

ESTRATÈGIA D'IMPULS DEL CONSUM RESPONSABLE

2016 ————— 2019

Mirada global i
criteris generals

Alimentari

Energia, aigua i
subministraments

Prevenió de
residus

Mobilitat i espai
públic

Educació, cultura,
oci, comunicació
i tic, electrònica i
electrodomèstics

Serveis financers,
habitatge i altres
consums personals



Ajuntament de
Barcelona

Economia
Cooperativa,
Social i Solidària
i Consum

Índex

01. Introducció	3
02. El consum responsable a Barcelona	4
2.1. El consum responsable	4
2.2. La situació actual	5
2.3. L'actuació de l'ajuntament fins ara	5
2.4. L'ajuntament i l'impuls del consum responsable	6
03. Elaboració de l'Estratègia	7
04. Contingut de l'Estratègia	9
4.1. Principis inspiradors	9
4.2. Objectius estratègics	10
4.3. Àmbits temàtics	11
4.4. Línies de treball	12
4.5. Accions	13
4.6. marcs de referència	13
05. Pressupost	31
06. Implementació, seguiment i avaluació	32
6.1. Mecanisme i estructura d'implementació	32
6.2. La implementació	32
6.3. El seguiment i l'avaluació	33
07. Annexos	34
7.1. Principals actors del consum responsable a Barcelona	34
7.2. Llista del grup impulsor	35
7.3. Llista de departaments que han complementat la graella d'actuacions del CR	36
7.4. Llista d'entrevistes	37
7.5. Per una nova política socioeconòmica	38

01

Introducció

Consumir béns i serveis per satisfer necessitats és inherent als éssers humans. En la nostra societat, el consum ocupa un lloc central en les nostres vides i en el sistema econòmic. La forma com una persona consumeix acostuma a ser la interacció més important que té amb el món. Per això, l'acció de consumir no té una **dimensió** simplement **econòmica**, sinó també **ètica i política**. Cada producte és una porció de natura i una sèrie d'hores de treball nostres i/o d'altres que gastem; poden ser ben utilitzades o no.

En les societats capitalistes actuals, el consum acostuma a adoptar la forma de **consumisme**, que podem definir com l'exacerbació del consum induïda per imaginar-se, individualment, que la felicitat pròpia rau en la compra contínua de béns i serveis i, col·lectivament, que consumint contribuïm al creixement econòmic i, per tant en teoria, a la felicitat col·lectiva.

Però el consum compulsiu i el consum, també, de les famoses *3 bes*: "bo, bonic i barat", el consum que només mira les repercussions individuals, directes i a curt termini, en realitat genera grans desigualtats socials, mercantilitza tots els àmbits de la vida, és insostenible ambientalment, i acaba fins i tot provocant insatisfacció personal.

Tradicionalment, les **polítiques de consum de les administracions públiques** s'han centrat a incentivar qualsevol consum per generar riquesa i ocupació i, en tot cas, han vetllat per **defensar els drets de les persones consumidores, la seva salut i seguretat**, i per pal·liar les dificultats d'**accedir al consum de productes i serveis per part dels sectors més vulnerables** a fi que puguin satisfer les necessitats bàsiques.

Fins fa poc, la política de consum de l'Ajuntament de Barcelona s'havia centrat també en aquests objectius. Ara es tracta d'iniciar una **nova política local de consum** que configuri un relat coherent i integrador amb altres àmbits d'actuació com l'habitatge, l'energia (pobresa energètica), el turisme, o les finances (banca ètica), i de l'altra, la incorporació d'una nova línia d'actuació, l'**impuls d'un nou model de consum**, l'anomenat **consum responsable**.

L'extensió de les pràctiques de consum responsable entre les persones i les organitzacions, així com la seva conversió primer en hàbits concrets i després en estils generals de vida, esdevenen clau per assolir la justícia social i la sostenibilitat.

02

El consum responsable a Barcelona

2.1

EL CONSUM RESPONSABLE

Des de fa unes dècades s'ha anat estenent una altra manera d'entendre el consum. És l'anomenat consum responsable, altrament dit conscient, crític, ètic, ecològic, transformador, sostenible, solidari o just; cada terme posa l'accent en una dimensió concreta d'aquesta nova manera de concebre l'acció de consumir.

El consum responsable és una proposta que ens interpel·la, com a persones i com a societat, a adoptar hàbits de consum i estils de vida que contribueixin a millorar tant la nostra qualitat de vida com el medi ambient, la justícia social i la democràcia, i a avançar, així, cap a una economia i una societat més justes i sostenibles.

A diferència del model de consum tradicional, el consum responsable té en compte les **repercussions col·lectives i integrals, indirectes i en el mitjà i llarg termini** del nostre consum.

D'una manera molt sintètica, podem definir el **consum responsable com la satisfacció de les necessitats i aspiracions legítimes de les persones consumidores mitjançant, quan calgui, la tria conscient de productes, serveis i canals de comercialització que respectin les condicions laborals de les persones productores, els drets de les persones consumidores i el medi ambient.**

Les grans aportacions conceptuals del consum responsable són dues: el **bon viure**, com una interpretació de la qualitat de vida basada en la frugalitat, i el **consum transformador**, que recorda la influència de les opcions de consum en el manteniment o bé en el canvi de la societat actual. Aquestes idees-força enriqueixen les visions més tradicionals del consum responsable, que posen l'accent en valors com la **salut** i la **seguretat** entesos sovint des d'una perspectiva més individualista.

Per posar un exemple concret, en la promoció del consum de fruites i verdures es tractarà de complementar l'enfocament tradicional que apel·la a la salut, amb l'afegit que serà molt millor que aquestes fruites i verdures siguin d'origen local i de temporada, de producció ecològica, estiguin poc envasades, es comercialitzin en circuits curts i hagin estat fetes per productors de l'economia social i solidària.

Per practicar el consum responsable, les persones i les organitzacions es poden orientar seguint alguns criteris clau, com **prescindir** de consums superflus; **reutilitzar, compartir i optar** per béns, serveis i canals de comercialització compromesos socialment i ambientalment.

Pel que fa a aquest darrer criteri, els principals elements que ens poden ajudar a triar productes, serveis o canals de compra responsables són els següents elements en compromís social i en compromís ambiental:

COMPROMÍS SOCIAL

- Aposta per l'economia local, prioritzant les empreses i iniciatives més compromeses i/o les pimes (fet que afavoreix, en general, una distribució més equitativa de la renda i del poder econòmic) i els canals de comercialització justa
- Bones condicions laborals de l'empresa proveïdora
- Gestió democràtica de l'empresa proveïdora
- Compromís de l'empresa proveïdora amb l'entorn social i cultural
- Pràctica de valors cooperatius i no sexistes de l'empresa proveïdora

COMPROMÍS AMBIENTAL

- Productes i matèries primeres locals o, si no, amb un origen tan proper com sigui possible
- Matèries primeres reutilitzades, reciclades, renovables, reciclables i fàcilment separables
- Productes duradors, reparables i de baix consum
- Procés de producció sostenible: reducció del consum d'aigua, energia i matèries primeres, i minimització dels residus, especialment els més insalubres i contaminants

2.2 LA SITUACIÓ ACTUAL

Hi ha algunes pràctiques concretes que són les que grans capes de la població identifiquen fàcilment amb el consum responsable: el consum de productes alimentaris de proximitat, ecològics i/o de comerç just; les pràctiques d'estalvi i eficiència energètica a la llar; la prevenció i separació de residus; la banca ètica en menor mesura; etc. Podem afirmar que el consum responsable està guanyant reconeixement social i que ja té consolidada una gamma significativa d'alternatives per practicar-lo.

Amb tot, però, la realitat és que, fins i tot, en aquests sectors, les pràctiques de consum responsable segueixen sent minoritàries, possiblement perquè, malgrat la **predisposició favorable** d'una bona part de la ciutadania, en la vida diària, aquestes persones topen amb qüestions pràctiques que sovint suposen un obstacle per aplicar-lo: preus més alts en alguns productes, oferta més limitada o menys a l'abast, o manca d'informació, entre d'altres.

Per això, el repte actual consisteix a passar d'una estratègia voluntarista per incrementar el consum responsable, que sobrevalora el poder i la responsabilitat dels individus, a **estratègies més normatives, incentivadores i exemplificadores** dutes a terme per les administracions públiques i les grans empreses.

2.3 L'ACTUACIÓ DE L'AJUNTAMENT FINS ARA

Com hem assenyalat més amunt, la política i els serveis municipals de consum s'han centrat a través de l'OMIC (Oficina Municipal d'Informació al Consumidor) i la JAC (Junta Arbitral de Consum), a **informar** dels drets de les persones consumidores, **atendre les reclamacions**, efectuar la **mediació i arbitratge** entre les parts i **inspeccionar** empreses i establiments per garantir el que estableix la Llei del Codi de Consum de Catalunya 26/2010.

L'OMIC també ha estat un servei d'informació i assessorament puntualment important en temes com el canvi de moneda a l'euro, la liberalització de les elèctriques o de la telefonia, les accions preferents, els serveis de revisions de gas a domicili o, últimament, les clàusules sòl.

També s'han impulsat iniciatives d'**educar** per un "consum responsable", entès sobretot com un **consum saludable i segur**, des d'un enfocament més individualista que compromès amb el bé comú. Amb una visió global del consum responsable és destacable l'excel·lent feina del Programa Barcelona + Sostenible.

