guia d'aprofitament dels excedents alimentaris"	MO 4	IE/C IO	IE
	Promoció de la correcta gestió de residus en l'administració pública i privada	PC 1	IE/C IO	
	Regulació de la publicitat de la premsa gratuïta	PC 2	IE/C IO	IE IN
	Foment de l'estalvi comercial en la distribució de bosses d'un sol ús	ELL 2	IE/C IO	IE IN
	Promoció de la bossa reutilitzable pel pa	ELL 3	IE/C	
Distribució de cantimplores a les escoles de la comarca a	ELL 4	IE/C		

	travès del programa Re-Paper			
	Promoció de la utilització d'envasos de vidre retornables als establiments de restauració	EV 1	IE/C IO	IE
	Mercat d'intercanvi escolar	VEM2	IE/C	
Actuacions generals de prevenció	Pla d'ambientalització de festes	G 1	IE/C	IN
	Taxa directa de residus en grans empreses	G4	IE/C	IE
	Premis a iniciatives de prevenció	G 5	IE/C IO	IE
	Informació de la prevenció i gestió de residus	G 6	IE/C	

Totes les actuacions incloses en el pla de prevenció de residus es troben detallades a la les fitxes del pla de comunicació. Cadascuna conté els següents elements;

- Objectiu de l'actuació
- Justificació de l'aplicació de l'actuació i en relació a les propostes d'actuacions del PROGEMIC 2007-2012
- Col·lectius implicats; promotor i receptor
- Descripció de l'actuació a desenvolupar.
- Recursos necessaris
- Instruments que cal implantar per al bon desenvolupament de l'actuació (detallats en el punt b.1 del present document)
- Durada i periodicitat de l'actuació
- Altres actuacions relacionades, en el cas que existeixin.
- Indicadors de seguiment per la valoració
- Pressupost
- Municipis

b.3 Actuacions complementaries

• Millora de la imatge del servei de recollida de residus: Per tal de millorar aspectes com la col·laboració ciutadana, la visió de la gestió dels residus municipals i els resultats de prevenció, és necessari que tant el servei de recollida com el de neteja viària, assoleixin uns requisits de qualitat. El sistema de neteja viària ha d'evitar l'existència constant de sobreiximents als contenidors, de punts d'abocament incontrolats, de contenidors bruts o trencats, de peticions o queixes no ateses, etc.

• Adequació, proximitat i optimització del sistema de recollida de residus: Pel que fa als sistema de recollida òptim, es troba determinat en el "Pla municipal de gestió de residus" per a la recollida de cada fracció, segons les característiques de la població, la generació de cada fracció i les possibles noves tecnologies.

c) Calendari d'implantació de les actuacions

La cronologia s'inicia en un temps anterior a la redacció del pla de gestió de residus municipals ja que algunes de les actuacions de prevenció formen part de serveis i campanyes realitzats o que s'estan realitzant actualment des del Consell Comarcal de l'Alt Empordà

Actuació temporal
Actuació permanent
Permanent - Anterior al pla
Temporal - Anterior al pla

FASES	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Diagnosi	■	■	■																	
Elaboració del pla		■	■	■																
Foment de l'autocompostatge o compostatge casolà	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Foment de l'autocompostatge en centres d'ensenyament	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Prevenió del malbaratament d'aliments: "Guia d'aprofitament dels excedents alimentaris"											■	■	■							
Promoció de la correcta gestió de residus en l'administració pública i privada								■	■	■	■									
Regulació de la publicitat de la premsa gratuïta													■	■	■	■	■	■	■	■
Foment de l'estalvi comercial en la distribució de bosses d'un sol ús																	■	■	■	■
Promonoció de la bossa reutilitzable pel pà										■	■	■	■	■	■	■				
Distribució de cantimplores a les escoles de la comarca a través del programa Re-Paper														■						
Promoció de la utilització d'envasos de vidre retornables als establiments de restauració														■	■					
Mercat d'intercanvi escolar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pla d'ambientalització de festes							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Taxa directa de residus en grans empreses											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Premis a iniciatives de prevenció									■	■	■								■	■
Informació de la prevenció i gestió de residus	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

d) Indicadors i metodologia de seguiment

El seguiment de les actuacions proposades es realitzarà segons s'especifiqui en els indicadors la fitxa de l'actuació corresponent. Tanmateix, i des d'una perspectiva global, es defineixen uns indicadors per tal de fer un seguiment del pla de prevenció des d'un àmbit general segons els objectius proposats.

