

DOSSIER

Sostenibilitat per al sector cultural de la Vall del Ges, Orís, Bisaura i Manlleu

culturalicreativa.cat

Impulsat per:



Consorci de la
Vall del Ges, Orís i
Bisaura



Oficina de
Promoció Econòmica
Ajuntament de Manlleu

Execució tècnica:

inèdit

Amb el suport de:



Diputació
Barcelona

SOC

Servei d'Ocupació
de Catalunya



Generalitat
de Catalunya



Aquest projecte està subvencionat pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del programa de suport al desenvolupament local

Impulsat per:



Consorci de la
Vall del Ges, Orís i
Bisaura

OPE Oficina de
Promoció Econòmica
Ajuntament de Manlleu

Execució tècnica:

inèdit

Amb el suport de:



Diputació
Barcelona

SOC Servei d'Ocupació
de Catalunya

 Generalitat
de Catalunya

 **SEPE**

Aquest projecte està subvencionat pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del programa de suport al desenvolupament local

ESTRUCTURA

1. Què tenim entre mans

1.1 Introducció al dossier

1.2 Estructura

1.3 Àmbits d'actuació i com utilitzar el dossier

2. Bloc introductori

2.1 Introducció a la situació actual

2.2 Context a Catalunya

3. Bloc d'acció

3.1 Actuacions de millora transversals

3.2 Actuacions de millora en esdeveniments o instal·lacions culturals

3.3 Actuacions de millora en productes culturals

3.4 Cinquanta-sis idees per millorar en sostenibilitat, per on començar?

4. Bloc de comunicació per la sensibilització

4.1 Com comunicar

4.2 Què és greenwhasing i com evitar-ho

4.3 Bones pràctiques de comunicació per la sensibilització

5. Referències

1. Què tenim entre mans

1.1 INTRODUCCIÓ AL DOSSIER

Aquest dossier de sostenibilitat per al sector cultural i creatiu està dissenyat per proporcionar eines pràctiques i recomanacions per a tots els agents del sector. Des de la selecció de materials fins a la gestió de residus i l'eficiència energètica, aquesta guia pretén contribuir a la reducció de l'impacte ambiental de les nostres activitats culturals, tot mantenint-ne la riquesa i diversitat i prenent la força que té la cultura com a motor de canvi social, per liderar, o si més no contribuir, cap a un futur més sostenible.

1.2 ESTRUCTURA

Bloc introductori: introducció a la situació actual i al context de Catalunya.

Bloc d'acció: aquest bloc conté 3 fitxes d'**estratègies transversals** i seguidament es detallen els àmbits d'actuació, cicles de vida i **actuacions de millora** per a dos tipus d'activitats culturals: les que tenen per objectiu la celebració d'un **esdeveniment** o instal·lació i les que tenen per objectiu la creació d'un **producte** cultural.

Al final d'aquest bloc s'inclou el llistat complet de 56 idees per millorar en sostenibilitat i una **fitxa de priorització** d'aquestes actuacions.

Bloc de comunicació: Recull de recomanacions generals respecte a la comunicació sobre iniciatives de sostenibilitat i sensibilització al sector cultural.

1.3 ÀMBITS D'ACTUACIÓ I COM UTILITZAR EL DOSSIER

Seguidament es fa una breu descripció dels cinc àmbits d'actuació definits:

- 1. **Arts plàstiques i visuals:** Artistes i gestors culturals que es dediquen a la creació, exposició i promoció d'obres d'art, com pintura, escultura, artesanía, fotografia, instal·lacions multimèdia.
- 2. **Esdeveniments i arts escèniques:** Productors, directors, agents i tècnics dedicats a l'organització i realització d'esdeveniments culturals que inclouen teatre, dansa o música en viu com per exemple festivals, festes i fires.
- 3. **Dissenys creatius aplicats:** Professionals del disseny, arquitectura, escriptura i comunicació que treballen en la concepció i desenvolupament de projectes creatius, abastant des del disseny gràfic i industrial fins a l'arquitectura, l'interiorisme, la publicitat i el paisatgisme.
- 4. **Patrimoni cultural i natural:** Professionals que es dediquen als productes derivats i serveis de museus, als espais arqueològics i històrics i a tot el relacionat amb el patrimoni natural. Aquest perfil inclou també els professionals que es dediquen a paisatges culturals i a biblioteques.
- 5. **Creació de contingut:** professionals del sector dels mitjans audiovisuals com ara la ràdio, la televisió, els podcasts, els videojocs, l'animació i en general a la generació de contingut.

Segons el perfil de lector al qual pertanyeu, recomanem la lectura de l'apartat 3.2 **Actuacions de millora en esdeveniments i instal·lacions culturals** o bé la de l'apartat 3.3 **Actuacions de millora en productes culturals**.

La taula següent mostra la relació entre àmbits d'actuació i apartats recomanats:

ÀMBITS D'ACTUACIÓ	APARTAT A PRIORITZAR
1. Arts plàstiques i visuals	3.3 Actuacions de millora en productes culturals
2. Esdeveniments i arts escèniques	3.2 Actuacions de millora en esdeveniments i instal·lacions culturals
3. Dissenys creatius aplicats	3.3 Actuacions de millora en productes culturals
4. Patrimoni natural i cultural	3.2 Actuacions de millora en esdeveniments i instal·lacions culturals
5. Creació de contingut	3.3 Actuacions de millora en productes culturals

Davant del dubte sobre quin apartat és més indicat segons la vostra l'activitat particular, es recomana llegir les definicions de producte cultural (veure pàgina 16) i d'esdeveniment cultural (veure pàgina 10) i les descripcions dels seus cicles de vida per escollir aquell apartat que us encaixi més.

També és possible que els dos àmbits d'actuació us interpel·lin. Ja que un esdeveniment pot comportar la creació d'un o més productes culturals, i un producte cultural pot estar lligat a la realització d'un o més esdeveniments culturals.

2.

Bloc introductori

2.1 INTRODUCCIÓ A LA SITUACIÓ ACTUAL

La crisi climàtica és un dels desafiaments més urgents i complexos que la nostra societat afronta avui dia. Els impactes del canvi climàtic són cada vegada més evidents, amb fenòmens meteorològics extrems, pèrdua de biodiversitat i alteracions en els ecosistemes que disminueixen la salut del planeta on vivim i també la nostra qualitat de vida i la de les futures generacions. Davant d'aquesta realitat, la necessitat de repensar la manera en què actuem és més crucial que mai. Aquesta situació ens porta a la necessitat de minimitzar emissions, residus i contaminació per generar el menor impacte possible en l'ecosistema.

2.2. CONTEXT A CATALUNYA

Al llarg dels anys hi ha hagut diferents compromisos internacionals o continentals (com per exemple l'Acord de Paris, l'agenda 2030, el Pacte Verd Europeu, etc.) amb l'objectiu de frenar el canvi climàtic i de millorar en sostenibilitat. Aquests, han estat adaptats a Catalunya mitjançant decrets que han permès ajustar les activitats catalanes als objectius de sostenibilitat establerts.

