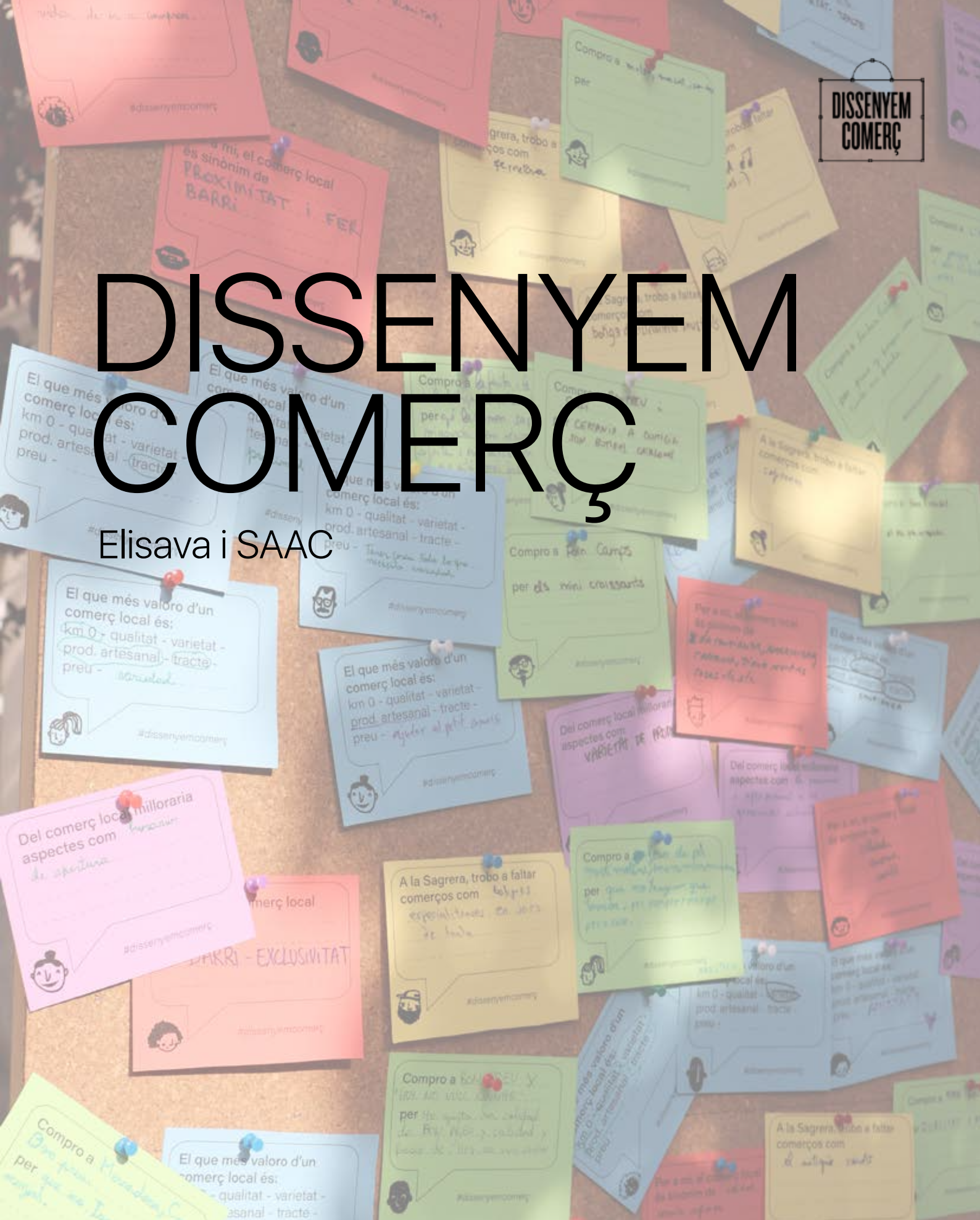




# DISSENYEM COMERÇ

Elisava i SAAC



Amb l'objectiu de potenciar el comerç de proximitat i, també en col·laboració amb la xarxa de suport entre comerciants, veïns i la Sagrera, aquests darrers mesos hem tractat de conèixer el barri des de diferents angles a fi i a efecte de poder proposar una sèrie d'accions que fessin front als nous reptes. "Dissenyem comerç" és un projecte promogut des de la regidoria de Turisme i indústries creatives i de la regidoria de