TIPUS	INDICADOR	UNITATS
Quantitatius	% reducció del total de residus generats	$100 \frac{(\text{kg/hab/dia_any_base})}{(\text{kg/hab/dia_any_objectiu})}$ - kg/hab/dia_any_base
	% reducció de la generació de la fracció N*	$100 \frac{(\text{kg N /hab/dia_any_base})}{(\text{kg N /hab/dia_any_objectiu})}$ - kg N /hab/dia_any_base
	% reducció FORM per compostador	$100 \frac{(\text{kg/hab/dia_any_base})}{(\text{kg/hab/dia_any_objectiu})}$ - kg/hab/dia_any_base
Qualitatius	Mesures de prevenció proposades	Nb mesures de prevenció proposades al municipi / Nb mesures de prevenció comarcals
	Mesures de prevenció aplicades	Nb mesures de prevenció aplicades/Nb mesures de prevenció proposades
	Comerços adherits a campanyes de prevenció	Nb comerços adherits / Nb comerços total
	Escoles adherides a campanyes de prevenció	Nb centres adherits/ Nb centres d'ensenyament
	Índex participació a les campanyes de sensibilització	(veure indicadors de cada campanya)
	Qualitat de la FORM produïda per compostatge casolà	FORM de bona qualitat/total FORM

*N: qualsevol de les fraccions dels residus municipals (matèria orgànica, envasos, paper i cartró, vidre i voluminosos)

4.6. Pla d'ambientalització de festes i actes públics

Les festes populars i actes públics del municipi és una bona ocasió per impulsar l'ambientalització municipal ja que esdevé un moment d'una gran generació de residus alhora que es presenta com una oportunitat per a la sensibilització de la població.

En el municipi de Garrigàs, les festes i actes públics anuals són;

Festa	Dies
Reis	5 de Gener
Carnaval	27-28 de Febrer
Diada	11 de Setembre
Festa major	1, 2, i 3 d'Octubre
Quines	Festes de Nadal

Aquest pla d'acció es pot aplicar a noves festes, actes i activitats no programats fins ara.

a) Objectius específics

a.1 Objectius qualitatius

- Implicar a les entitats locals a la prevenció de residus i al reciclatge
- Sensibilitzar a la ciutadania a través de campanyes que fomentin la prevenció de residus en moments de lleure i espais d'oci
- Difondre missatges de prevenció, reutilització i reciclatge
- Contribuir a una gestió dels residus més sostenible

a.2 Objectius quantitativs

- Reduir la gran quantitat de residus generats durant les festes
- Promoure la separació en les diferents fraccions de residus

b) Línies estratègiques

El Pla d'ambientalització de festes a nivell comarcal estableix la organització i recursos humans pel que fa a la preparació i desenvolupament de les festes i actes públics.

b.1 Agents implicats

b.1.1 Regidor de festes

És essencial que des de l'administració local, un responsable polític estableixi la necessitat de seguir unes pautes ambientalment correctes en la realització de festes i actes públics. Per això es realitza una xerrada informativa on haurà d'assistir el responsable de l'ajuntament en matèria de festes i actes públics. En aquesta xerrada se'ls explicarà el desenvolupament del pla comarcal d'ambientalització de festes i del paper dels ajuntaments en la seva execució.

Hauran de ser xerrades informatives per a cada legislatura, de manera que el responsable polític o regidor de festes estigui informat del pla.

b.1.2 Comissions i associacions de festes

Cal tenir en compte totes aquelles associacions o comissions que siguin susceptibles de realitzar actes o festes en el municipi. Cal que aquests grups es tinguin en compte a l'hora d'aplicar el pla d'ambientalització, ja que requeriran està informats per a l'aplicació d'aquest.

Les comissions i/o associacions involucrades en el municipi son;

Comissió/Associació	Festes programades
Associació Balcó de l'Empordà	Totes les festes del municipi
Ajuntament	Festa de la Gent Gran

b.1.3 La Comissió Comarcal d'Ambientalització de festes

Per tal que siguin eficaços han de sortir de persones amb experiència en la organització dels actes. Per aquesta raó es forma la Comissió Comarcal d'Ambientalització de festes que organitzarà un fòrum en el qual surtin idees per executar durant els actes. Aquesta Comissió estarà formada per agents de diversos municipis, i amb la coordinació del Consell Comarcal de l'Alt Empordà. Tanmateix, els fòrums d'aquesta comissió estaran oberts a tots els públics.

b.2 Actuacions d'ambientalització

(Totes les actuacions i bones pràctiques d'ambientalització es troben a les fitxes del pla de comunicació)

I. Creació de la Comissió comarcal d'ambientalització de festes

És necessari, per arribar a canviar pràctiques en la organització i desenvolupament d'actes públics, atreure persones amb experiència i implicades en la organització de festes local. Un agent de la comissió o associació de festes del municipi o d'una associació que realitzi festes i esdeveniments, cal que prengui un

paper dins la comissió comarcal. D'aquesta manera, les decisions, consells o pràctiques dutes a terme per la comissió comarcal, es traslladaran a la comissió o associació de festes local, i alhora, aquestes podran transmetre les seves queixes, suggerències i mancances a la comissió comarcal. És a dir, el responsable per a la comissió comarcal d'ambientalització de festes serà el pont de comunicació entre les associacions de festes del municipi i la comissió comarcal, alhora que esdevindrà clau per als debats i fòrums amb altres responsables dins la comissió comarcal.