Igual que en l'àmbit estatal, Catalunya compta amb una legislació específica per fer front al canvi climàtic: **la Llei 16/2017, d'1 d'agost, del canvi climàtic**. També compta amb una **Estratègia d'adaptació al canvi climàtic (2021-2030)** i un **Pla nacional per a la implementació de l'Agenda 2030 a Catalunya** (2019).

Un dels documents de referència quan es parla de la sostenibilitat del sector cultural a Catalunya és el **Pla C. Cultura pel Clima** (veure Referències per accedir a l'enllaç). Aquest document és un instrument de l'ICEC i el Departament de Cultura que posa a l'abast de les empreses culturals els serveis, els ajuts i els recursos per avançar cap a un model més sostenible.

3.

Bloc d'acció

A l'hora d'iniciar una activitat relacionada amb la cultura, hi ha un seguit d'actuacions a considerar si el que volem és millorar en sostenibilitat.

Aquest bloc conté 3 fitxes d'**actuacions de millora transversals** i seguidament es detallen els àmbits d'actuació, cicles de vida i un total de **56 actuacions de millora** per a dos tipus d'activitats culturals: les que tenen per objectiu la realització d'un **esdeveniment o instal·lació** i les que tenen per objectiu la creació d'un **producte cultural**. Aquestes 56 possibles actuacions de millora poden aplicar-se per desenvolupar projectes que incorporin criteris de sostenibilitat.

Es desenvolupen amb més detall un total de **10 fitxes pràctiques** i s'inclou també al final d'aquest bloc una **fitxa de priorització d'actuacions**.

Les **fitxes de les actuacions de millora** estan estructurades en els següents apartats:

- Descripció
- Millora ambiental
- Possibles indicadors
- Eixos d'impacte
- Barreres potencials
- Responsables i agents implicats
- Impacte econòmic
- Legislacions (si n'hi ha)
- Bona pràctica

Cicle de vida

Quan volem millorar en sostenibilitat, sigui quina sigui la nostra activitat, és important pensar en possibles actuacions de millora amb una **perspectiva de cicle de vida**. Això vol dir tenir en compte els impactes que té la nostra activitat des del principi fins al final: des de la ideació fins al final de vida, passant per la producció i transformació de materials (si n'hi ha), el transport de tots els materials o persones, l'ús del producte o l'etapa de realització de l'esdeveniment, per exemple.

Aquesta perspectiva ajuda a veure l'impacte global d'allò que fem i a prendre millors decisions, minimitzant els impactes ambientals negatius en cada etapa i potenciant els positius.

Per això, les actuacions que es recullen i es descriuen en aquest dossier estan ordenades segons el seu cicle de vida.

3.1 ACTUACIONS DE MILLORA TRANSVERSALS

A continuació es detallen tres actuacions de millora que s'han anomenat transversals perquè són aplicables a tots els agents del sector cultural siguin de l'àmbit que siguin.

DEFINIR INDICADORS PER TAL DE FER EL SEGUIMENT DE LES ACCIONS DE MILLORA

Descripció:

Establir indicadors clars i mesurables que permetin fer un seguiment efectiu de les accions implementades per millorar la sostenibilitat de l'activitat cultural.

Aquests indicadors han de ser SMART (específics, mesurables, assolibles, rellevants i temporals), facilitant l'anàlisi del progrés i la identificació de millores necessàries.

Un exemple d'indicador seria el % de reducció d'ús d'envasos d'un sol ús.

Eixos d'impacte:

TRANSVERSAL

Barreres potencials:

- Resistència al canvi
- Percepció de baixa importància

Responsables i agents implicats:

- Responsable o responsables de l'esdeveniment o producte cultural.
- Cal implicar a tots els agents de la cadena de valor
- Cal definir responsables per a cada indicador i també cal establir un horitzó temporal

Millores ambientals:

- Més transparència en les accions de sostenibilitat
- Millor seguiment i rendiment en les accions de sostenibilitat
- Foment de la responsabilitat ambiental en tots els nivells de l'entitat

Impacte econòmic:

No influeix en el cost

Inversió inicial:

BAIXA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

% d'indicadors assolits

Bona pràctica:

Festival **Cantilafont**: després d'un diagnosi ambiental, defineixen a la seva web les diferents àrees en les quals han treballat per reduir l'impacte del seu esdeveniment. Per exemple, tot i que a la web no mostrin els seus indicadors específics interns, demostren una estructuració d'objectius dels quals es pot fer un seguiment. Parlen de reutilització de materials, de l'eliminació de plàstic d'un sol ús, de la gestió de residus i de la promoció del consum local entre d'altres.

INCORPORAR SENSIBILITZACIÓ EN SOSTENIBILITAT EN L'ADN DE L'ESDEVENIMENT O PRODUCTE

Descripció:

Utilitzar el poder transformador de la cultura com a motor de canvi cap a una societat més sostenible integrant la sostenibilitat com un element intrínsec de la proposta cultural.

Per exemple, integrar la sostenibilitat en els valors de l'entitat i en la definició de la proposta, crear continguts, activitats i missatges que promoguin la sensibilització ambiental entre tots els participants o usuaris, així com la seva implicació activa en pràctiques sostenibles durant l'esdeveniment o l'ús del producte.

Eixos d'impacte: TRANSVERSAL

Barreres potencials: Resistència al canvi

Responsables i agents implicats:

Responsable o responsables de l'esdeveniment o producte cultural

Millora ambiental:

- Augment de la consciència ambiental del públic objectiu de la proposta

Impacte econòmic: No influeix en el cost

Inversió inicial: BAIXA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- Nombre d'esdeveniments relacionats amb la sostenibilitat en un any.
- Nombre d'accions de comunicació relacionades amb la sensibilització en sostenibilitat (posts, espai al web, etc.) en un any.

Legislacions:

- Pla C Cultura pel Clima: aquesta estratègia està molt alineada amb els objectius del pla C mencionat a la pàgina 4 d'aquest document.

Bona pràctica:

L'espectacle “[De què parlem mentre no parlem de tota aquesta merda](#)” de la companyia de teatre la Calòrica és un exemple d'activitat cultural on la sostenibilitat hi juga un paper protagonista. L'obra parla de l'emergència climàtica des d'una perspectiva crítica, plena d'ironia i humor que provoca el públic a reflexionar.

OPTIMITZAR EL DISSENY DEL PRODUCTE DIGITAL

Descripció:

Ajustar el pes i els colors dels productes digitals (pàgines web, aplicacions, contingut multimèdia, etc.) per tal que ocupin el menor espai possible en els servidors i en les descàrregues, reduint així el consum d'energia. Aquesta optimització no només contribueix a la sostenibilitat, sinó que també millora la velocitat de càrrega/descàrrega i, per tant, ofereix una millor experiència d'usuari.

