

## Pràctica de Briefing:

### Títol:

Separa la orgànica, millora el barri antic

REPTE: La recollida selectiva de la matèria orgànica

SEGMENT DE PÚBLIC: Nouvinguts + dones

### Argumentari:

- Necessitat de millora la recollida selectiva de la FORM per aconseguir els objectius establerts (PRECAT...)
- Millorar la imatge del servei i generar un sentiment de pertinença.
- Els costos de gestió no augmentin
- Per complir amb la normativa (ordenança, llei, directiva).
- Per evitar la contaminació.

### Canals:

- Escoles
- Associacions de dones immigrants
- Centres cívics
- Mediadors culturals
- Comissionat tècnic de regeneració del barri
- Establiments comercials
- Associació islàmica o semblant

## Acció:

- Trobar un projecte que es finançarà amb l'estalvi aconseguit per la millora de la FORM que es repartirà al mateix procés a través d'un procés participatiu.
- Creació d'un grup de dones que treballi conjuntament amb el comissionat de la campanya.
- Fer la festa de l'orgànica, tallers de malbaratament alimentari, compostatge, etc.
- Fer un vídeo fet per dones sobre la campanya (flash mob...).

## Pràctica de Briefing:

### Títol:

REPTE: La recollida selectiva de la matèria orgànica

SEGMENT DE PÚBLIC: Impredecibles

### Argumentari:

- Repartir galledes de separació a casa per a la matèria orgànica amb bosses compostables i bosseta amb compost i un missatge positiu de la finalitat de recollir la FORM.
- Punt informatiu repartint els contenidors.
- Festa al mig del poble amb activitats creatives impactants.
  - Durant el dia globus aerostàtics.
  - Performance, obres de teatre al carrers
  - Túnel del terror a la nit
  - Dinar popular amb recollida de les fraccions i marcadors de les quantitats recollides.
  - Cercavila
  - Visita a la planta de compostatge
  - Trenet pel poble amb missatge sobre el reciclatge de la FORM.
  - Videojocs amb premi per a tothom o per franges d'edat.

## Canals:

- Web
- TV i ràdio locals
- Xarxes socials
- Grans locals
- Imants de nevera

## Acció:

- Festa de l'orgànica
- Orgànica al mig de la plaça
- Hortet per utilitzar compost i plantar llavors, zones empedrades del poble.
- Dinar de germanor

## Pràctica de Briefing:

### Títol:

A tu també et costa

REPTE: El cost del servei

SEGMENT DE PÚBLIC: Joves

### Argumentari:

- Conscienciar als joves del cost i de la dificultat de la gestió dels residus.

### Canals:

- A través del joc
- Les xarxes socials
- Dels seus referents (actors, cantants, esportistes)

### Acció:

- Escape room ubicada en una àrea de gestió de residus (deixalleria, planta de tractament) amb “regal” per la participació.



## Pràctica de Briefing:

### Títol:

Tu també vius aquí / Tu ets part del poble

REPTE: El cost del servei

SEGMENT DE PÚBLIC: Segones residències

### Argumentari:

1. Públic: El grup decidim segmentar encara una mica més la proposta → Estiuejants de zona de platja, amb nivell adquisitiu mig-alt. Existència de persones estrangeres
2. Aliats: Agències immobiliàries, comerços, restaurants, gent local....
3. Missatge i el to:
  - To motivador que apel·li a la sensibilitat i que tingui un to lúdic.
  - Els visitants no pendent en el cost econòmic però sí en el cost ambiental → com pot afectar a l'entorn on ells/elles estiuegen.
4. Missatges:
  - Que t'impliquis com a part del lloc / poble
  - Fes el que fem aquí: aquí mengem bé, gaudim de l'entorn i reciclem.
  - Compensació: si reciclem podem destinar pressupost públic a més recursos per a la conservació i neteja de les platges.

## Canals:

- APP en diversos idiomes
- Immobiliària
- Comerços / restaurants
- Informadors
- Street-marketing: “escultures” fetes amb coses que hem recollit a la platja.

## Acció:

- Immobiliàries: Document / tríptic i/o imant. Cubell i/o bossa
- Tappers de restaurants per aprofitament alimentari
- “Re-verbena”: festa per explicar, replicar, activitats per a nens, amb premis al millor reciclador. Etc.
- Punt d’informació a peu de platja per resoldre dubtes i a tocar de la gent o a peu de carrer.
- Escultures
- “Rètols”: aquest banc val xx €, el podem canviar si reciclem. En positiu sempre. Hem pogut fer això gràcies a que ho hem fet bé...
- Procés participatiu: escollir les millores al poble dins una llista feta per l’Ajuntament a través de l’APP, si aconseguim un augment de la recollida selectiva.
- Díptic informatiu explicant els costos.