Així mateix, fa anys que diferents àrees de l'Ajuntament porten a terme nombroses i valuoses mesures ambientals que incideixen en l'impuls del consum responsable.

Les polítiques de residus, energia, mobilitat, comerç, mercats municipals i Mercabarna, salut, educació, socials i últimament turisme, entre d'altres, impulsen el consum responsable, si bé des de definicions i enfocaments diversos.

De fet, totes les àrees, districtes i empreses municipals analitzades consideren que fan accions de consum responsable, encara que és poc habitual que adoptin l'enfocament més col·lectiu, integral i transformador, tal com propugna aquesta Estratègia d'Impuls.

Actualment, la promoció del consum responsable per part de l'Ajuntament de Barcelona reforça els objectius de diversos programes i compromisos municipals, entre els quals destaquem els cinc eixos estratègics del **programa d'actuació municipal (pam) 2016-2019**, molt especialment els relatius a l'empenta en favor de l'economia plural i la transició ecològica; el **Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat 2012-2022**, les actuacions que des d'Ecologia Urbana inclou el pla de Barcelona + Sostenible, i els objectius relatius al comerç sostenible, vertebrador de la ciutat i compromès amb la cohesió social del **Pla de treball de Comerç de Barcelona 2016-2019**.

Les accions que més parteixen d'un enfocament col·lectiu en la pràctica del consum incideixen en la reducció de l'impacte ambiental a les oficines i els equipaments: la gestió, el control i la reducció de consum (energètic, d'aigua, materials d'oficina), l'ús responsable dels materials i la prevenció i separació de residus.

Pel que fa a mesures que impliquin canvis normatius o incentius fiscals relacionats amb un consum responsable, tot i que hi ha hagut alguna experiència en bonificacions per a la recollida selectiva co-

mercial o línies d'ajut a la rehabilitació i millora de l'eficiència energètica d'habitatges i comerços, s'entén que és un àmbit on hi ha camí a recórrer.

Pel que fa al suport a les iniciatives a les associacions de consumidors i entitats en general, al 2016 es va incorporar en la convocatòria general de subvencions de l'Ajuntament, una línia específica de consum responsable.

Amb relació a la pròpia pràctica municipal, ressaltem aspectes com la guia municipal de contractació pública, que incorpora les instruccions a seguir amb criteris ambientals i socials a l'hora d'adquirir béns i serveis per part de l'Ajuntament.

En l'àmbit del comerç i l'empresa, destaca la iniciativa municipal dels mercats verds i els plans existents per estendre-la, com també la tasca realitzada pel programa Entitats i Empreses + Sostenibles (de Barcelona + Sostenible).

Respecte a l'impuls de l'economia social i solidària, de la qual el consum responsable forma part, el Pla d'Impuls de l'Economia Social i Solidària 2016-2019 aporta el marc conceptual i de treball per incloure el consum, i el consum responsable en concret, en l'acció de la política municipal.

Quant a la vinculació del consum responsable amb els drets socials, destaquem la contractació d'empreses d'inserció i la promoció de drets laborals en establiments turístics i hostalers.

2.4 L'AJUNTAMENT I L'IMPULS DEL CONSUM RESPONSABLE

L'administració local pot aportar molt a l'impuls del consum responsable; aquestes són les raons:

- a) El seu **potencial exemplificador**, que tant pot ser inspirador de millors pràctiques, com desmoralitzador quan constitueix un mal exemple.
- b) La seva importància com a **agent econòmic**, tant perquè produeix i/o presta béns i serveis a la ciutadania a través de serveis municipals i empreses públiques, com perquè ell mateix és un gran consumidor de béns i serveis.
- c) La seva capacitat de **promoure accions d'educació, sensibilització i implicació**, tant adreçades al mateix ajuntament com a la societat civil, bé sigui des de les clàssiques actuacions d'informació i divulgació com per la posada en marxa de models de gestió ciutadana (cooperativa o comunitària) més coherents amb els valors i les pràctiques del consum responsable.
- d) La seva capacitat per possibilitar transformacions d'abast més ampli a través de **canvis normatius**.

03 Elaboració de l'Estratègia

Aquesta Estratègia és el resultat d'un procés que sorgeix de la voluntat política del govern municipal d'avançar cap a una **política pública local d'economia plural** que tingui el consum responsable com un dels seus pilars.

El procés d'elaboració de l'EICR s'ha assentat en una sèrie de principis que han marcat l'enfocament de treball, la metodologia utilitzada i les activitats dutes a terme. En concret, els criteris i principis orientadors han estat:

- **Marc transversal** de polítiques municipals de ciutat i accions dels diferents àmbits, que vol contribuir a les pràctiques del consum responsable per part dels diferents agents de la ciutat.
- La coordinació i la transversalitat s'han dut a terme a través del **grup impulsor representatiu** de totes les àrees municipals, així com de la **participació dels diferents grups polítics** presents a l'Ajuntament.
- **Enfocament participatiu** per posar en pràctica la coproducció de polítiques públiques i augmentar la corresponsabilitat entre administració, ciutadania i societat civil organitzada.
- **Aprenentatge** per generar i aprofundir en el coneixement col·lectiu mitjançant les diferents activitats de diàleg, debat i formació durant el procés d'elaboració.
- **Transparència i visibilitat** amb la voluntat de donar a conèixer aquelles accions incloses en programes municipals on s'impulsi el consum responsable.
- **Seguiment, indicadors i continuïtat** per incloure, corregir i millorar les pràctiques de consum responsable.

FASES D'ELABORACIÓ DE L'EICR

- Fase 1: Classificacions prèvies i disseny del procés (setembre – novembre 2015)
 - Principis metodològics
 - Constitució del grup impulsor i creació d'un marc conceptual comú
 - Diagnosi sobre el consum responsable a l'Ajuntament i a la ciutat
 - Concreció del caràcter participatiu del procés
 - Concreció dels objectius estratègics i àmbits temàtics
- Fase 2: Prediagnòstic del consum responsable a la ciutat (desembre 2015 – abril 2016)
 - Entrevistes als diferents departaments de l'Ajuntament (14)
 - Entrevistes a entitats i persones expertes de la societat civil (8)
 - Debat en el procés del PAM amb sessió específica sobre "El consum conscient i transformador: el pla d'impuls del consum responsable" (30 entitats de consum responsable)
 - Recull d'actuacions municipals (32 empreses i departaments)
 - Recull d'actuacions d'entitats ciutadanes i d'altres administracions (8)
 - Anàlisi i principals conclusions del consum responsable a les pràctiques municipals i a la ciutat de Barcelona
- Fase 3: Propostes, debat, definició i redacció (maig – novembre 2016)
 - Taller participatiu amb les entitats més representatives del consum responsable (25 entitats)
 - Consell de Consum amb les associacions de consumidors i grups polítics (20 membres)
 - Entrevistes als grups polítics amb representació municipal (6)
 - Entrevistes de contrast amb reconeguts referents en aquest àmbit (5)
 - Reunions a l'entorn del model d'economia plural de l'Ajuntament (3)
 - Definició i concreció de les mesures i accions (continuitat i noves propostes)
 - Elaboració d'una proposta per a la implementació, el seguiment i l'avaluació
 - Redacció del Pla Operatiu de l'EICR sobre la base de la matriu d'objectius i àmbits temàtics

04

Contingut de l'Estratègia

4.1

PRINCIPIS INSPIRADORS

CONCEPTUALS

a) **Bon viure**

El consum responsable com una oportunitat de viure millor. La qualitat de vida basada en la pràctica d'estils de vida sostenibles, que a més promouen hàbits saludables.

b) **Consum transformador**

Consideració del consum com a eina a l'abast de tothom (persones i organitzacions) per millorar la societat.

c) **Consum local**

Aposta per l'economia local, prioritzant el consum de béns i serveis de proximitat de les petites i mitjanes empreses que actuen amb responsabilitat social. Al seu torn, aquestes trobaran en el consum responsable un suport diferenciador respecte de les altres empreses i productes, i s'obriran noves oportunitats d'ocupació en sectors com l'agroecologia local, l'estalvi i l'eficiència energètica o la producció renovable.

d) **Drets socials**

Support a productes i canals de comercialització que tenen bones pràctiques laborals i de gènere.

e) **Sostenibilitat ambiental**

Reducció del consum de matèries primeres, aigua i energia, així com dels residus i les emissions contaminants.

f) **Sobirania alimentària**

Orientació cap al desenvolupament local integral agroecològic i posicionament de l'Ajuntament com un agent socioeconòmic actiu que dona suport a les iniciatives de dinamització local agroecològica ja existents o en gestació.

g) **Democràcia**

El consum com a espai d'inclusió i de participació socials, que afavoreix el lideratge social i comunitari, i la coproducció i corresponsabilitat de les polítiques públiques.

h) **Economia social i solidària**

El consum responsable com l'expressió pròpia de l'economia social i solidària en matèria de consum.

METODOLÒGICS

L'enfocament dominant de política pública en consum responsable fins ara ha apostat sobretot per la conscienciació, l'educació i la informació (etiquetatge, segells de qualitat...), S'ha centrat a vetllar pels drets de les persones consumidores —un paper important que s'ha de mantenir i, fins i tot, reforçar— i ha sectorialitzat les polítiques de consum associades al medi ambient i a la sostenibilitat.