Eixos d'impacte:

DIGITAL

Barreres potencials:

- Manca de coneixements tècnics
- Limitacions de disseny

Responsables i agents implicats:

- Persona o persones encarregades de la creació del producte digital
- Persona o persones encarregades d'establir com ha de ser aquest producte digital (client o usuari)

Millora ambiental:

- Reducció de l'energia necessària
- Disminució de la petjada de carboni del producte o creació cultural digital

Impacte econòmic:

No influeix en el cost de creació

Inversió inicial:

BAIXA

Bona pràctica:

Oferir el web de l'esdeveniment o de presentació del portfoli d'obres i productes en “dark mode” podria ser un primer pas transversal a qualsevol activitat en el sector que requereixi la creació d'un web. Amb colors foscos el web requerirà a la pantalla emetre menys llum així disminuint el consum energètic. Un pas més enllà és el que han fet [Fast familiar i Smoking Gun: una col·laboració digital zero CO2](#).

Aquesta actuació de millora ha optimitzat de la petjada de carboni i del consum d'energia d'un joc digital mitjançant el desenvolupament d'una aplicació que assegura la efectivitat en el funcionament d'aquest. Això evita l'ús d'infraestructures implicades en el funcionament dels llocs web comuns. A més, ha estat construït de manera modular i per tant permet estendre aquestes millores d'eficiència energètica a altres projectes que utilitzin aquest mòdul. També es va mesurar la quantitat d'energia consumida en cada etapa de desenvolupament del projecte.

3.2 ACTUACIONS DE MILLORA EN ESDEVENIMENTS O INSTAL·LACIONS CULTURALS

Què és un esdeveniment o instal·lació cultural sostenible?

Un esdeveniment o instal·lació és un acte planificat en quan a temps i espai on es crea una experiència o es comunica un missatge i que involucra a un conjunt de persones i elements.

La realització de l'esdeveniment o instal·lació comporta un impacte a la comunitat, al públic i a l'entorn. Un esdeveniment o instal·lació sostenible és aquell que, des de la seva ideació fins al desmuntatge, té en compte l'impacte ambiental que tindrà per intentar de potenciar els efectes positius i reduir els negatius al llarg de tot el seu cicle de vida.

Cicle de vida d'un esdeveniment o instal·lació

Producció (abans)

La fase de producció d'un esdeveniment o instal·lació implica la coordinació i execució de tots els elements logístics i tècnics necessaris, com ara la instal·lació d'equipament, la gestió de personal, la preparació de l'espai i/o del personal i la planificació del desenvolupament de l'esdeveniment o instal·lació.

Inclou la definició de la tipologia de l'esdeveniment o instal·lació i la proposta cultural, la localització i a qui va dirigit.

Esdeveniment-exhibició-execució (durant)

La fase en la qual l'esdeveniment o la instal·lació té lloc. Implica la posada en escena i la interacció directa amb el públic. També l'execució de totes les activitats segons el programa. Durant aquesta fase, es gestionen en temps real qualsevol imprevist o necessitat tècnica per garantir una experiència satisfactòria per als assistents.

Postproducció i desmuntatge (després)

La fase de postproducció i desmuntatge d'un esdeveniment o instal·lació consisteix en la retirada de tot l'equipament, la neteja de l'espai i el desmantellament de les instal·lacions temporals, assegurant que l'espai utilitzat torna a les condicions originals. Finalment, s'avalua l'èxit de l'esdeveniment o instal·lació a través d'informes, feedback dels assistents i anàlisi dels resultats.

Llistat d'actuacions de millora en esdeveniments o instal·lacions culturals

Exemples d'esdeveniments o instal·lacions culturals del territori podrien ser un festival, una festa major, un cicle d'audiovisuals, obres de teatre, curses populars, etc.

Seguidament es detallen possibles actuacions de millora per a cada etapa del cicle de vida: producció, esdeveniment i postproducció.

Actuacions de millora

PRODUCCIÓ

1. Fer un diagnòstic ambiental de l'esdeveniment cultural en qüestió.
2. Marcar-se objectius concrets i assequibles per tal de minimitzar l'impacte ambiental de la proposta.
3. Definir indicadors per tal de fer el seguiment de les accions de millora. Definir també els responsables/encarregats i els timings.
4. Caracteritzar el tipus i la quantitat de residus que es generaran al llarg de l'esdeveniment.
5. Crear un pla de prevenció i gestió de residus per l'esdeveniment.
6. Incorporar sensibilització en sostenibilitat en l'ADN de l'esdeveniment.
7. Crear un protocol contra el malbaratament alimentari.
8. Optimització de la logística de l'esdeveniment.
9. Allotjar la pàgina web de l'esdeveniment en empreses sostenibles com ara GreenGeeks o lpage.
10. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions sostenibles.

ESDEVENIMENT

11. Treballar amb proveïdors locals, de l'economia social, compromesos amb el medi ambient i de comerç just.
12. Establir criteris ambientals per la compra de materials o contractació de serveis: compra d'aliments i begudes, merchandising, contractació de serveis de neteja, de restauració, etc.
13. Compartir material o infraestructures amb altres esdeveniments culturals.
14. Establir criteris ambientals relacionats amb l'ús d'infraestructures com equips d'il·luminació i so, aparells elèctrics, mobiliari i decoració, sanitaris portàtils, etc.
15. Reutilitzar materials estructurals i de senyalització d'edicions anteriors.
16. Establir criteris ambientals en l'elecció de productes promocionals (regals o souvenirs que es donen a l'assistent).
17. Evitar l'ús de materials especialment contaminants com ara la purpurina, tints sintètics, adhesius i aerosols.
18. Promoure l'ús de materials d'origen reciclat, renovable o de baix impacte ambiental.
19. Minimitzar el consum d'aigua amb estratègies com fomentar un consum responsable, implementar mecanismes per limitar el consum d'aigua, recollir i utilitzar les aigües pluvials, etc.
20. Evitar envasos d'un sol ús i prioritzar opcions reutilitzables de llarga vida útil.
21. Utilitzar fonts d'energia d'origen renovable.
22. Utilitzar equipaments de baix consum.
23. Reducció de l'ús de paper i foment de les comunicacions electròniques.
24. Crear un pla de mobilitat sostenible per l'esdeveniment: fomentar l'ús del transport públic, del transport privat col·lectiu, l'ús de mitjans de transport no motoritzats, etc.
25. Crear un pla de comunicació per sensibilitzar als assistents i indicar-los quines són les opcions més sostenibles per gaudir de l'esdeveniment (ús de recursos, transport, etc.).
26. Reforçar el sistema de recollida selectiva per donar abast a la generació de residus vinculada a l'esdeveniment.
27. Promoure una participació més responsable amb el medi ambient.