Comerç, Mercats, Règim Intern i Hisenda, de l'Ajuntament de Barcelona; i dut a terme pel Disseny-Hub Barcelona i Barcelona Activa. Des d'Elisava, som el segon equip de l'escola que se suma al projecte. L'anterior edició fou realitzada en col·laboració amb l'eix comercial de Sants-Les Corts i enguany, amb el SAAC (Sagrera Activa Associació de Comerciants).

## 04 Presentació

El Projecte, l'equip, els nostres objectius, planificació.

## 14 Investigació

Notícies, DAFO, iniciatives, safari fotogràfic, mapa virtual, fitxes del SAAC, coneixem la Sagrera en primera persona, anècdotes del barri, parlem amb la Sagrera.

## 52 Acció

Objectius, descripció i funcionament de l'acció, desenvolupament, informació recollida, síntesi i conclusions generals.

## 68 Co-Creació

Descripció, dinàmica, conclusions.

## 78 Propostes

Les 11 propostes, conclusions i agraïments.

## 106 Bibliografia

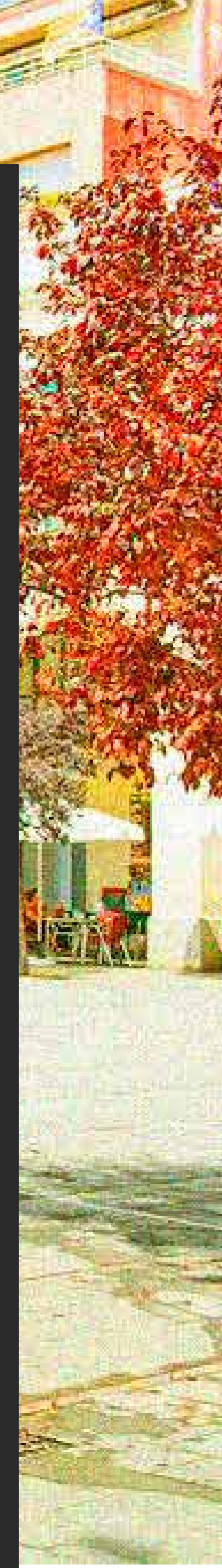
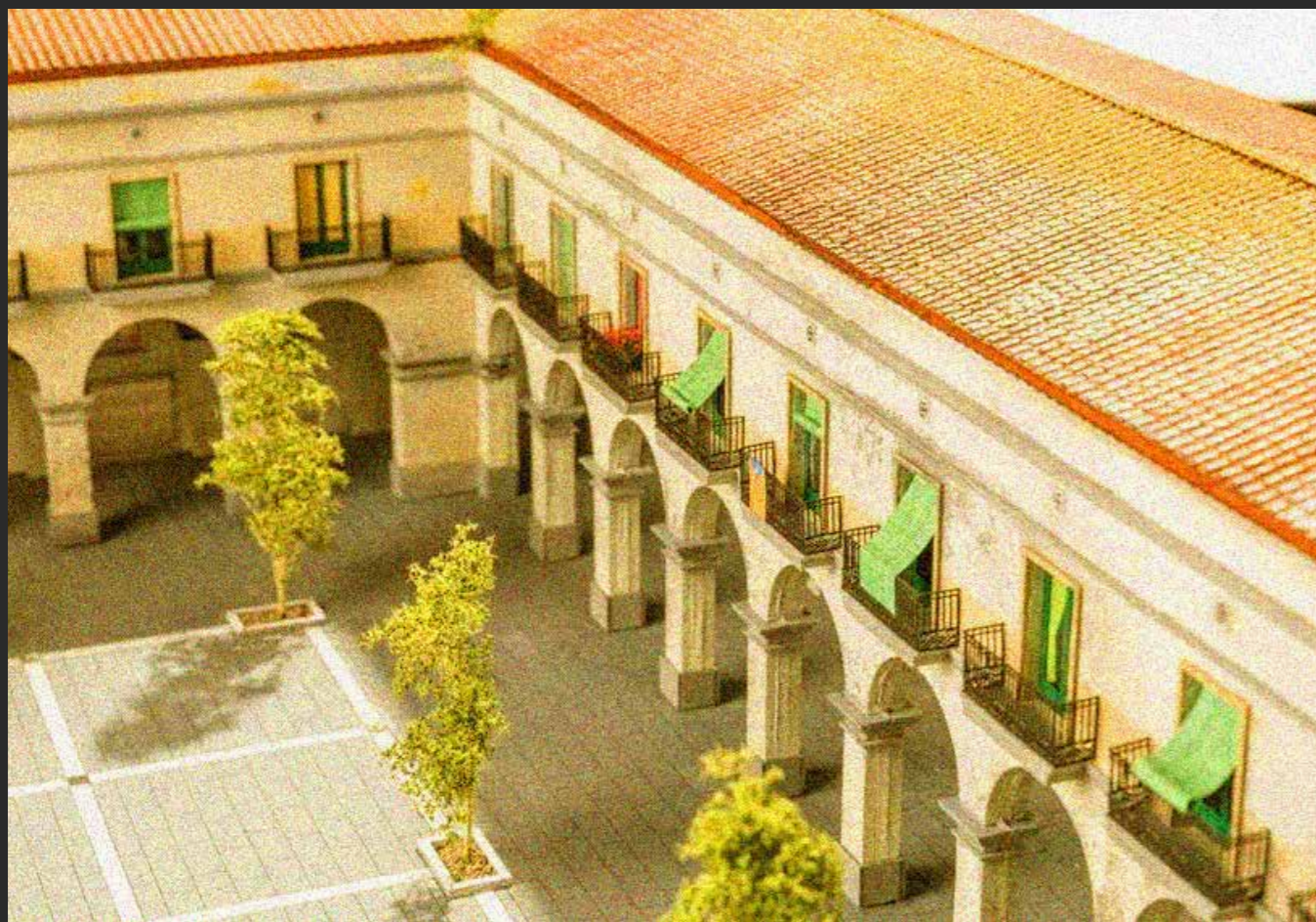
10 El projecte, un breu tastet de la investigació