A partir d'ara, tal com hem dit anteriorment, la política municipal de consum haurà de complementar les accions centrades en la seguretat i els drets, la salut individual i la reducció de l'impacte ambiental, amb polítiques de promoció, tant d'estils de vida sostenibles com de nous relats més eficaços sobre la necessitat de practicar el consum responsable.

Per aconseguir-ho, l'enfocament que proposa aquesta Estratègia d'impuls parteix d'unes noves premisses metodològiques, que són:

- a) Concepció de l'extensió i la consolidació del consum responsable com un **procés llarg i progressiu que comporta un canvi d'hàbits col·lectiu**, i que serà més fàcil de fer com més acompanyat estigui per **accions d'informació, de suport, canvis normatius i divulgació de bones pràctiques** des de les administracions.
- b) **Paper clau de la motivació i la vivència positiva** per aconseguir el canvi. L'èmfasi en la manera com el canvi ens pot aportar salut i plaer (el "consumir menys per viure millor") resulta més atractiu i motivador que les apel·lacions a l'ètica, la responsabilitat, la justícia, la sostenibilitat o l'esperit crític. En cap cas no es tracta de generar angoixa ni sentiment de culpabilitat, o de plantejar reptes inassolibles en un context a vegades difícil; sí, en canvi, de potenciar la presa de consciència de les persones en el seu poder transformador com a consumidores.
- c) Reforç del **rol estratègic, preventiu i proactiu de l'Ajuntament** en favor del consum responsable.
- d) **Intervenció transversal**, ja que el consum afecta la majoria d'àrees de les administracions públiques, tant per aspectes de contractació com perquè el consum es troba a la majoria d'àmbits de la nostra vida.
- e) Desplegament d'una **àmplia gamma de polítiques públiques** que facilitin que les alternatives siguin més accessibles i assequibles: polítiques

de suport i estímul, accions exemplificadores com la compra i la contractació responsables, i canvis normatius.

- f) **Treball en xarxa** amb les associacions de consumidors, entitats, empreses i altres administracions que promouen també el consum responsable.

4.2 OBJECTIUS ESTRATÈGICS

Les accions que preveu l'Estratègia d'Impuls del Consum Responsable (EICR) estan orientades per aconseguir 5 objectius estratègics, els quals s'engloben dins de 7 àmbits d'actuació diferents.

Els objectius que persegueix l'Estratègia d'Impuls són els següents:

1. Estendre la cultura del consum responsable

Difusió de valors, criteris i idees pràctiques entre la ciutadania, empreses i la mateixa administració per tal d'aconseguir un canvi d'hàbits i afavorir noves formes de consum responsable a la ciutat.

2. Disposar per fer-ho de les regulacions adients

Revisió i actualització de la normativa actual per tal d'incloure clàusules i criteris socials, ambientals i de bon govern que afavoreixin el consum responsable. A més, s'impulsarà d'altres administracions a seguir la mateixa línia de treball i s'establiran mecanismes que vetllin pel correcte compliment de la normativa existent.

3. Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

Pràctica del consum responsable per part de l'Ajuntament com a consumidor que és i impuls a la contractació i la compra pública responsables.

4. Impulsar el comerç i l'empresa locals promovent el seu vincle amb el consum responsable

Promoció del comerç local i del consum de productes de proximitat posant èmfasi en els seus valors en termes de cohesió social i gestió ambiental.

5. Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

Reforçar el compromís de les empreses i entitats d'economia social i solidària amb el consum responsable i promoure la creació de noves iniciatives d'economia social i solidària en consum responsable. L'enfocament dominant de política pública en consum responsable fins ara ha apostat sobretot per la conscienciació, l'educació i la informació (etiquetatge, segells de qualitat...), S'ha centrat a vetllar pels drets de les persones consumidores —un paper important que s'ha de mantenir i, fins i tot, reforçar— i ha sectorialitzat les polítiques de consum associades al medi ambient i a la sostenibilitat.

4.3 ÀMBITS TEMÀTICS

Els àmbits temàtics d'intervenció escollits pretenen facilitar la classificació de les mesures en un nombre raonable de blocs que tinguin el màxim de coherència interna possible i el mínim d'encavalcaments.

Estan agrupats i ordenats en funció d'una combinació de criteris com són la seva freqüència de consum (consums diaris com el d'aigua, energia o envasos —residus—), la seva importància en la despesa (habitatge o mobilitat), el seu impacte ambiental i en la salut (mobilitat o alimentació) o la importància social de l'àmbit (banca, comunicació, cultura, educació, oci).

Després del títol de cada àmbit, per aclarir, indiquem algunes de les temàtiques que inclou.

- a) **Mirada global i criteris generals** (*inclou tant la promoció del "bon viure" com la promoció del consum responsable com a eina per transformar la societat*)
- b) **Alimentari**
- c) **Energia, aigua i subministraments**
- d) **Prevenició de residus**
- e) **Mobilitat i espai públic** (*fa referència a mesures que promoguin un disseny urbà favorable al comerç de proximitat o l'oci saludable*)

- f) **Educació, cultura, oci, comunicació i tic, electrònica i electrodomèstics** (*inclou material escolar i d'oficina, oferta i consum hotelier i turístic, telefonia i internet*)
- g) **Serveis financers, habitatge i altres consums personals** (*roba i tèxtil, neteja, mobles, assegurances, parament de la llar, mascotes i plantes*)

4.4 LÍNIES DE TREBALL

- 1. ESTENDRE UNA NOVA CULTURA DEL CONSUM**

Fer accions de formació i sensibilització

Promoure el model, els actors i les pràctiques de consum responsable

Promoure el treball col·laboratiu en xarxa entre associacions de consumidors, entitats i empreses
- 2. DISPOSAR DE LES REGULACIONS ADIENTS**

Proposar normatives fiscals que promoguin el consum responsable

Donar suport, seguir i controlar el compliment de les normatives
- 3. IMPULSAR EL CONSUM RESPONSABLE EN LES ACTUACIONS DE L'AJUNTAMENT**

Fomentar la compra i contractació socialment responsables

Fomentar el consum responsable en espais i esdeveniments municipals
- 4. IMPULSAR EL COMERÇ I L'EMPRESA LOCALS PROMOVENT EL SEU VINCLE AMB EL CONSUM RESPONSABLE**

Promoure els vincles entre el producte de proximitat, l'empresa i el comerç amb el consum responsable
- 5. IMPULSAR L'ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA REFORÇANT EL SEU VINCLE AMB EL CONSUM RESPONSABLE**

Promoure el model i l'àmbit de l'economia social i solidària

Reforçar les iniciatives existents i donar suport a la creació de noves

4.5 ACCIONS

El conjunt de les accions que es relacionen són el resultat de les aportacions del grup impulsor (àrees i departaments municipals), dels diferents processos participatius i de les entrevistes a experts i representants dels grups polítics.

Moltes formen part de mesures implementades o en execució i pertanyen a marcs de referència de diversos plans d'acció municipal, mentre que d'altres són propostes de futur per impulsar-les des de la mateixa Estratègia d'Impuls.

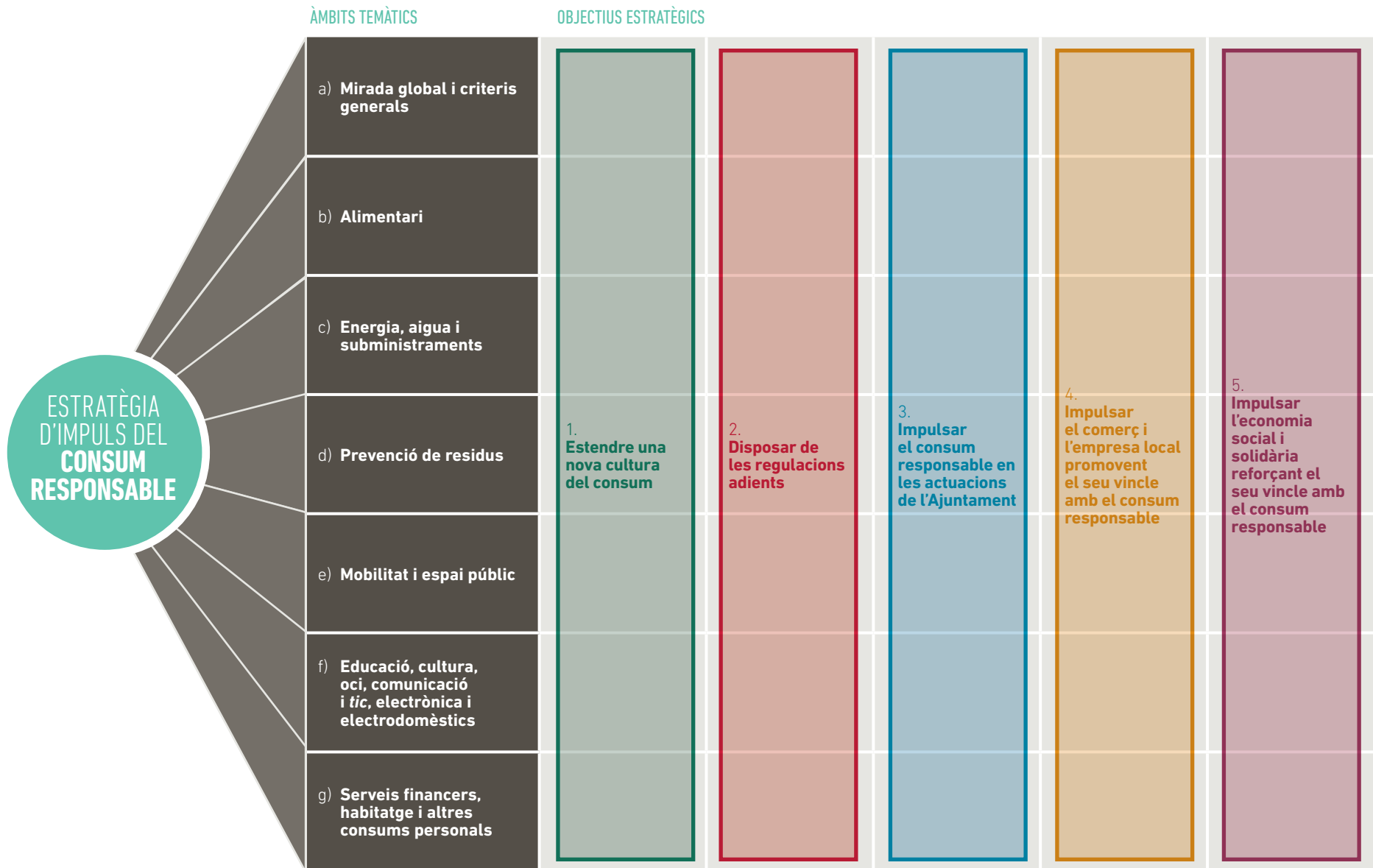
Per donar sentit i aplicar un dels principis de l'estratègia, el de la transversalitat en les actuacions municipals, fem referència als diferents plans d'actuació sectorials de l'Ajuntament que incorporen accions que impulsen el consum responsable.