POSTPRODUCCIÓ

28. Preveure un pla de desmuntatge, recollida i neteja de l'espai que minimitzi els residus i promogui la reutilització.
29. Col·laborar amb ONGs o entitats que revaloritzin els materials utilitzats durant l'esdeveniment.
30. Avaluar el grau d'assoliment dels indicadors i fer propostes de millora si s'escau.
31. Avaluar la resposta dels assistents a les iniciatives ambientals i el seu grau de satisfacció i participació en les mateixes.
32. Fer difusió dels resultats obtinguts en matèria de sostenibilitat.

Fitxes de les actuacions seleccionades

A continuació es presenten quatre actuacions de millora seleccionades pel seu impacte ambiental potencial, pel seu pes al territori i per tenir un grau de complexitat assequible.

Fitxes d'estratègies de sostenibilitat per a esdeveniments o instal·lacions. →

12. ESTABLIR CRITERIS AMBIENTALS PER LA COMPRA DE MATERIALS O CONTRACTACIÓ DE SERVEIS

Descripció:

Definir i aplicar criteris ambientals en la selecció de materials i proveïdors, prioritzant aquells que implementin pràctiques sostenibles com la proximitat, l'ús de materials d'origen reciclat, la contractació d'energies renovables, etc.

Per tant, es prioritzaria treballar amb proveïdors locals, de l'economia social, compromesos amb el medi ambient i de comerç just.

Eixos d'impacte: COMPRES

Barreres potencials:

- Possible augment de costos
- Dificultat per trobar proveïdors que compleixin els requisits
- Resistència al canvi

Responsables i agents implicats:

- Els criteris ambientals haurien de ser consensuats entre totes les persones involucrades en el projecte
- L'estratègia hauria de ser liderada per la persona responsable de compres o de sostenibilitat.
També s'hauria d'implicar als proveïdors i a la persona o persones encarregades de la tresoreria de l'esdeveniment o projecte.

Millores ambientals:

- Reducció de la petjada de carboni total de l'esdeveniment
- Foment de la sostenibilitat en la cadena de subministrament
- Ús més eficient dels recursos

Impacte econòmic:

- Reducció de costos a llarg termini

Inversió inicial: MITJA-ALTA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- Matriu multicriteri per establir els factors que es valoren de cada proveïdor.
- % de compres o proveïdors sostenibles

Bona pràctica:

Un exemple de la aplicació de criteris ambientals en la compra de materials o contractació de serveis pot ser la [Fira mediterrània de Manresa](#), que compra les acreditacions fetes amb fibra de gespa orgànica a una empresa de l'economia social i solidària. A més, també estableixen requisits generals i específics que han de complir els paradistes, *food trucks* i similars en matèria de sostenibilitat.

Recursos:

Per trobar proveïdors que compleixin amb els criteris, anar a fires com la [Fira alTERna't](#) de Manlleu que compta amb una mostra d'entitats i empreses d'economia social i solidària d'Osona. La fira forma part de les activitats del mes de l'Economia social i solidària que l'any 2024 té com a objectiu promoure la compra pública responsable.

A més, a la pàgina web de la generalitat, s'hi poden trobar [recursos](#) per establir criteris de compra sostenible.

15. REUTILITZAR MATERIALS ESTRUCTURALS I DE SENYALITZACIÓ D'EDICIONS ANTERIORS.

Descripció:

Reutilitzar materials estructurals, operatius i de senyalització ja utilitzats en edicions anteriors o en altres esdeveniments del territori. Per exemple escenografies o estructures entre d'altres elements.

Això implica revisar, reparar i adaptar aquests materials per a la seva reutilització, reduint així la necessitat de produir o comprar nous recursos i minimitzant els residus generats.

Eixos d'impacte: COMPRES, INFRAESTRUCTURES

Barreres potencials:

- Estat dels materials a reutilitzar
- Dificultat d'emmagatzematge, logística i/o transport

Responsables i agents implicats:

- Equip de disseny
- Equip de logística i operacions
- Equip de manteniment i reparació
- Altres esdeveniments o entitats del territori

Millores ambientals:

- Reducció de residus
- Ús més eficient dels recursos

Impacte econòmic:

- Reducció de costos en compres
- Reducció de costos associats al tractament de residus.

Inversió inicial: BAIXA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- % de materials o equipaments reutilitzats en totes les etapes del cicle de vida de l'esdeveniment

Bona pràctica:

El [Festival Portaferada](#) reutilitza elements escenogràfics del festival i lloga el mobiliari cada edició. El fet de llogar el mobiliari implica que aquest no és de la propietat del festival i per tant pot tenir molts més usos al llarg de l'any.

20. EVITAR ENVASOS D'UN SOL ÚS I PRIORITZAR OPCIONS REUTILITZABLES DE LLARGA VIDA ÚTIL.

Descripció:

Eliminar o minimitzar l'ús d'envasos d'un sol ús durant les etapes de producció, execució i postproducció de l'esdeveniment o instal·lació cultural optant per alternatives reutilitzables. Per exemple, es poden utilitzar gots, plats i coberts reutilitzables a més d'altres envasos reutilitzables (ampolles o termos per contenir líquids, envasos per al menjar per emportar, safates, etc.).

Eixos d'impacte: RESIDUS, COMPRES

Barreres potencials:

- Cost o inversió inicial elevada
- Dificultats en la logística d'higienització i emmagatzematge
- Període d'adaptació dels usuaris

Responsables i agents implicats:

- Equip de logística
- Equip de comunicació (per fer arribar el missatge a l'usuari)

Millors ambientals:

- Reducció de la quantitat total de residus generats
- A mitjà termini, reducció de la petjada de carboni de l'esdeveniment

Impacte econòmic:

- Estalvi a llarg termini
- Reducció de costos associats al tractament de residus.

Inversió inicial: ALTA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- % d'envasos reutilitzables vs % d'envasos d'un sol ús
- Legislacions:
Article 7.6 del Real Decret d'Envasos i Residus d'Envasos 1055/2022: obliga a implementar alternatives als vasos de plàstic d'un sol ús.

Bona pràctica:

El [festival Cruïlla](#), a més d'utilitzar vasos reutilitzables ja que és obligatori per llei, utilitza un got genèric, sense la marca Cruïlla, per tal que aquest pugui ser reutilitzat en altres festivals. També compten amb un sistema de vaixel·la reutilitzable per al consum dels aliments sòlids posats a la venda a les *foodtrucks*.

26. REFORÇAR EL SISTEMA DE RECOLLIDA SELECTIVA PER DONAR ABAST A LA GENERACIÓ DE RESIDUS VINCULADA A L'ESDEVENIMENT.

Descripció:

Millorar i adaptar el sistema de recollida selectiva de residus per gestionar adequadament els residus generats durant l'esdeveniment. Això implica la instal·lació dels contenidors adequats i la implementació de senyalització clara per a la separació de residus per part dels usuaris o assistents.