## Pràctica de Briefing:

### Títol:

Temporers, ajuda'ns tu també !  
REPTE: Impropis a la recollida selectiva  
SEGMENT DE PÚBLIC: Nouvinguts

### Argumentari:

- Conscienciar al col·lectiu de temporers de la importància de la correcta separació dels residus d'envasos.

### Canals:

- Accions i seminaris educatius als llocs de treball, amb un traductor del seu idioma.
- Infogrames de què va al contenidor groc. Material informatiu en el seu idioma.



## Pràctica de Briefing:

### Títol:

Junts triem bé

REPTE: La recollida de voluminosos

SEGMENT DE PÚBLIC: Gent gran

### Argumentari:

- La gent gran necessita ajuda per fer la recollida selectiva dels seus voluminosos. Per aquest motiu, el lema general de la campanya (Tu tries bé, que és la del cas pràctica a anàlisi), hauria de suscitar la idea d'acompanyament per part de l'administració → Junts triem bé.
- Necessiten ajuda logística tant a l'hora de concertar (i recordar) la cita per a la recollida, com per baixar els residus voluminosos al seu portal o al carrer.
- Cal analitzar les característiques d'aquest segment de població.

### Canals:

- Accions de sensibilització
- Accions educatives
- Accions de supervisió i control
- Punts informatius
- Desenvolupament de material informatiu
- Accions de comunicació a la premsa
- Accions de comunicació a mupi's.



## Pràctica de Briefing:

### Títol:

No moblis la teva ciutat, truca'ns i t'ho passem a recollir

REPTE: La recollida de voluminosos

SEGMENT DE PÚBLIC: Famílies amb criatures

### Argumentari:

- Famílies sense paciència
- Poc espai a casa
- Necessitat d'immediatesa
- Canvis el cap de setmana
- Necessitat d'ajuda i no sempre disponible..

### Canals:

- Servei 24 h
- Personal d'ajuda a domicili
- WASAP / Telèfon fix gratuït / APP per als que ho deixen i per als que ho troben
- APP també per fomentar la reutilització
- Exposicions de reutilització
- Tallers de reutilització: nou / usat
- Ràdio, premsa local, mitjans digitals, centres educatius.



## Pràctica de Briefing:

### Títol:

Tu també pots !

REPTE: Impropis a la recollida selectiva

SEGMENT DE PÚBLIC: Nouvinguts

### Argumentari:

- Explicar com es gestionen els residus domèstics a les persones que acaben d'arribar a la ciutat o poble amb pocs recursos econòmics, per evitar els impropis.

### Canals:

- Porta a porta
- Xerrades amb col·laboració amb les associacions o entitats de nouvinguts + Vídeo
- Desenvolupament de material informatiu
- Utensilis: cubells, bosses
- Accions educatives
- Vídeo en diversos idiomes.





## Pràctica de Briefing:

### Títol:

A la cuina, la mida NO importa

REPTE: Espai a la cuina per a la separació en origen

SEGMENT DE PÚBLIC: Homes

### Argumentari:

- Sensibilitzar als establiments on es poden adquirir les cuines i accessoris per a la separació de residus: ferreteries o similars.
- Bones per a l'adquisició de material per a la recollida selectiva al consumidor final y als establiments.
- Facilitar els serveis d'un dissenyador d'interiors / cuines.
- Informar sobre on es poden adquirir les diverses solucions.

Sobre el missatge:

- Sigui "gran o petita" pets fer una bona separació de residus.
- Si el teu problema és "la mida" existeixen moltes solucions.

### Canals:

- Accions de supervisió i control
- Punts informatius a les botigues
- Desenvolupament de material informatiu (tríptics, pòsters, revistes, etc.)
- Accions de comunicació a premsa (diaris, revistes, anuncis de TV, generació de notícies, etc)
- Accions de street màrqueting: Celebrity de cuina
- Accions de comunicació digital

## Acció:

- Utilitzar l'èxit de programes de cuina a carrer d'un home
- Tallers de cuina tant per a cuinar com per a tenir un espai ben utilitzat i ben ordenat.
- Fer un documental amb NETFLIX o HBO
- Hem fet una investigació de mercat prèvia a tot l'anàlisi.

## Pràctica de Briefing:

### Títol:

REPTE: Espai a la cuina per a la separació en origen  
SEGMENT DE PÚBLIC: Despreocupats majors de 50 anys

### Argumentari:

- Caracterització del públic:
  - Sense temps perquè treballen
  - Ocupats
  - Viuen en zones disperses
  - Cuines poc adaptades
  - Persones amb dificultat de mobilitat.
- Objectius:
  - Que els ciutadans adequin l'espai de la cuina per fer un bon reciclatge i trencar el mite de què per reciclar cal més espai del que tenim.

### Canals:

- Informadors a peu de carrer, porta a porta
- Punts itinerants
- Accions de supervisió i control
- Lliurament d'elements de marxandatge
- Accions d'street màrketing