4.6 MARCS DE REFERÈNCIA

- Pla d'Impuls d'Economia Social i Solidària 2016-2019
- Pla de Prevenció de Residus 2015-2020
- Programa Barcelona + Sostenible
- Mesura de Govern: Suport i impuls del sector de la restauració de Barcelona
- Pla Estratègic de Turisme 2016-2020
- Mesura de Govern per a la Desconcentració de l'Espai Públic
- Pla Estratègic de Mercats Municipals 2015-2020
- Pla d'acció triennal de Mercabarna 2015-2017
- Pla de Millora de Qualitat de l'Aire 2015-2018
- Instruccions municipals de compra pública amb clàusules socials i mediambientals
- Pla d'Actuació de Drets Socials i Serveis Socials
- Pla de Treball de Direcció de Comerç
- Plans de desenvolupament econòmic de Bcn Activa
- Estratègia per a la transició energètica 2016-2019

PROCÉS D'ELABORACIÓ PARTICIPAT





A. MIRADA GLOBAL

A.1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Observatori del Consum. Anàlisi estadística i d'investigació en consum. Incorporar el consum en les enquestes ciutadanes OMNIBUS i altres.	ECSSiC				
Nou espai de formació i assessorament en consum responsable a les oficines de l'OMIC, Oficina Municipal d'Informació al Consumidor). Servei adreçat a la ciutadania i la comunitat educativa.	ECSSiC				
Nou espai d'informació especialitzada a l'OMIC per a altres serveis municipals i associacions de consumidors sobre temes de consum.	ECSSiC				
Incloure oferta d'informació sobre consum responsable als serveis d'atenció a les reclamacions en consum de l'OMIC.	ECSSiC				
Impulsar les accions de sensibilització segons els objectius de l'Estratègia d'Impuls de Consum Responsable, i en especial sobre una nova cultura del consum i el consum transformador.	ECSSiC				
Programa de sensibilització del programa Barcelona+Sostenible per Escoles, Entitats i Empreses, Ajuntament i Ciutadania.	Ecologia Urbana				
Programa de coordinació de continguts i difusió en consum responsable entre els diferents canals d'informació, webs municipals i equipaments d'educació ambiental: la Fàbrica del Sol, Espai lúdic ambiental Parc de la Ciutadella, Punt Verd Escolar, Centre de la Platja, mercats i l'Oficina d'Atenció en Consum.	Ecologia Urbana / Departament de Consum / OMIC				
Pla d'Actuació de Turisme 2016-2020 (línia específica de turisme responsable) segons el Pacte Local per a la gestió de la promoció d'un turisme responsable i sostenible.	Turisme				
Incloure iniciatives de consum responsable al Mapa Barcelona + Sostenible. Actualment permet ubicar, descriure i localitzar iniciatives de comerç, serveis i turisme sostenible.	Ecologia Urbana / Departament de Consum				
Incloure l'EICR per completar l'objectiu del Compromís Ciutadà per a la Sostenibilitat "Ús racional dels recursos: de la societat del consum al consum responsable" que tracta del consum responsable.	Ecologia Urbana / Departament de Consum				
Incloure una línia específica de consum responsable en la convocatòria general de subvencions de l'Ajuntament.	ECSSiC				

ECSSiC: Comissionat d'Economia Cooperativa Social i Solidària i Consum

A. MIRADA GLOBAL

A. 2 — Disposar de les regulacions adients

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Estudi i propostes sobre canvi de normatives relacionades amb l'impuls del consum responsable.	Ecologia Urbana / Departament de Consum				
Promoure la inclusió de criteris ambientals i socials en el procés de valoració i atorgament de les subvencions municipals.	Ecologia Urbana / Departament de Consum				

A. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Creació de la comissió interdepartamental per al seguiment i avaluació de l'Estratègia.	ECSSiC				
Disseny de formació interna sobre consum responsable al personal tècnic de l'Ajuntament.	ECSSiC				
Campanya de sensibilització i formació per als professionals municipals des del Programa A+S. Edició de guies d'educació ambiental (<i>Guia de l'oficina verda, Hotels més sostenibles, Les festes més sostenibles, etc.</i>).	Ecologia Urbana				
Posar en valor les bones pràctiques de l'Ajuntament.	Ecologia Urbana / Departament de Consum				

A. MIRADA GLOBAL

A. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Línia de subvencions per a projectes de millora de la sostenibilitat en el comerç.	Comerç				
Incorporar als plans municipals de desenvolupament local dels barris estudis d'hàbits de consum i el valor del consum responsable.	Barcelona Activa/ Departament de Consum/ Comerç				
Incloure el comerç sostenible (ambiental i social) i el comerç col·laboratiu al Premi Comerç Barcelona	Comerç				
Suport a la creació d'empreses (especial èmfasi a les cooperatives) de productes i serveis vinculats al consum responsable.	ECSSiC				
Programa educatiu per un consum crític i responsable i afavorir el coneixement del comerç del barri.	Comerç				
Formació a les PIMES locals en consum responsable i Jornades d'Economia Circular	Comerç				
	Comerç				

A. MIRADA GLOBAL

A. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Fomentar l'economia col·laborativa del procomú en l'àmbit de l'Acord Ciutadà.	Drets Socials				
Fira de Nadal de Consum Responsable i d'Economia Social i Solidària.	ICUB / ECSSiC				
Projecte "Pacte del Temps". Inclou acords entre l'Administració, les organitzacions i la ciutadania per promoure la qualitat de vida i la conciliació de la vida familiar i laboral a través d'una millor gestió del temps.	ECSSiC				
Fomentar la intercooperació entre iniciatives comunitàries i cooperatives de consum.	ECSSiC				
Plans d'ocupació i serveis d'impuls a la creació/enfortiment de cooperatives en diversos sectors vinculats al consum responsable (alimentari, energètic, segona mà i reparació, rehabilitació i reformes, etc.).	Barcelona Activa				
Pla de suport a les Economies Comunitàries i en especial a les cooperatives de consum agroalimentari.	ECSSiC				

B. ALIMENTACIÓ

B. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Establir els criteris per una nova política alimentària a Barcelona.	ECSSiC				
Impulsar un grup d'acompanyament social amb la finalitat d'informar sobre l'àmbit de l'alimentació.	Mercabarna				
Donar suport a cursos sobre cuina d'aprofitament.	Institut de Mercats				
Donar suport i difondre, juntament amb el Gremi de Peixaters de Catalunya i la Federació Nacional Catalana de Confraries de Pescadors, la campanya d'etiquetatge del peix (Generalitat) a la xarxa de mercats municipals.	Instituts de Mercats				
Reduir el malbaratament alimentari. Fer un diagnòstic de les pèrdues alimentàries produïdes per l'activitat de tots els operadors que conflueixen a Mercabarna per tal d'analitzar les seves causes i poder reduir-les.	Mercabarna				
Donar suport a les campanyes de sensibilització per afavorir una millor nutrició.	ECSSiC / Salut				

B. 2 — Disposar de les regulacions adients

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Propostes de millora per la logística de distribució de productes de proximitat, i agroecològics vinculats a un consum responsable.	Mercabarna				

B. ALIMENTACIÓ

B. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Instrucció tècnica, en els processos de contractació/compra pública de l'Ajuntament, per a l'aplicació de criteris de sostenibilitat en els serveis d'alimentació.	Ecologia Urbana				

B. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Promoure el consum de productes ecològics i de proximitat. Ampliar la campanya pilot "Mercat Verd" a la resta de mercats.	Institut de Mercats				
Suport i impuls del sector de la restauració de Barcelona. Promoció de la qualitat i la sostenibilitat energètica i de reducció de residus en la restauració.	Comerç / Mercats				
Potenciar la dinamització dels Mercats Municipals i Comerç de Proximitat i altres formats de venda directa o canal curt de comercialització, amb criteris de producte de proximitat, ecològics i amb paràmetres de consum responsable	Mercats/ Comerç / ECSSiC				
Impulsar campanyes de visibilització per connectar el món de la restauració local i el producte de proximitat i de qualitat.	Comerç				

B. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Fomentar els horts urbans amb l'objectiu d'impulsar un canvi de consciència i afavorir l'autoconsum amb paràmetres de qualitat i seguretat alimentària.	Ecologia Urbana / ECSSiC				

C. ENERGIA, AIGUA I SUBMINISTRAMENTS

C. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Punts d'atenció energètica per a la ciutadania per tal de garantir l'assessorament sobre estalvi energètic, eficiència i inversió en energies renovables.	Ecologia Urbana				
Actuacions contra la pobresa energètica: creació de les oficines d'atenció al ciutadà en matèria de pobresa energètica (PAPes) per tal d'oferir atenció, informació i assessorament personalitzat a la ciutadania en la contractació de subministres	Drets Socials				
Difusió de la política de Barcelona Cicle de l'Aigua	Ecologia Urbana				
Campanya sobre tarificació social i estalvi energètic dirigida als centres de serveis socials de la xarxa de l'IMSS.	Drets Socials				
Programa per impulsar la creació de grups de voluntaris formats en estratègies de lluita contra la pobresa energètica.	Drets Socials				

C. 2 — Disposar de les regulacions adients

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Impulsar la creació d'un operador energètic municipal.	Ecologia Urbana				

C. ENERGIA, AIGUA I SUBMINISTRAMENTS

C. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Actuacions contra la pobresa energètica: formar els professionals municipals perquè puguin assessorar sobre qüestions d'energia a la llar.	Drets Socials				
Implantar millores d'estalvi energètic a les instal·lacions dels mercats municipals (làmpades led, plaques fotovoltaïques, instal·lacions d'aigua freàtica, instal·lacions d'energia geotèrmica, etc.).	Intitut de Mercats				
Implantar millores d'estalvi energètic a les instal·lacions esportives municipals (instal·lacions de plaques solars, renovació d'instal·lacions) i clàusules de contracte de manteniment amb criteris de consum responsable i sostenibilitat.	Esports				

C. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Projecte d'eficiència energètica, millora de la imatge exterior i accessibilitat a establiments comercials.	Comerç /Barcelona Activa / IMPU / Ecologia Urbana				

C. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Renovar la certificació Biosphere World Class Destination (2014) que respon als criteris del Global Sustainable Tourist Council. La certificació incorpora 4 eixos: ambiental, cultural, social i econòmic.	Turisme				

D. PREVENCIÓ DE RESIDUS

D. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Creació de l'Estratègia i Centre de Recerca Residu Zero.	Ecologia Urbana				

D. 2 — Disposar de les regulacions adients

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Reduir la taxa de recollida de residus als comerços que s'acullen al Pla de Prevenció de Residus Municipals.	Ecologia Urbana				

D. PREVENCIÓ DE RESIDUS

D. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Estudi del programa de promoció del consum d'aigua de la xarxa i limitació de l'envasada en instal·lacions i esdeveniments municipals.	Ecologia Urbana				
Introducció de clàusules sostenibles de compra de paper a la Guia de Compra Pública.	Ecologia Urbana				
Impulsar la implantació d'un sistema de gestió de residus a l'Ajuntament (disminució, reutilització, recollida selectiva i disposició de gestors autoritzats).	Ecologia Urbana				

D. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Campanya pel canvi d'hàbits en favor de la disminució de les bosses de plàstic.	Institut de Mercats				

E. MOBILITAT I ESPAI PÚBLIC

E. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Impulsar la proposta i accions del Pacte per la mobilitat.	Mobilitat				

E. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Avaluar l'impacte ambiental dels esdeveniments esportius realitzats a la ciutat.	Esports				

E. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Aportar i condicionar espais físics i estructures de l'Ajuntament al sector de les altres economies a través de l'impuls de projectes emblemàtics: BiciHub a Can Picó, Coopolis, Can Calopa, rehabilitació antic patrimoni cooperatiu (Flor de Maig, Camp de l'Arpa, etc.).	ECSSiC				
Impulsar el Hub de la Bicicleta a l'edifici municipal de Can Picó de Barcelona i la "Fàbrica-Escola Rebiciclem" (taller de reparació de bicicletes i aules de formació dedicades a la mobilitat sostenible i a l'economia social i solidària).	ECSSiC				

ECSSiC: Comissionat d'Economia Cooperativa Social i Solidària i Consum

F. EDUCACIÓ, CULTURA, OCI, COMUNICACIÓ I ELECTRÒNICA

F. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Crear un programa en línia d'assessorament i per a la prevenció de conflictes per temes de consum a les unitats familiars	ECSSiC / Drets Socials				
Programa d'informació i prevenció sobre les compres en línia.	ECSSiC				
Incloure a l'oferta turística els circuits de consum responsable, economia social i solidària i els projectes socials.	Turisme				
Realitzar una revisió del web meet.Barcelona per afavorir la comunicació de la ciutat als visitants i fomentar la compra responsable.	Turisme				
Calcular la petjada de carboni en els equipaments turístics.	Turisme				
Cimera Mundial de Turisme Sostenible (maig de 2017).	Turisme				
Campanya Conviure a Barcelona (2015) i Campanya Compartim a Barcelona (2016).	Turisme				

F. 2 — Disposar de les regulacions adients

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Programa d'informació i protecció als consumidors visitants i turistes.	ECSSiC / Turisme				

F. EDUCACIÓ, CULTURA, OCI, COMUNICACIÓ I ELECTRÒNICA

F. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Adhesió al programa "Electronic Watch", un observatori internacional que supervisa i analitza els processos de producció dels aparells i materials consumibles electrònics que s'utilitzen a les administracions públiques.	Ecologia Urbana				
Aplicar un certificat de Garantia de Qualitat Ambiental a diversos equipaments de l'ICUB (energia, aigua, residus, materials, mobilitat, comunicació, etc.).	Cultura				

F. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Difondre bones pràctiques: "Estudi de casos d'excel·lència en RSE a l'Hostaleria de Barcelona".	Turisme				
Promoure al Gremi d'Hotelers la contractació, per part dels hotels, de persones del barri, l'impuls d'accions de consum responsable i la prevenció de residus.	Turisme				
Anàlisi energètica dels allotjaments turístics.	Turisme				
Campanya per promoure les adopcions o la compra responsable en la tinença d'animals de companyia.	Ecologia Urbana				

G. SERVEIS FINANCERS, HABITATGE I ALTRES CONSUMS

G. 1 — Estendre una nova cultura del consum

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Convocatòria d'Ajuts a la Rehabilitació amb accent especial a l'interior dels habitatges, prioritzant l'habitabilitat i accessibilitat, i fomentant la salut i l'estalvi energètic.	Habitatge				
Programes "Millor nou, Repara't", "Recuina" i "Renova la teva roba".	Ecologia Urbana				
Impulsar els terrats vius i les cobertes verdes. Ajuts per a les obres de rehabilitació i/o renaturalització del terrat dels edificis que incloquin mesures d'estalvi energètic i/o enjardinament de la coberta.	Ecologia Urbana				
Actuacions contra la pobresa energètica: intervenció-rehabilitació a les llars per fomentar la reducció de la despesa energètica al col·lectiu més vulnerable de la ciutat.	Drets Socials				

G. 3 — Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Introducció de clàusules socials i sostenibles en la Guia de Contractació i compra pública.	DIECS_ Instruccions				
Convenis marc entre els operadors de finançament per tal d'impulsar la utilització de banca ètica per part de l'Ajuntament.	ECSSiC / Drets Socials				
Contractació preferent obligatòria de serveis financers (i assegurances) ètics per l'Ajuntament i promoció entre treballadors i treballadores municipals mitjançant acords amb les entitats i compres col·lectives.	ECSSiC / Drets Socials				

G. SERVEIS FINANCERS, HABITATGE I ALTRES CONSUMS

G. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓ	AGENTS IMPLICATS	2016	2017	2018	2019
Definir i impulsar una prova pilot de la moneda social.	ECSSiC / Drets socials				
Edició de manuals de recursos d'Economia Social i Solidària (finances ètiques, grups de consum responsable, horts comunitaris, habitatge cooperatiu, botiga cooperativa)	Barcelona Activa / ECSSiC				
Donar suport a l'articulació de convenis perquè les cooperatives tinguin accés al crèdit ètic i al crèdit cooperatiu.	ECSSiC				

05

Pressupost

	2016	2017	2018	2019	TOTAL OBJECTIU
1. Estendre una nova cultura del consum	640.500 €	540.000 €	400.000 €	375.000 €	1.955.500 €
2. Disposar de les regulacions adients	15.000 €	20.000 €	26.500 €	6.500 €	68.000 €
3. Impulsar el consum responsable en les actuacions de l'Ajuntament	15.000 €	15.000 €	10.000 €	5.000 €	45.000 €
4. Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable	355.000 €	331.000 €	351.000 €	351.000 €	1.388.000 €
5. Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable	173.000 €	162.000 €	252.000 €	307.000 €	894.000 €
TOTAL ANUAL	1.198.500 €	1.068.000 €	1.039.500 €	1.044.500 €	4.350.500 €

06 Implementació, seguiment i avaluació

6.1 MECANISME I ESTRUCTURA D'IMPLEMENTACIÓ

En consonància amb la filosofia de treball que ha marcat l'elaboració de l'EICR, la seva implementació, seguiment i avaluació haurà d'incorporar els principis que han guiat el procés d'elaboració; per tant, el dispositiu ha de garantir:

- La **coordinació, transversalitat i coherència** entre les actuacions municipals
- La **participació** de la societat civil
- Un procés de **rendició de comptes** periòdic, transparent i participatiu.
- Així mateix, el seguiment i l'avaluació parteixen del **principi d'utilitat** i, per tant, el seu objectiu és l'**aprenentatge col·lectiu** a través de la reflexió sobre el procés d'implementació de l'EICR que ha de dur a corregir, reorientar i millorar els aspectes que es considerin necessaris en funció dels elements que l'avaluació posi en relleu.