Eixos d'impacte: RESIDUS

Barreres potencials:

- Costos de logística addicionals
- Dificultats per trobar l'espai necessari

Responsables i agents implicats:

- Persones encarregades de la logística
- Persones encarregades de la comunicació
- Empreses especialitzades en la gestió de residus

Millora ambiental:

- Millor separació dels residus i per tant augment de la possibilitat que aquests residus acabin sent gestionats i reciclats correctament.

Impacte econòmic:

- Contribució a la reducció de costos associats al tractament de residus (impacte indirecte).

Inversió inicial: MITJA-ALTA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- Numero de contenidors sol·licitats per fracció. (Més per aquelles fraccions de les quals s'hagin generat històricament més residus)

Legislacions:

- Llei 7/2022, de 8 de març, de residus i sòls contaminats: ja que promou la recollida selectiva.

Bona pràctica:

El [festival Sonidos líquidos](#) de Lanzarote, no només ha implementat diverses mesures de sostenibilitat, sinó que també ha reforçat el sistema de recollida selectiva de residus, amb especial atenció a les burilles. Compta amb una persona que exerceix la figura del “señor ciguarro” i es dedica a promoure la correcta separació de les burilles durant el festival de forma amena.

Alguns exemples més:

ACTUACIÓ DE MILLORA

EXEMPLES

8. Optimització de la logística de l'esdeveniment.	• Optimitzar els trajectes dels organitzadors. • Utilitzar vehicles de baix consum, etc.
10. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions sostenibles.	• Buscar opcions de finançament ambiental a través de la Generalitat de Catalunya, el Departament de Cultura o els fons europeus Next Generation.
16. Establir criteris ambientals en l'elecció de productes promocionals (regals o <i>souvenirs</i> que es donen a l'assistent).	• Triar objectes que tinguin una utilitat clara i que siguin fàcils de reutilitzar i/o reciclar.
21. Utilitzar fonts d'energia d'origen renovable	• Contractar l'energia a un proveïdor o cooperativa d'energia renovable, com per exemple Som Energia.
22. Utilitzar equipaments de baix consum	• Utilitzar preferentment equipaments, maquinaria o aparells elèctrics de baix consum, amb etiquetatge energètic europeu favorable.
27. Promoure una participació més responsable amb el medi ambient	• Per exemple, en concursos, incloure com a criteri la sostenibilitat.
28. Preveure un pla de desmuntatge, recollida i neteja de l'espai que minimitzi els residus i promogui la reutilització	• Per exemple, reutilització del vestuari d'un festival.

3.3 ACTUACIONS DE MILLORA PER PRODUCTES CULTURALS

Què és un producte cultural sostenible?

Un producte cultural és un objecte físic o digital amb valor cultural o artístic com per exemple llibres, artesanía, pàgines web, obres d'art, records, o qualsevol altre producte cultural que es pugui utilitzar.

Alguns productes culturals tenen processos de creació propis d'un esdeveniment. Per exemple, un videoclip (que entraria a la categoria de mitjans audiovisuals), en aquests casos, consulteu com fer servir el dossier a l'apartat "Perfils de lector i com utilitzar el dossier".

Els productes culturals comporten un impacte ambiental en la seva producció, distribució, ús i gestió final. Per ser considerat sostenible, un producte cultural ha de complir amb criteris de sostenibilitat en totes les fases del seu cicle de vida. L'objectiu és assegurar que el procés de creació, distribució, ús i final de vida del producte sigui el més respectuós amb el medi ambient possible i contribueixi positivament a la societat.

Cicle de vida d'un producte cultural

Definició del tipus de producte cultural (redefinició)

Implica identificar, conceptualitzar i dissenyar el producte, determinat per la seva naturalesa artística, el públic objectiu i els objectius creatius, socials i comercials. Aquest procés defineix el gènere, format i el valor cultural de l'oferta.

Obtenció matèries primeres

L'obtenció de matèries primeres del cicle de vida d'un producte cultural implica reunir els recursos necessaris per a la creació del producte, que poden incloure materials físics (paper, pintura, equipament tècnic, etc.) així com recursos intangibles (idees, drets d'autor, programari, etc.).

Creació o fabricació

La fabricació és la fase en la qual els materials i recursos són transformats en l'obra o el producte final (obra d'art, llibre, escultura, etc.) En el cas de productes digitals, la creació es porta a terme mitjançant aparells electrònics i programari creatiu.

Venta i distribució

La venta i distribució implica l'estratègia per portar el producte cultural al mercat. Inclou la promoció, el transport i la creació de canals de venta i l'ús dels espais adequats, com llibreries, galeries, exposicions, pàgines web, etc.

Ús

És la fase en la qual el públic, el comprador o l'usuari interactua amb el producte. Aquesta etapa inclou la interacció de l'usuari amb l'obra o el producte, així com les respostes emocionals i interpretatives que aquest genera.

Fi de vida

Moment en què el producte cultural deixa de ser utilitzat, exposat o apreciat pel seu públic. En aquesta etapa, el producte pot ser retirat, desmantellat, conservat en arxius o museus, o fins i tot destruït, depenent del seu valor històric i cultural.

Llistat d'actuacions de millora en productes culturals

Exemples de productes culturals del territori podrien ser creacions culturals, creacions digitals, obres d'art, obres arquitectòniques, etc.

Seguidament es detallen possibles actuacions de millora per a cada etapa del cicle de vida: definició del tipus de producte cultural, obtenció de matèries primeres, creació o fabricació, venta i distribució, ús, final de vida i avaluació.

Actuacions de millora

DEFINICIÓ DEL TIPUS DE PRODUCTE CULTURAL

33. Fer un diagnosi ambiental del producte cultural en qüestió (anàlisi de cicle de vida, declaració ambiental de producte, etc).
34. Marcar-se objectius concrets i assequibles de sostenibilitat durant tot el cicle de vida del producte per tal de minimitzar l'impacte ambiental d'aquest.
35. Definir indicadors per tal de fer el seguiment de les accions de millora. Definir els responsables/encarregats i els *timings*.
36. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions d'ecodisseny.
37. Incorporar sensibilització en sostenibilitat en l'ADN del producte cultural Promoure, a través del producte, el canvi d'hàbits cap a uns de més sostenibles.
38. Optimitzar el disseny del producte digital.
39. Crear productes el més reciclables possible: reduir la diversitat de materials presents en el producte i en el cas que no sigui possible, assegurar-se de que els diferents components siguin separables per tal de facilitar el reciclatge.

OBTENCIÓ DE MATÈRIES PRIMERES

- 40. Treballar amb proveïdors locals, de l'economia social, compromesos amb el medi ambient i de comerç just.
- 41. Utilitzar materials recuperats o de segona mà.
- 42. Promoure l'ús de materials d'origen reciclat, renovable o de baix impacte ambiental.
- 43. Evitar l'ús d'additius o productes químics nocius com tintes, adhesius, etc.
- 44. Ús responsable de les IA per contingut, coneixement i imatges... la IA requereix més energia que una cerca normal.