10 Presentació de l'equip i dels rols assignats

12 Els nostres objectius

13 Planificació, com ens hem organitzat?

# Presentació: El projecte, l'equip i el barri

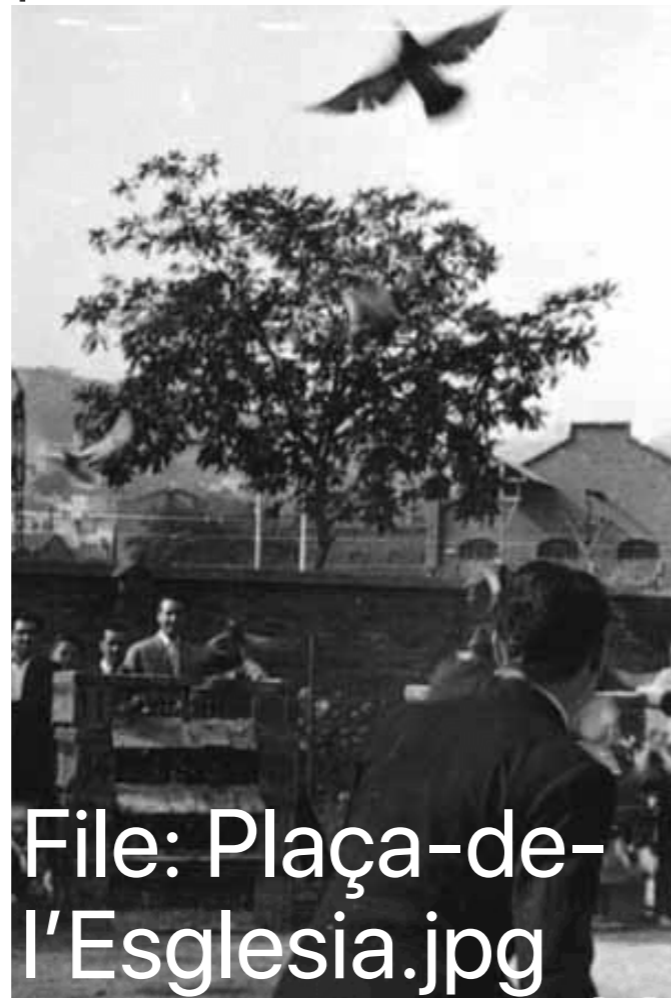




File: Dissenyem\_  
Comerç\_team.jpg

La nostra primera aproximació al barri va consistir en confeccionant un mapa que ens permetés entendre els itineraris més freqüents entre els veïns i veïnes de la Sagrera. Aquesta primera acció fou important, no només per la informació que se'n va generar, sinó també, i molt especialment, perquè ens va permetre fer "vida de barri" i començar a conèixer als Sagrerencs i alguns dels seus hàbits.

La Sagrera és un barri que molts dels seus veïns viuen com si es tractés d'un poble. Això és així pel seu passat singular i també per la manera en què la vida omple carrers i places. La història del barri està marcada per tot un seguit de fets importants que han convertit la Sagrera en un barri singular, clau per entendre Barcelona. Més enllà dels seus orí-



File: Plaça-de-  
l'Esglesia.jpg



File: LaSagrera1982.jpg

gens medievals, quan per allà el segle X apareixen les primeres cases de pagès resguardades a l'empara de l'església de Sant Martí de Provençals, fets més recents han estat decisius per conferir personalitat pròpia al barri. La industrialització del segle XIX va convertir la Sagrera en un barri fabril i amb un important teixit obrer que d'alguna manera s'ha anat revitalitzant, un cop les fàbriques han desaparegut amb iniciatives populars, projectes associatius i l'aparició de nous agents com és el cas de la nau Bostik o la nau Ivanow, on antigues estructures fabrils han estat transformades en centres culturals oberts a la ciutadania. Més enllà de fets cèlebres i lamentables com l'atemptat de l'Hiperacor, més enllà de nous projectes amb repercussió territorial com és l'estació de Sagrera-TAV, el barri és avui una realitat en constant transformació, que en la seva reno-

vació continuada afegeix noves fites a la seva rica trajectòria. Va ser des de tots aquests aspectes essencials, que la nostra primera acció, Sagrerenc/a de l'any, va voler reconèixer la importància que totes i tots tenim a l'hora de fer barri i pensar el barri. Precisament des d'aquí, el comerç de proximitat pren importància, en convertir-se en un important generador de lligams entre veïns i veïnes. Més enllà de la compra i venda de mercaderies, productes i serveis, els establiments comercials són també un espai de socialització i intercanvi d'experiències. Quan invertim en proximitat tots i totes ens convertim en sagrerencs de l'any.

Després d'aquesta primera acció, per comprendre millor el punt de vista dels comerciants de la Sagrera, la seva forma d'entendre el barri i d'entendre's dins de barri, vam organitzar una sessió de co-disseny amb alguns representants del SAAC. Entenem que el procés de disseny, i molt especialment en casos com aquest, ha de ser horitzontal; cal saber escoltar les diferents veus que conformen el teixit del barri. També això és fer proximitat.

Per últim, hem ideat una sèrie de propostes que crèiem útils per ajudar al comerç local a enfortir-se en relació a Barcelona i al barri. La nostra intenció de base rau en el fet de fomentar aquesta xarxa de

suport mutu que alimenta la vida de la Sagrera. Entenem que la xarxa de comerços de proximitat són part substancial del teixit social que dóna sentit a la ciutat.

Imatges: Centre de Documentació La Sagrera.

File: Hispano-Suiza1962.jpg



File: Carrergrandela Sagrera-1984.jpg



# 01 EL PROJECTE

Hem dividit el projecte en tres fases: investigació, formalització i conclusió. Per a cadascuna d'aquestes fases hem proposat activitats que ens permetin recollir informació sobre el barri provinent de veïns i comerciants.