II. Punt verd mòbil

La comissió crearà i facilitarà als ajuntaments un **punt verd mòbil**, l'objectiu del qual és materialitzar en un punt les tasques d'ambientalització portades a terme durant les festes així com donar informació als participants de com ha de ser la seva col·laboració durant l'acte. En el punt verd es proporcionarà material divulgatiu del nou model de gestió de residus i serà un punt per a resoldre dubtes sobre la gestió dels residus durant les festes.

III. Espai web d'ambientalització de festes

La informació sobre l'ambientalització de festes així com les diferents iniciatives que es liderin des de la comissió comarcal han d'exposar-se en una pàgina web. La pàgina ha d'incloure un **fòrum de debat** per permetre la participació ciutadana i de les diferents associacions de manera continuada.

IV. Guia d'ambientalització de festes

A partir dels resultats dels fòrum de debat realitzat a partir de la comissió comarcal es crearà una "**Guia d'ambientalització de festes a l'Alt Empordà**". Aquest material es distribuirà a tots els ajuntaments així com a les associacions i comissions susceptibles d'organitzar actes populars per tal que ho tinguin en compte a la seva tasca.

b.2.1 Bones pràctiques en la difusió

b.2.1.1 Elements de difusió

Els **elements de difusió** sobre les jornades poden ser des fulletons, pancartes, pòsters, cartells, etc. A través de la seva distribució es pretén arribar al màxim de públic objectiu.

Els fulletons són elaborats de paper i existeixen diferents varietats: els que consten d'un full, els díptics són fulls doblegats per la seva meitat, el tríptic està dividit en tres cossos, el quadríptic en quatre, etc.

Els cartells i pòsters són elements comunicadors que s'utilitzen quan es vol anunciar algun esdeveniment i que es col·loquen principalment al mateix recinte on té lloc la jornada o a d'altres edificis de la corporació. El cartell té una funció principalment enunciativa i informativa, mentre que el pòster és un element de caire més decoratiu.

Podríem dir que els elements de mida més gran per anunciar i informar sobre unes jornades són les pancartes i les banderoles. Aquests són uns elements força recurrents, ja que degut a les seves característiques poden arribar fàcilment a un gran nombre de persones. Aquests productes poden estar

formats de varietat de materials, en funció de la qualitat o durabilitat que ens interressi, i de si estan pensats per a posar-los a l'interior o a l'exterior.

Si es fa publicitat i es recolza la jornada a través d'aquest mitjà, seria convenient tenir en compte els processos que s'empren per a la seva elaboració ja que es poden malbaratar molts recursos innecessàriament, sobre tot els procedents del material de fabricació.

El fet que tots enuncii'n un esdeveniment puntual fa que la seva vida útil sigui curta i és per aquest motiu, que caldria prestar una atenció especial al material amb què han estat elaborats.

Qualsevol d'aquests elements pot ser analitzat per aplicar-hi bones pràctiques. Caldrà tenir en compte la procedència del paper – reciclat, reciclable i tipus de gramatge-, tipus de cola, el disseny, el tipus d'impressió, el format- per evitar perdre paper- o els elements de subjecció

b.2.1.2 Mitjans de divulgació i informació

Son una de les eines que podem utilitzar per a difondre informació sobre la jornada. La televisió, la ràdio i la premsa continuent presents en els grans mitjans de comunicació. Tanmateix, la tecnologia ens ha aportat sistemes de difusió com els telèfons mòbils, Internet, els correus electrònics, etc.

Mitjans de difusió	Correu postal	Correu electrònic	Pàgina electrònica
	Telèfon fix	Telèfon mòbil	Fax
Mitjans de comunicació	Televisió	Ràdio	Premsa

Algunes d'aquestes vies generen un impacte ambiental evident: La premsa, el correu postal i el fax utilitzen paper i tinta. Altres mitjans que aparentment no tenen un gran impacte en el medi són més enganyosos, com per exemple el correu electrònic que genera impactes com els gasos d'efecte hivernacle.