CREACIÓ O FABRICACIÓ

- 45. Minimitzar el consum de recursos i d'aigua en totes les etapes del cicle de vida del producte. Per exemple escollir mètodes de transformació de recursos que generin menys mermes i requereixin poca aigua o permetin reutilitzar-la.
- 46. Utilitzar fonts d'energia d'origen renovable.

VENTA I DISTRIBUCIÓ

- 47. Utilitzar materials de baix impacte ambiental per l'embalatge del producte.
- 48. Disseny d'embalatge monomaterial, reducció d'envasos innecessaris i d'espais buits.
- 49. Fer ús de transports terrestres i optimitzar les rutes per la distribució del producte.
- 50. Comunicar a l'usuari que el producte ha estat ecodissenyat (si és el cas).

ÚS

- 51. Si el producte requereix consumibles, minimitzar el seu consum durant la fase d'ús del producte.
- 52. Oferir, si són sol·licitades, peces de recanvi o "kit de reparació" del producte.
- 53. Proporcionar informació sobre el bon ús, manteniment i reparació del producte.

FINAL DE VIDA

- 54. Assegurar i facilitar la correcta gestió final del producte per exemple marcant el producte i/o informant del què cal fer a l'usuari.

AVALUACIÓ

- 55. Avaluar el grau d'assoliment dels indicadors i fer propostes de millora si s'escau.
- 56. Fer difusió dels resultats obtinguts en matèria de sostenibilitat evitant el *greenwashing*.

Fitxes de les actuacions seleccionades

A continuació es presenten quatre actuacions de millora seleccionades pel seu impacte ambiental potencial, pel seu pes al territori i per tenir un grau de complexitat assequible.

Fitxes d'estratègies de sostenibilitat per a productes culturals. —→

39. CREAR PRODUCTES EL MÉS RECICLABLES POSSIBLE

Descripció:

Crear productes culturals amb un enfocament en la reciclabilitat, és a dir, en la seva facilitat de reciclatge al final de la seva vida útil. Això s'aconsegueix reduint la diversitat de materials presents en el producte i assegurant que els components que no puguin ser reciclats junts siguin fàcilment separables un cop arribin al final de la seva vida útil.

Eixos d'impacte: RESIDUS

Barreres potencials:

- Dificultat tècnica per reduir la diversitat de materials sense afectar a la qualitat del producte
- Limitació en la disponibilitat de materials fàcilment reciclables o components separables.

Responsables i agents implicats:

- Persona o persones encarregades de dissenyar o crear el producte cultural.
- Proveïdors

Millora ambiental:

- Millora de la reciclabilitat d'aquests productes un cop arribats al seu final de vida.

Impacte econòmic:

- Millora de la percepció de sostenibilitat del producte i possible augment de les ventes.

Inversió inicial: BAIXA-MITJA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- % de materials reciclables utilitzats
- N° de materials diferents
- N° de components separables

Legislacions:

- Reglament Europeu d'ecodisseny 2024/1781: aplicació dels requisits de disseny ecològic (Article 5)

Bona pràctica:

A aquesta actuació de millora li queda molt camí per recórrer, especialment en el context de les disciplines artístiques, però ja comença a ser tendència entre disciplines creatives que generen béns de consum com pot ser el disseny de producte.

Hangar és un exemple de projecte de recerca que explora com la reciclabilitat es pot aplicar a disciplines artístiques que generen productes culturals com ara un quadre o una escultura. Aquest procés implica no només una re-avaluació material*, sinó també emocional, ja que desprendre's d'una obra d'art pot suposar un procés de dol per l'artista.

*replantegar el valor, l'ús i el destí dels materials.

45. MINIMITZAR EL CONSUM DE RECURSOS I D'AIGUA EN TOTES LES ETAPES DEL CICLE DE VIDA DEL PRODUCTE CULTURAL.

Descripció:

Dissenyar productes que minimitzin el consum de recursos i aigua durant la creació, distribució i ús del producte cultural. Tenint en compte aquesta premissa en totes les etapes del cicle de vida del producte cultural. Per exemple, optimitzar els recursos utilitzats o prioritzar mètodes de transformació de materials que requereixin menys aigua o permetin reutilitzar-la i generin menys mermes.

D'altra banda, també es poden crear sinèrgies per tal de reutilitzar recursos ja existents.

Eixos d'impacte: AIGUA, RECURSOS

Barreres potencials:

- Manca de coneixements tècnics

Responsables i agents implicats:

- Persona o persones encarregades del disseny i la producció del producte cultural
- Proveïdors i tècnics que proporcionen les infraestructures necessàries

Millores ambientals:

- Reducció del consum de recursos
- Reducció del consum d'aigua
- Menor impacte ambiental

Impacte econòmic:

- Estalvi en el cost de recursos i aigua

Inversió inicial:

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- Litres d'aigua estalviats respecte a produccions anteriors d'un mateix tipus de producte
- Kg de materials necessaris per a la producció d'un producte. % de reducció.

Legislacions:

- Reglament Europeu d'ecodisseny 2024/1781: aplicació dels requisits de disseny ecològic (Article 5)
- [Directiva de residus](#) 2008 Article 4 Jerarquia de residus: prevenció i reutilització abans que reciclatge.

Bona pràctica:

[L'editorial Pol·len](#) edicions du a terme projectes d'ecoedició de llibres en el que té en compte estratègies clau per la sostenibilitat com per exemple la producció local, l'ús de paper 100% reciclat i certificat FSC o l'estalvi de tintes i d'energia.

54. ASSEGURAR I FACILITAR LA CORRECTA GESTIÓ FINAL DEL PRODUCTE

Descripció:

Garantir que els usuaris finals del producte coneguin com gestionar-lo correctament un cop hagi arribat al final de la seva vida útil.

Per exemple proporcionar informació als usuaris sobre les opcions de reutilització del producte cultural o de reciclatge en cas que la opció de reutilització no sigui possible. També es podria oferir un servei de reutilització o gestió de fi de vida d'aquest producte.

Eixos d'impacte: RESIDUS

Barreres potencials:

- Manca d'interès per part dels usuaris

Responsables i agents implicats:

- Persona o persones encarregades de la creació del producte cultural
- Persona o persones encarregades de la comunicació

Millores ambientals:

- Facilitar la reutilització dels productes
- Facilitar el reciclatge dels productes

Impacte econòmic:

- No influeix en el cost

Inversió inicial: BAIXA

Possibles indicadors per mesurar l'èxit de l'estratègia:

- N° de productes venuts amb informació clara sobre com gestionar-los al final de la seva vida útil.

Legislacions:

- [Directiva de residus](#) 2018 Article 4 Jerarquia de residus: prevenció i reutilització abans que reciclatge.