6.2 LA IMPLEMENTACIÓ

- El **Departament de Consum** de la Direcció de Serveis d'Economia Cooperativa, Social i Solidaritat i Consum, amb el suport i assessorament d'un equip de treball, serà el responsable tècnic i operatiu de la **implementació, seguiment i avaluació de l'EICR**, així com de la necessària coordinació amb la resta d'agents municipals i de participació ciutadana que hi participen.

En algunes de les accions, parlem d'implementació descentralitzada, ja que, en el seu sentit de transversalitat, l'EICR inclou actuacions de diferents àrees municipals i dels seus plans d'actuació respectius i, per tant, de la seva implementació.

- Es crearà una **comissió interdepartamental** que serà l'espai municipal de coordinació i d'impuls de les actuacions de l'Estratègia. Hi seran representades les cinc àrees municipals.

D'altra banda, i amb l'objectiu que el consum responsable esdevingui una política de ciutat amb continuïtat, l'EICR s'incorpora com a element que complementa i aporta contingut al punt 5 del pacte per al **Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat 2012-2022 "Ús racional dels recursos: de la societat del consum al consum responsable"**.

6.3 EL SEGUIMENT I L'AVUACIÓ

El procés de seguiment i avaluació del **programa d'actuacions** per impulsar el consum responsable ha de tenir en compte els criteris següents:

- **Coherència** entre la política de consum responsable i la resta de polítiques públiques
- **Treball col·laboratiu** amb les entitats
- Construcció d'un **relat de model econòmic més sostenible**
- **Grau d'implementació** de les actuacions
- **Mesurament** de la seva d'incidència per assolir els objectius previstos, així com el seu **impacte** en la ciutadania i altres agents.

EL SEGUIMENT

Els espais de seguiment i avaluació de l'EICR seran el **Consell Municipal de Consum** (òrgan consultiu i d'assessorament des de la participació ciutadana en temes de consum) i la **Comissió Interdepartamental Municipal** de la mateixa estratègia.

Es presentaran els informes anuals davant el Consell Municipal de Consum.

L'AVUACIÓ

L'EICR, en el seu sentit de transversalitat, inclou actuacions de diferents àrees municipals i dels seus plans d'actuació respectius, que ja defineixen els seus indicadors.

Tot i això, l'avaluació de les accions de l'EICR es determinarà segons l'impacte de l'acció i la seva aportació als objectius generals.

Les enquestes d'opinió i satisfacció ciutadana que fa l'Ajuntament i els estudis i enquestes sobre els hàbits de compra i consum relacionats amb el comerç, seran els altres indicadors que permetran avaluar l'Estratègia.

07

Annexos

7.1

PRINCIPALS ACTORS DEL CONSUM RESPONSABLE A BARCELONA

Agència Catalana del Consum, www.consum.cat

AICEC-ADICAE (Associació d'Usuaris de Bancs, Caixes i Assegurances de Catalunya),
www.aicec.adicae.net

ASAC! (Aliança per la Sobirania Alimentària dels Pobles - Catalunya), www.asapcatalunya.wordpress.com

Associació Dia de la Terra (Fira de la Terra),
www.diadelaterra.org

Associació Moda Sostenible Barcelona
www.modasosteniblebcn.org

Associació per a la Promoció del Transport Públic (PTP), www.transportpublic.org

Associació Vida Sana (Biocultura), www.vidasana.org,

Club Emas, www.clubemas.cat

Cohousing Barcelona, www.cohousingbarcelona.cat

Consell Ciutadà per la Sostenibilitat,
www.ajuntament.barcelona.cat/ecologiaurbana/ca/amb-qui-ho-fem/consell-ciutada-per-la-sostenibilitat

Consell de les Persones Consumidores de Catalunya,
www.consum.gencat.cat/organismes_de_consum/consell

Ecoconsum, www.ecoconsum.org

FETS-Finançament Ètic i Solidari, www.fets.org

Fundació Catalana per a la Prevenció de Residus i el Consum Responsable, www.residusiconsum.org

guifi-net, www.guifi.net

La Repera, www.repera.wordpress.com

Llaurant Barcelona, www.llaurantbarcelona.info

mésOPCIONs, www.mesopcions.coop

Millor que nou!, www.millorquenou.cat

Oficina Municipal d'Informació a la Persona Consumidora de Barcelona, www.ajuntament.barcelona.cat/omic

Pacte per la Mobilitat,
www.mobilitat.ajuntament.barcelona.cat/ca/pacte-per-la-mobilitat/que-es-el-pacte

PIMEC, www.pimec.org/ca/pimec-tots/nosaltres/sectors/pimecomerc

Plataforma Aprofitem els Aliments, www.aprofitemelsaliments.org

Roba Amiga, www.robaamiga.cat

SETEM Catalunya, www.setem.org/site/cat/catalunya

Societat Catalana d'Educació Ambiental, www.scea.cat

Sostre Cívic, www.sostrecivic.coop

Xarxa de Consum Solidari, www.xarxaconsum.net

Xarxa Local de Consum de la Diputació de Barcelona,
www.diba.cat/es/web/consum/xlc/xarxa

Xarxa per la Sobirania Energètica, www.xse.cat

Xarxa d'Economia Solidària, www.xes.cat

7.2

LLISTA DEL GRUP IMPULSOR

ÀREA/REGIDORIA	TINENCES
Comissionat de Consum, Comerç i Mercats	Primera Tinença
Comissionat d'Economia Cooperativa Social i Solidària i Consum	Primera Tinença
Direcció de Coordinació de Contractació Administrativa	Primera Tinença
Gerència de Presidència i Economia (Barcelona Activa)	Primera Tinença
Direcció d'empreses, entitats municipals i recursos	Primera Tinença
Direcció de Turisme i Esdeveniments	Primera Tinença
Gerència d'Habitatge	Segona Tinença
Comissionat d'Esports	Tercera Tinença
Regidoria de Participació i Territori	Tercera Tinença
Oficina de Sostenibilitat. Direcció Estratègia i cultura de sostenibilitat.	Quarta Tinença
Comissionat de Medi Ambient -Direcció de neteja i residus	Quarta Tinença
Districte Horta-Guinardó	
Districte Sant Martí	
Districte Ciutat Vella	
Departament de Consum — Coordinació	
CRIC (Centre de Recerca i Investigació en Consum) — Suport extern	

7.3

LLISTA DE DEPARTAMENTS QUE HAN COMPLEMENTAT LA GRAELLA D'ACTUACIONS DEL CR

PROGRAMA/DEPARTAMENT AJUNTAMENT

Oficina de Sostenibilitat. Direcció Estratègia i cultura de sostenibilitat.

Direcció Neteja i Gestió de residus

Dep- Programa de Temps i Economia de les cures

Comissionat de Salut (Agència Salut Pública)

Departament de Consum (OMIC i Sobirania Alimentària)

Gerència d'Habitatge

Patronat Municipal de l'Habitatge

Contractació pública

Turisme

Institut de Mercats de Barcelona

IMEB (Institut Municipal d'Educació de BCN)

Direcció de Pressupostos i política fiscal

Consell Tributari

Planificació i innovació

IBE Institut Barcelona Esports

ICUB

IMSS (Institut Municipals Serveis Socials)

Junta Arbitral de Consum

Promoció econòmica internacional

DISTRICTES

Districte Horta-Guinardó

Districte Sant Martí

Ciutat Vella

EMPRESES MUNICIPALS

Foment de Ciutat Vella

Mercabarna

Barcelona Activa

BCASA (BCN Cicle de l'Aigua)

BIMSA BCN d'infraestructures Municipals

FCSA

FMVDR (Fundació Mies Van Der Rohe)

ICB (Informació i Comunicació de Barcelona)

IMPS (Parcs i Jardins)

7.4

LLISTA D'ENTREVISTES

ENTREVISTES A TÈCNICS MUNICIPALS

Direcció de Serveis d'Economia Cooperativa, Social i Solidària i Consum

Direcció Estratègica, Cultura i Sostenibilitat

Director Planificació i innovació Drets Socials

Direcció de Serveis de Salut

Direcció de Serveis de neteja i gestió de residus

Direcció de Serveis d'Energia i Qualitat Ambiental.

Director de Promocio Educativa d'Esports

Direcció Operativa de Turisme

Director de coordinació de contractació

Directora de Serveis de Comerç

Cap del Departament de Consum

Cap comunicació Institut Mercats Barcelona

Cap Departament Cicle de Vida, Feminisme i LGTBI

ENTREVISTES A ENTITATS I ALTRES ADMINISTRACIONS

ADICAE

XES/SETEM

President Comerç PIMEC

Club EMAS

Fundació per la previsió de residus

Director Comunicació Agència Catalana de Consum

IGOP

Diputacio de Barcelona

ENTREVISTES ALS GRUPS POLÍTIQS DE L'AJUNTAMENT

CiU

PP

CUP

C's

PSC

ERC

BC

7.5 PER UNA NOVA POLÍTICA SOCIOECONÒMICA

CRISI SISTÈMICA

L'economia és el sistema d'institucions, valors i pràctiques que es dona una societat per definir, mobilitzar, distribuir i organitzar capacitats i recursos per tal de resoldre de la millor manera possible les necessitats i desitjos legítims de tots els seus membres (José Luis Coraggio). Així, vetllar per una bona salut econòmica que asseguri una gestió eficient dels recursos per fer-los arribar als 1,6 milions de persones que cohabitaven a la ciutat ha de ser una prioritat per a l'Ajuntament de Barcelona.