Així doncs, cal que es tinguin en compte algunes bones pràctiques en correu intern, tipus de sobres, tipus de trucades i la utilització dels mitjans que generin menys impacte sobre el medi.

b.2.2 Ambientalització d'espais

La organització de festes i actes públics que necessitin un espai porten implícites unes conseqüències importants a l'hora de fer el total de consum provocat per la seva ocupació. Les característiques de l'espai repercuteix obligatòriament en els impactes que genera, però cal fer un ús racional dels recursos que ens ofereix per tal de minimitzar aquests impactes per consum d'energia (temperatura, llum, so) i generació de residus.

Cal equipar;

Espai	Equipament necessari
Centre cívic	Papereres de recollida selectiva Rentaplats
Piscina	Papereres de recollida selectiva
Escola	Re-Paper

b.2.3 Ambientalització d'activitats

A l'hora d'organitzar actes cal tenir en compte aspectes com el transport i el dimensionat dels assistents. Tanmateix, hi ha diverses activitats en les quals es pot incidir específicament;

Activitat	Bones pràctiques
Els dinars populars, pica-pica, balls de festa, etc.	<i>Vaixella compostable i/o reciclable</i>
	<i>Sense vaixella oferta per la pròpia activitat</i>
	<i>Plats i gots reutilitzables</i>
	<i>Procedència dels aliments i les begudes</i>
	<i>Tiquets d'entrada</i>
Les activitats per mainada	<i>Introduir activitats d'educació ambiental</i>
Les conferències, jornades o debats	<i>Suport digital en les jornades</i>
	<i>Micròfons amb piles recarregables</i>
Les fires o exposicions	<i>Reducció de bosses d'un sol ús</i>

c) Indicadors i metodologia de seguiment

TIPUS		INDICADOR	UNITATS
Bones pràctiques en difusió	Quantitatiu	Nombre de fulletons encarregats	Nb full.total
		Nombre de fulletons distribuïts	Nb full. distribuït/Nb full.total
		Nombre de fulletons sobrants	Nb full. sobrants/Nb full.total
		Nombre de pancartes i banderoles	Nb panc. total
		Nombre de cartells/pòsters impresos	Nb cart. total
		Nombre de cartells/pòsters reutilitzats per a decorar la sala	Nb cart.o panc reutilitzats/Nb cart. o panc. total

	Qualitatiu	Les pancartes i banderoles s'han elaborat amb material reciclat?		Sí /No
		Les pancartes i/o banderoles s'han elaborat amb criteris d'ecodisseny?		
		Els cartells/pòsters s'han elaborat amb material reciclat?		
		Els cartells/pòsters s'han elaborat amb criteris d'ecodisseny?		
		S'han imprès els fulletons amb criteris d'ecodisseny?		
Bones pràctiques en espais	Quantitatiu	% de llum artificial utilitzada		100* (Hores llum artificial encesa/ hores durada jornada)
	Qualitatiu	S'ha utilitzat l'equip de climatització? S'han utilitzat elements decoratius ? Si s'ha utilitzat plantes, s'ha arribat amb un acord per tal que siguin replantades?		Sí /No
Bones practiques en activitats	Quantitatiu	General	% utilització transport privat	100* (Nb assistents arribats amb transport públic/Nb assistents total)
			% utilització transport públic	100* (Nb assistents arribats amb transport privat/Nb assistents total)
			% Cotxe compartit	100* (Nb assistents cotxe comartit/Nb assistents total)
		1	% Gots reutilitzables	100* (Nb gots reutilitzables/ Nb assistents)
			% Envasos retornables?	100* (Nb envasos retornables/Nb assistents)
			% de plats i coberts estalviats	100* (Nb assistents que han portat els seus plats i coberts/Nb assistents total)
	2	% de participants a la activitats relacionades amb el medi ambient	100* (Nb participants activitat mediambient/ Nb participants total dia)	
	3	% de còpies en paper fetes	100* (Nb de còpies en paper/ Nb d'assistents)	
	Qualitatiu	General	S'ha situat un punt verd d'informació?	Sí /No
	S'ha tingut en compte el dimensionat de l'activitat?			
	1	S'han consumit aliments provinents d'agricultura ecològica o comerç just?		
	2	S'han introduït activitat ambientals per la mainada?		
S'ha utilitzat material respectuós amb el medi ambient en les				

			activitats per a la mainada?	
			S'ha tingut en compte el tipus de material per a les activitats per a la mainada?	
		3	S'ha penjat la informació a la pàgina electrònica?	
			S'han lliurat CD-RW o llapis electrònics?	
			S'ha lliurat la informació en paper?	
			S'han utilitzat piles recarregables per a l'equip de megafonia?	