Bona pràctica:

A aquesta actuació de millora li queda camí per recórrer, però podem trobar exemples de correcta gestió del fi de vida de productes culturals en les llibreries de segona mà.

[Re-Read](#) és una llibreria de segona mà que promou la reutilització i el consum responsable de llibres, assegurant una correcta gestió final del producte. El seu model es basa en la compra i venda de llibres usats, allargant la vida útil dels exemplars i evitant que es considerin residus.

Alguns exemples més:

ACTUACIÓ DE MILLORA

EXEMPLES

36. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions sostenibles.	• Buscar opcions de finançament ambiental a través de la Generalitat de Catalunya, el Departament de Cultura o els fons europeus Next Generation.
39. Crear productes el més reciclables possible: reduir la diversitat de materials presents en el producte i en el cas que no sigui possible, assegurar-se de que els diferents components siguin separables per tal de facilitar el reciclatge.	• Dissenyar el producte perquè pugui estar fet d'un sol material, per exemple: 100% cel·lulosa.
43. Evitar l'ús d'additius o productes químics nocius com tintes, adhesius, etc.	• Minimitzar l'ús de tintes i escollir preferentment tintes a base d'aigua i biodegradables. Les tintes a base d'oli i minerals són majoritàriament més contaminants.
48. Disseny d'embalatge monomaterial, reducció d'envasos innecessaris i d'espais buits.	• Dissenyar l'envàs el més lleuger possible (utilitzant menys material) i amb els mínims components.

3.4 CINQUANTA-SIS IDEES PER MILLORAR EN SOSTENIBILITAT, PER ON COMENÇAR?

A continuació trobareu un llistat de 56 possibles actuacions de millora. Recomanem seleccionar les 5 que us semblin més interessants per al vostre projecte cultural i utilitzar la fitxa a continuació com a primer pas cap a l'acció. —>

ESDEVENIMENT O INSTALLACIÓ

PRODUCCIÓ

1. Fer un diagnosi ambiental de l'esdeveniment cultural en qüestió.
2. Marcar-se objectius concrets i assequibles per tal de minimitzar l'impacte ambiental de la proposta.
3. Definir indicadors per tal de fer el seguiment de les accions de millora. Definir també els responsables/encarregats i els timings.
4. Caracteritzar el tipus i la quantitat de residus que es generaran al llarg de l'esdeveniment.
5. Crear un pla de prevenció i gestió de residus per l'esdeveniment.
6. Incorporar sensibilització en sostenibilitat en l'ADN de l'esdeveniment.
7. Crear un protocol contra el malbaratament alimentari.
8. Optimització de la logística de l'esdeveniment.
9. Allotjar la pàgina web de l'esdeveniment en empreses sostenibles com ara GreenGeeks o lpage.
10. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions sostenibles.

ESDEVENIMENT O INSTALLACIÓ

11. Treballar amb proveïdors locals, de l'economia social, compromesos amb el medi ambient i de comerç just.
12. Establir criteris ambientals per la compra de materials o contractació de serveis: compra d'ali-

ments i begudes, merchandising, contractació de serveis de neteja, de restauració, etc.

13. Compartir material o infraestructures amb altres esdeveniments culturals.
14. Establir criteris ambientals relacionats amb l'ús d'infraestructures com equips d'il·luminació i so, aparells elèctrics, mobiliari i decoració, sanitaris portàtils, etc.
15. Reutilitzar materials estructurals i de senyalització d'edicions anteriors.
16. Establir criteris ambientals en l'elecció de productes promocionals (regals o souvenirs que es donen a l'assistent).
17. Evitar l'ús de materials especialment contaminants com ara la purpurina, tints sintètics, adhesius i aerosols.
18. Promoure l'ús de materials d'origen reciclat, renovable o de baix impacte ambiental.
19. Minimitzar el consum d'aigua amb estratègies com fomentar un consum responsable, implementar mecanismes per limitar el consum d'aigua, recollir i utilitzar les aigües pluvials, etc.
20. Evitar envasos d'un sol ús i prioritzar opcions reutilitzables de llarga vida útil.
21. Utilitzar fonts d'energia d'origen renovable.
22. Utilitzar equipaments de baix consum.
23. Reducció de l'ús de paper i foment de les comunicacions electròniques.

24. Crear un pla de mobilitat sostenible per l'esdeveniment: fomentar l'ús del transport públic, del transport privat col·lectiu, l'ús de mitjans de transport no motoritzats, etc.
25. Crear un pla de comunicació per sensibilitzar als assistents i indicar-los quines són les opcions més sostenibles per gaudir de l'esdeveniment (ús de recursos, transport, etc.).
26. Reforçar el sistema de recollida selectiva per donar abast a la generació de residus vinculada a l'esdeveniment.
27. Promoure una participació més responsable amb el medi ambient.

POSTPRODUCCIÓ

28. Preveure un pla de desmuntatge, recollida i neteja de l'espai que minimitzi els residus i promogui la reutilització.
29. Col·laborar amb ONGs o entitats que revaloritzin els materials utilitzats durant l'esdeveniment.
30. Avaluar el grau d'assoliment dels indicadors i fer propostes de millora si s'escau.
31. Avaluar la resposta dels assistents a les iniciatives ambientals i el seu grau de satisfacció i participació en les mateixes.
32. Fer difusió dels resultats obtinguts en matèria de sostenibilitat.

PRODUCTE CULTURAL

DEFINICIÓ DEL TIPUS DE PRODUCTE CULTURAL

33. Fer un diagnosi ambiental del producte cultural en qüestió (anàlisi de cicle de vida, declaració ambiental de producte, etc).
34. Marcar-se objectius concrets i assequibles de sostenibilitat durant tot el cicle de vida del producte per tal de minimitzar l'impacte ambiental d'aquest.
35. Definir indicadors per tal de fer el seguiment de les accions de millora. Definir els responsables/ encarregats i els timings.
36. Buscar opcions de finançament ambiental o recolzament econòmic per dur a terme accions d'ecodisseny.
37. Incorporar sensibilització en sostenibilitat en l'ADN del producte cultural Promoure, a través del producte, el canvi d'hàbits cap a uns de més sostenibles.
38. Optimitzar el disseny del producte digital.
39. Crear productes el més reciclables possible: reduir la diversitat de materials presents en el producte i en el cas que no sigui possible, assegurar-se de que els diferents components siguin separables per tal de facilitar el reciclatge.

OBTENCIÓ DE MATÈRIES PRIMERES

40. Treballar amb proveïdors locals, de l'economia social, compromesos amb el medi ambient i de comerç just.

41. Utilitzar materials recuperats o de segona mà.
42. Promoure l'ús de materials d'origen reciclat, renovable o de baix impacte ambiental.
43. Evitar l'ús d'additius o productes químics nocius com tintes, adhesius, etc.
44. Ús responsable de les IA per contingut, coneixement i imatges... la IA requereix més energia que una cerca normal.