En la fase d'investigació hem buscat notícies i iniciatives que puguin servir-nos com a referents per començar a formular una idea de projecte. Hem fet un safari fotogràfic i dos mapes, on reunir i categoritzar els diferents comerços i punts d'interès al barri. En el segon mapa, tractàvem d'entendre els recorreguts dels veïns quan surten a comprar, passejar, o fer qualsevol altra activitat. Aquesta fase ens ha servit per donar un primer impuls al projecte, com un primer xut a porta, que després s'ha acabat reflectint en les següents etapes.

Per començar a formalitzar el projecte, vam proposar una acció a la Plaça Masadas que tractava de conèixer de primera mà l'opinió de veïns i veïnes, grans i joves, nens, sobre el comerç de proximitat. Aquesta acció va ser important

perquè en ens va permetre, a més de socialitzar amb els veïns, extraure informació, analitzar-la i, sumada a tot el que vam aprendre durant la sessió de co-disseny, convertir-la en arguments de projecte.

L'etapa final conclou amb la presentació d'onze propostes, derivades d'un procés d'escolta i treball en equip amb comerciants i veïns de la Sagrera. Pensem que el disseny ha de ser realitzat colze-a-colze, tractant d'entendre les necessitats de les persones que seran afectades, creiem que positivament, per aquestes propostes.

# 02 L'EQUIP

Les persones que formen part d'aquest projecte han sigut seleccionades per tal de formar un equip amb una mirada transversal al disseny, aprofitant les especificitats de cadascun dels seus integrants de manera que es complementessin. Els tutors d'aquesta edició han sigut la Danae i el Ramon, de formació dissenyadora i arquitecte, respectivament. La Lia és dissenyadora de producte, juntament amb el Xavi, que també és enginyer del disseny. La Clàudia estudia disseny d'espai, i la Iru, el Marcel i el Gabriel són dissenyadors gràfics. Les diferents disciplines aporten al procés perspectives i aproximacions úniques, a més de la trajectòria de cadascun dels integrants de l'equip.

## TUTORES DEL PROJECTE



Danae Esparza Lozano

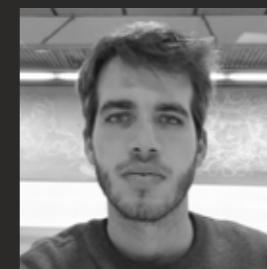


Ramón Faura i Coll

## DISSENYADORES DE PRODUCTE



Lia Alsina



Xavier Pons

## DISSENYADORES GRÀFIQUES



Clàudia Anguera



Irene Domínguez (Iru)