Quan en l'economia imperant es parla de creixement econòmic, no es mencionen les necessitats de la societat ni els recursos existents, sinó que es considera l'increment percentual del producte interior brut. Sota aquesta visió tan estreta, qualsevol activitat que s'escapi de l'intercanvi monetari queda fora del que es considera economia, mentre considera com a riquesa activitats perjudicials per a la societat o el medi ambient, tan sols perquè mouen diners. Aquest indicador no ens mostra tampoc si hi ha un accés equitatiu als béns per part de la tota la població o no. De fet, el mateix sistema potencia la polarització de la riquesa: el mercat es beneficia de l'existència d'una gran massa de mà d'obra disposada a treballar per un salari reduït, de la divisió

sexual del treball i de la deslocalització de certs sectors de producció en països on es practica el treball en condicions insostenibles per a la vida. En aquest context, **la crisi actual no s'entén com una eventualitat sinó com una conseqüència lògica del mateix model econòmic imperant**; una crisi sistèmica.

Davant d'aquesta crisi, es fa imprescindible **experimentar i consolidar noves formes d'entendre l'economia i l'empresa**. L'economia social i solidària pot renovar-les i fer-les més justes democràtiques, solidàries i sostenibles.

OBJECTIU: SOSTENIBILITAT INTEGRAL

Ja no es pot donar una resposta a les emergències derivades de la crisi estructural que no estigui emmarcada en una **estratègia de transformació social a mitjà i llarg termini**. Aquest canvi cap al qual Barcelona ha de transitar implica obrir la mirada i afrontar aquestes emergències d'una manera àmplia que no es limiti a polítiques d'ocupació, sinó que inclogui totes aquelles activitats que fan possible la vida. És per això que l'**economia plural engloba tots els camps del cicle econòmic convencional —producció, comercialització, consum i finançament—, però també el treball domèstic i les tasques de cura, les economies comunitàries, el procomú, l'autoproducció o l'intercanvi no monetaritzat**, entre d'altres. Així mateix, totes les societats han de tendir a assolir la sostenibilitat integral, que té en compte, a més de la sostenibilitat econòmica posant la vida en el centre, la sostenibilitat social, per avançar cap a una societat més justa, i ambiental, assumint les limitacions biofísiques a què estem supeditats.

ECONOMIA PLURAL

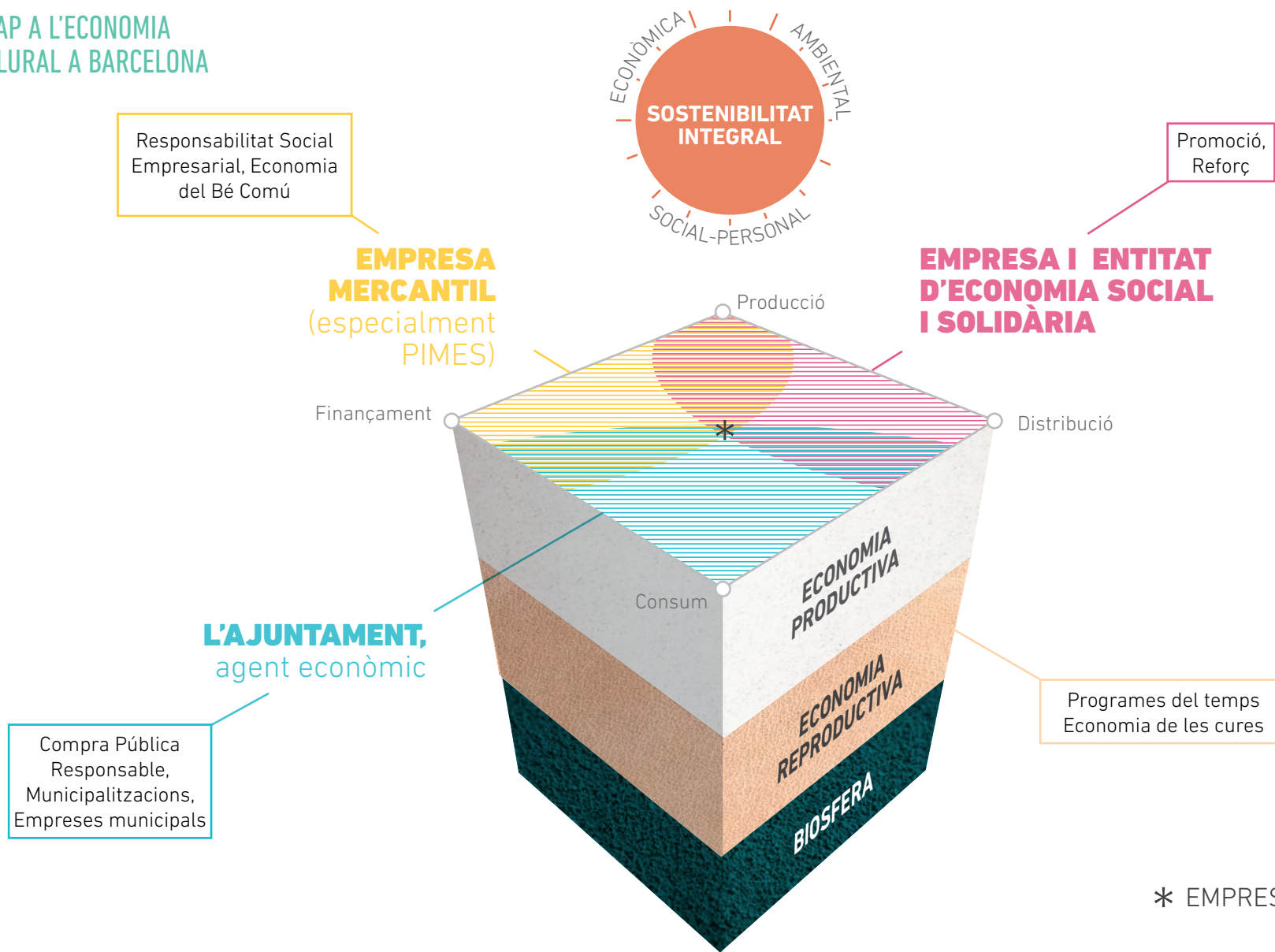
L'economia plural és un sistema econòmic caracteritzat per una combinació d'àmbits (el domèstic, l'economia reproductiva; el públic, l'economia productiva) i de formes diverses de propietat dels mitjans de producció (privada, cooperativa, associativa, estatal, comunal), de tipus de recursos (monetaris i no monetaris), d'actors (treballadores, inversores, consumidores i usuàries, administracions...), de formes de distribució (mercat, reciprocitat, redistribució, autoconsum...) i de motivacions humanes (el servei, la realització personal, la resolució de necessitats, el lucre...), tots els quals, d'una manera o altra, es posen al servei del bé comú.

Considerar l'economia plural, tal com en realitat és, permet que aflorin un conjunt de pràctiques econòmiques valuósíssimes per a la sostenibilitat i la justícia social que fins ara estaven menystingudes o, directament, invisibilitzades.

El canvi de model socioeconòmic que impulsa l'Ajuntament de Barcelona pretén avançar cap a una concepció d'economia plural, que implica:

- Democratitzar la **infraestructura de recursos comuns** (aigua, terra, energia, coneixement...) que han de ser gestionats des de la societat o, quan no pugui ser, des de les administracions.
- **Subordinar el mercat a les exigències del bé comú** i, per tant, regular-lo democràticament tant des dels governs locals, comarcals i nacionals com des de la mateixa ciutadania.
- Impulsar l'**economia desmonetaritzada** basada en els principis de reciprocitat i d'autoconsum.

CAP A L'ECONOMIA PLURAL A BARCELONA



* EMPRESA CIUTADANA

Al mateix temps, la política pública haurà d'equilibrar el pes dels diversos agents econòmics que conformin l'economia productiva:

El **sector privat**, que té com a motor principal la generació de rendibilitat monetària, i que està integrat per societats mercantils.

El **sector públic**, que prioritza la satisfacció de necessitats i que es desenvolupa al seu torn per dues vies:

El **subsector institucional**, conformat per les administracions públiques, així com per empreses estatals, comarcals i municipals, regides totes per institucions públiques sota el control de representants escollits democràticament.

El **subsector social** format per les empreses i entitats de l'ESS.

Les activitats de tots els sectors s'haurien d'adequar progressivament a uns estàndards ecològics i socials en el marc establert per una fiscalitat orientada a la redistribució i a generar un major retorn social i ambiental mitjançant bonificacions, exempcions i impostos.