CREACIÓ O FABRICACIÓ

45. Minimitzar el consum de recursos i d'aigua en totes les etapes del cicle de vida del producte. Per exemple escollir mètodes de transformació de recursos que generin menys mermes i requereixin poca aigua o permetin reutilitzar-la.
46. Utilitzar fonts d'energia d'origen renovable.

VENTA I DISTRIBUCIÓ

47. Utilitzar materials de baix impacte ambiental per l'embalatge del producte.
48. Disseny d'embalatge monomaterial, reducció d'envasos innecessaris i d'espais buits.
49. Fer ús de transports terrestres i optimitzar les rutes per la distribució del producte.
50. Comunicar a l'usuari que el producte ha estat ecodissenyat (si és el cas).

ÚS

51. Si el producte requereix consumibles, minimitzar el seu consum durant la fase d'ús del producte.
52. Oferir, si són sol·licitades, peces de recanvi o "kit de reparació" del producte.
53. Proporcionar informació sobre el bon ús, manteniment i reparació del producte.

FINAL DE VIDA

54. Assegurar i facilitar la correcta gestió final del producte per exemple marcant el producte i/o informant del què cal fer a l'usuari.

AVALUACIÓ

55. Avaluar el grau d'assoliment dels indicadors i fer propostes de millora si s'escau.
56. Fer difusió dels resultats obtinguts en matèria de sostenibilitat evitant el greenwashing.

A continuació trobareu una fitxa per omplir amb les 5 actuacions de millora que hagueu seleccionat. Haureu d'identificar les seves barreres, oportunitats i necessitats. Aquest exercici aparentment bàsic ajuda a visualitzar per on començar. —>

De les 5 estratègies seleccionades, identificar-ne les barreres, les oportunitats i les necessitats principals.

NOM DE L'ESTRATÈGIA	BARRERES Què m'impedeix implementar aquesta estratègia?	OPORTUNITATS Com podem transformar les barreres en oportunitats?	NECESSITATS Què necessitem per fer els primers passos?

4.

Bloc de comunicació per la sensibilització

4.1 Com comunicar

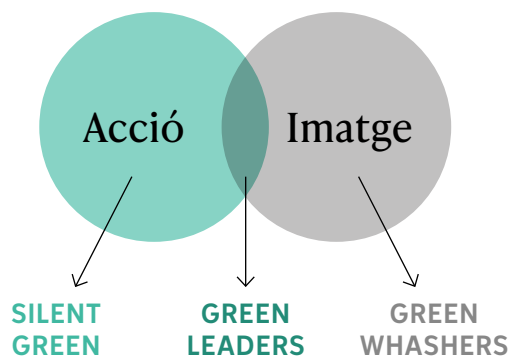
El públic objectiu fa referència a la persona o al grup de persones a qui està destinat l'element cultural, ja sigui un esdeveniment/ instal·lació o bé un producte.

És important comunicar a aquest públic les iniciatives de sostenibilitat de l'activitat cultural, per tal de garantir o facilitar que aquest pugui contribuir a assolir l'impacte esperat. Per exemple, cal sensibilitzar el públic explicant els motius d'aquestes iniciatives, així com la influència que poden tenir les seves accions o comportaments.

4.2 QUÈ ÉS EL GREENWASHING I COM EVITAR-LO

El *greenwashing* és la pràctica que consisteix en fer que un producte, una política o una activitat sembli més ambientalment sostenible del que realment és. Cal tenir en compte que el *greenwashing*, que no sempre es intencionat, també es pot donar per manca de rigor i desconexió de les persones que preparen el discurs.

Com podem veure en el gràfic, existeixen tres tipus de comunicadors ambientals:



Els **silent green** executen però no comuniquen, els **green washers** són els que comuniquen però no actuen i els **green leaders** són els que combinen les dues coses. És important que sempre hi hagi una acció real i que la comunicació sigui rigorosa i coherent amb el que s'ha realitzat.

Com comunicar evitant el greenwashing?

- Invertir en implementar estratègies per reduir l'impacte ambiental
- Facilitar la formació de l'equip de comunicació per tal d'evitar errors.
- Tenir un Anàlisi de Cicle de Vida (ISO 14040) o algun altre tipus de mètrica.
- Comunicar fets i dades demostrables.
- Obtindre informació de traçabilitat des de l'origen.
- Marcar-se objectius ambiciosos però ser transparents i honestos comunicant en quin punt ens trobem, el nostre progrés i els nostres resultats.
- No utilitzar missatges genèrics o missatges que semblen sostenibles i realment no tenen rellevància en la reducció de l'impacte ambiental.

Directiva europea contra el greenwashing aprovada a principis de 2024

- Es prohibeixen afirmacions ambientals genèriques i termes com: ambientalment amigable, “eco”, “climate neutral”, natural, biodegradable, etc. A no ser que es proporcionï evidència.
- Només es permetran etiquetes de sostenibilitat basades en esquemes de certificació aprovats o establerts per autoritats públiques.
- Demana la declaració de la vida útil dels productes i demana transparència sobre la seva reparabilitat i garantia.

4.3 BONES PRÀCTIQUES DE COMUNICACIÓ PER LA SENSIBILITZACIÓ

Alguns exemples de comunicació per la sensibilització en sostenibilitat serien per exemple, en el cas dels esdeveniments o instal·lacions, el festival [Embassa't](#): aquest festival compta amb una secció de sostenibilitat inclosa a la seva pàgina web on especifica com els assistents poden ajudar a fer el festival més sostenible a través dels seus actes dins el recinte. A més, també fan públics els seus objectius en matèria de reducció i gestió de residus i descarbonització.

En el cas dels productes, un exemple serien les [escultures fetes a partir de materials reciclats](#) d'[Ocean Sole](#), que comuniquen a la seva pàgina web el propòsit de la seva activitat, la quantitat de material reciclat anualment, els llocs de treball creats, etc.

5.

Referències

Pla C Cultura pel Clima. Generalitat de Catalunya. Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) [en línia]

https://icec.gencat.cat/ca/sectors/pla_c/index.html

Manual de organización de eventos ambientalmente sostenibles. Metodología Erronka Garbia. Ihobe y Gobierno Vasco [en línia]

https://sostenibilidadresiduos.es/media/files/Bibliografia/Codigo_24/Manual_organizacion_eventos_ambientalmente_sostenibles.pdf

La sostenibilitat als esdeveniments culturals. Ateneu Cooperatiu Central. Generalitat de Catalunya [en línia]

https://coopcatcentral.cat/wp-content/uploads/2024/06/Guia-ods_2-1.pdf

Les festes més sostenibles. Ajuntament de Barcelona [en línia]

https://www.ajsosteniblebcn.cat/guia_festes_sostenibles_8582.pdf