EMPRESA CIUTADANA

De la mateixa manera que s'espera de les persones que habiten els municipis que vetllin per allò comú i s'impliquin en el desenvolupament del territori per tal de construir ciutats on mereixi la pena viure-hi, hem de poder **exigir a les empreses que**

siguin ciutadanes. "És ciutadana tota empresa que actua amb un esperit de **codesenvolupament amb el seu entorn** i es reconeix responsable del seu esdevenidor. És ciutadana tota empresa que es declara solidària amb el destí de la comunitat on viu. L'empresa ciutadana no pretén substituir els altres sectors de la societat, sinó treballar amb ells en esperit de col·laboració" (Carta de l'empresa ciutadana, 1992). L'empresa ciutadana, a més de productes i serveis útils a les persones, a les quals ven a un preu just, genera uns excedents econòmics i socioculturals que distribueix de manera participativa i equitativa entre els seus membres, l'empresa mateix i la societat.

És en la direcció d'**interpel·lar a les empreses de Barcelona perquè esdevinguin ciutadanes** que es faran les polítiques públiques.

TRANSFORMACIÓ SOCIOECONÒMICA

Atès que l'activitat econòmica té lloc dins de la societat i es beneficia de les estructures (i infraestructures) d'aquesta, l'empresa ha d'establir un vincle de coresponsabilitat i tenir un paper proactiu en la pal·liació de les desigualtats. Ja no es pot donar una resposta a les emergències derivades de la crisi estructural que no estigui emmarcada en una **estratègia de transformació social a mitjà i llarg termini**. Aquesta estratègia s'ha d'acompanyar, necessàriament, d'una integració de les polítiques socials, que consideren la producció i el consum com una qüestió de l'economia i la carència com una qüestió social, i de les polítiques econòmiques.

No ens podem limitar a les polítiques d'ocupació; **l'ESS integra de manera holística tot allò que fa possible la vida** i que, en l'actual societat mercantilitzada, està travessat per una mirada individualista, patriarcal, productivista i capitalista. També són ESS les cooperatives de consum, les cooperatives d'habitatge, els espais de criança autogestionats, els bancs dels temps, els mercats d'intercanvi i els horts comunitaris. Totes aquestes propostes juguen un paper fonamental en l'apoderament de les persones que en formen part, teixint vincles entre elles i amb el territori. L'ESS té la capacitat de desconstruir la forma amb què ens enfrontem al món cada dia, al mateix temps que construeix alternatives. L'ESS pot ser una eina molt apropiada per a una intervenció econòmica que constitueixi un **espai econòmic de proximitat**: la vinculació territorial dels seus membres, la utilització de recursos autòctons, la propensió a l'enxarxament des de la intercooperació i la resistència a la deslocalització.

Impulsar l'ESS a la ciutat passa per **enfortir aquelles entitats que ja treballen en vinculació amb el seu territori** potenciant la reducció de desigualtats i el canvi social i, també, per animar moltes altres ciutats perquè ho facin de la mateixa manera. S'ha d'impulsar l'àmbit no només com a proposta de millores laborals, sinó com a **eina de transformació social clau en la reducció de desigualtats i per a la satisfacció de necessitats**. D'aquesta manera, les polítiques que es duren a terme no seran simplement econòmiques sinó socioeconòmiques. A més, la relació de l'administració amb l'ESS ha de ser bidireccional: no només ha de donar resposta a les necessitats de l'àmbit sinó que la mateixa administració, transversalment, s'ha d'impregnar dels valors de l'ESS.

L'ESS i el desenvolupament local poden interactuar de manera útil si es despleguen conceptualment i operativament amb una voluntat transformadora explícita. L'una concretant en la seva pràctica els **valors cooperatius**, l'altra quan identifica desenvolupament local amb **desenvolupament endogen** i, ambdues, en conseqüència, construeixen noves realitats sota el paradigma de la **sostenibilitat integral** —ecològica, social-personal i econòmica, en aquest ordre, cada una de les quals depèn de l'anterior.

Per tal de donar resposta a aquestes necessitats socials s'ha d'impulsar un **nou model socioeconòmic** que estigui guiat pels **valors** següents: **la cooperació, la qualitat de vida, la sostenibilitat i l'equitat**. La cooperació s'ha d'erigir en el principi rector de la nostra societat assumint que no hi ha vida possible sense vincle amb els altres i entesa també com a pràctica quotidiana. La qualitat de vida implica garantir a la ciutadania la suficiència en el sentit material i immaterial de tot allò que fa possible el seu creixement com a persones. La sostenibilitat implica l'adequació de l'esfera econòmica als límits biofísics del planeta. Finalment, l'equitat és el repartiment equilibrat de la riquesa i dels treballs necessaris per produir-la.

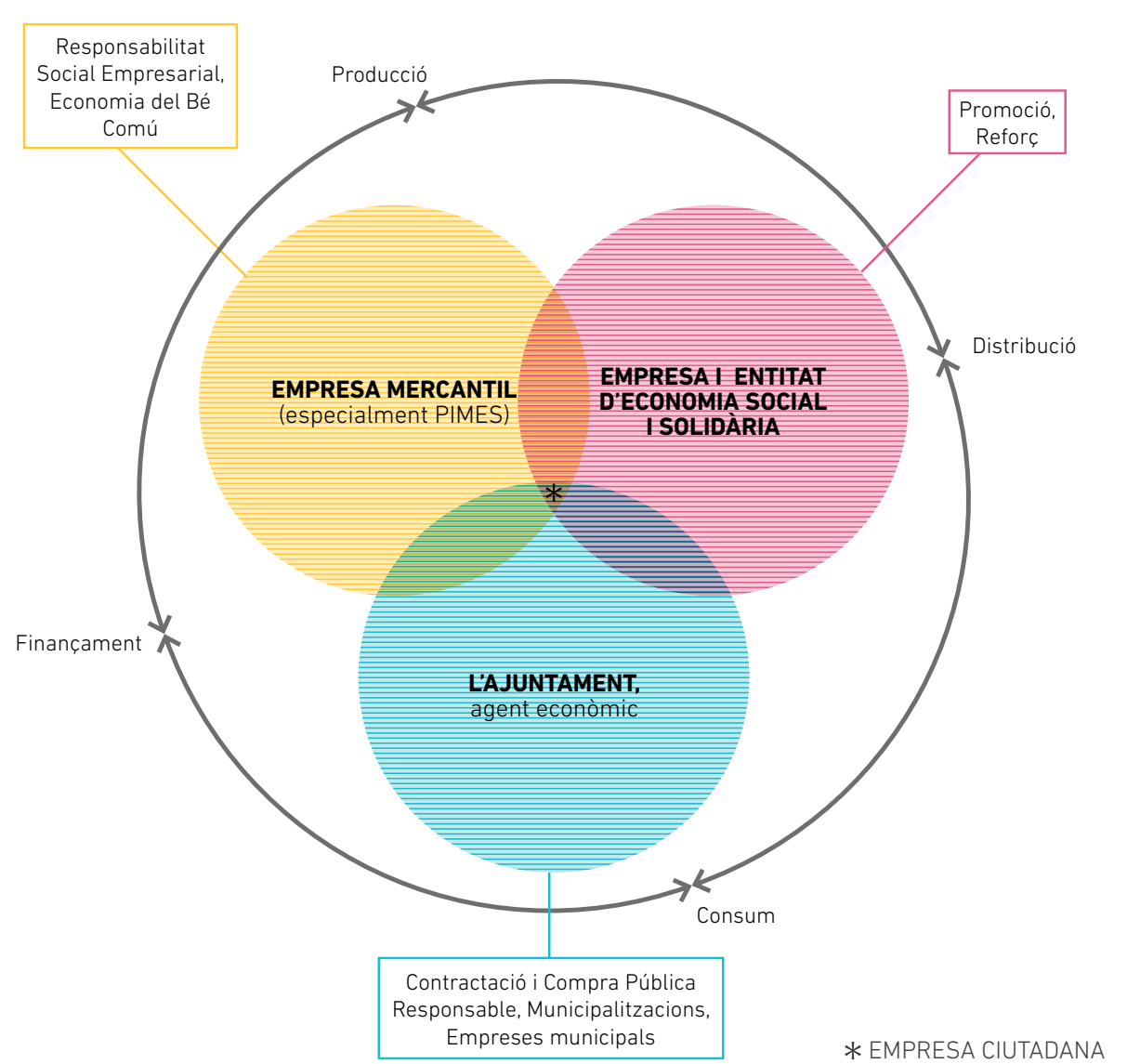
L'aplicació d'aquests valors hauria de significar una reorientació de l'economia en quatre direccions:

- La **regeneració del sistema financer i monetari** perquè serveixi a l'economia productiva i no al capital rendista.
- La **reorientació de l'economia productiva** perquè prioritzi cobrir les necessitats i no estigui tan de-

terminada per criteris de rendibilitat de la inversió o de creixement econòmic.

- La **visibilització, comptabilització i distribució igualitària de l'economia reproductiva**, és a dir, del treball domèstic i de les cures.
- La **reconversió de les nostres formes de producció i de consum** cap a una societat baixa en consum d'energia i de recursos i en generació de residus.

CAP A L'ECONOMIA PLURAL PRODUCTIVA A BARCELONA



- POLÍTIQUES SECTORIALS:**
- política industrial
 - política comercial
 - turisme
 - ocupació
 - innovació social
 - alimentació
 - infraestructures
 - empenedoria
 - consum
 - tecnologia i innovació digital

ESTRATÈGIA
D'IMPULS DEL
**CONSUM
RESPONSABLE**

2016 ————— 2019



Ajuntament de
Barcelona

Economia
Cooperativa,
Social i Solidària
i Consum