Gabriel Pérez



Marcel Galtés

## DISSENYADORA D'ESPAI

EN REALITAT SOM MULTITASKING  
PERÒ ENS AGRADA EXPLICAR  
LA NOSTRA MENCIO :D

## 03 OBJECTIUS

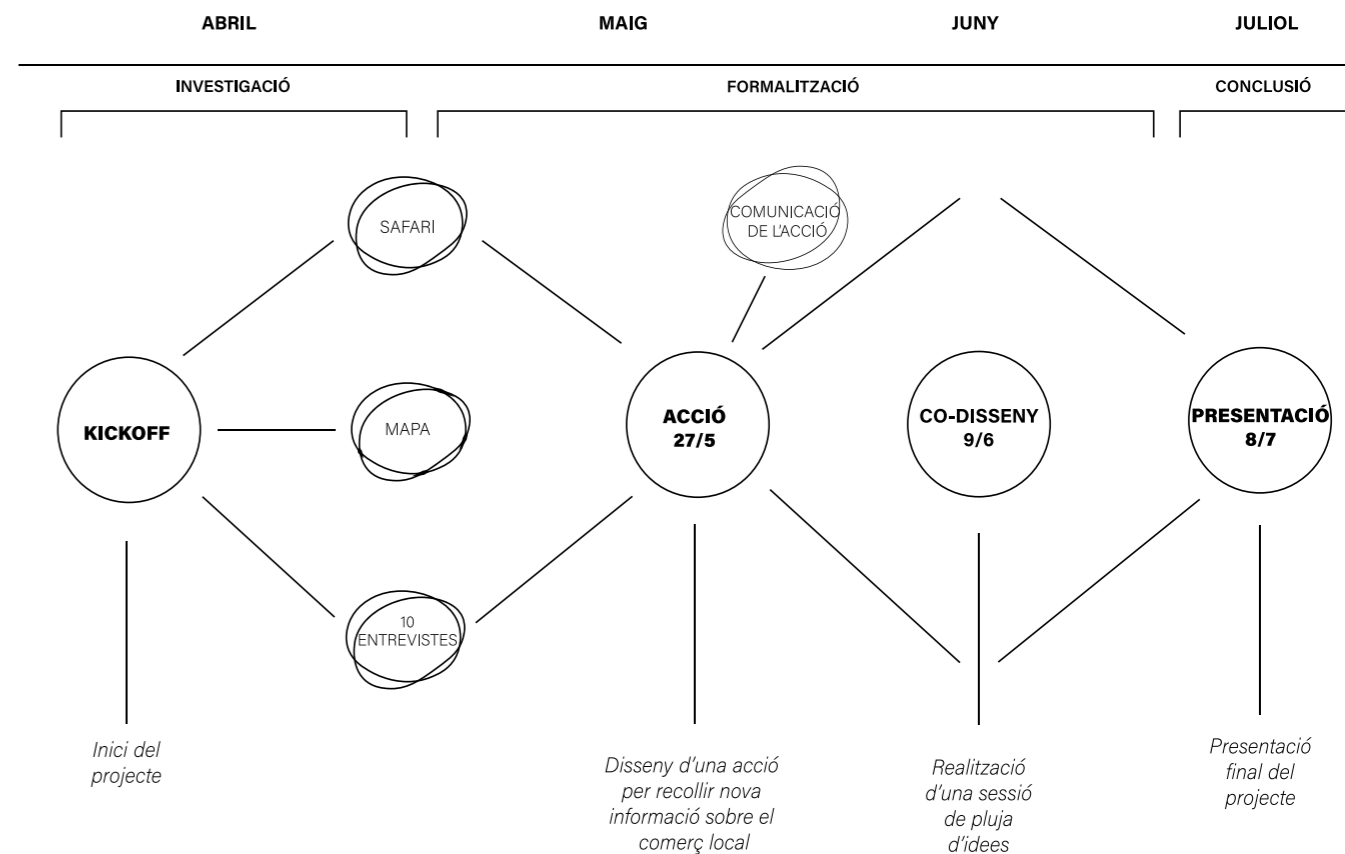
L'objectiu fonamental del projecte és promoure el comerç de proximitat de forma conjunta amb els agents del barri, comerciants i veïns de la Sagrera. Pensem que una de les grans diferències del comerç de barri en comparació amb les grans superfícies, és justament el tracte personal, la seva proximitat, i, des d'aquí, la seva aportació indispensable a la vida del barri. Pensar en el comerç local és pensar el barri, per tant, ha sigut imprescindible conèixer la multiplicitat de punts de vista de les persones que viuen a la Sagrera.

Un dels reptes que aquest tipus de projecte planteja és el de trobar un marc comú per als diferents punts de vista de veïns, comerciants, i l'equip d'estudiants. En aquest sentit, creiem que l'experiència ha estat molt positiva. Un altre repte va ser trobar la manera d'animar a veïns i comerciants a participar en les activitats del projecte. El cert és que ens ho han posat molt fàcil des del primer dia.

L'objectiu fonamental del projecte és promoure el comerç de proximitat de forma conjunta amb les agents del barri, comerciants i veïnes.

Per tal de fomentar aquesta participació, d'una banda, vam per emplaçar les accions en espais del barri prou coneguts i estimats pels sagrerencs, com és el cas de la plaça Masadas en l'acció del 27 de maig; i per l'altra, vam tractar de comunicar-nos de forma concisa i clara, per no abusar del temps de veïns i veïnes. Tractar de ser entenedors, per als veïns, però també per a nosaltres, ha estat fonamental per desenvolupar el projecte i per generar la implicació dels participants. En el procés de co-disseny del 9 de juny amb els comerciants del SAAC, vam organitzar la sessió dividint-nos en grups petits, precisament, per generar un ambient relaxat on tothom es pogués expressar amb llibertat i confiança.

En totes les fases, les aportacions dels veïns i dels comerciants, han estat indispensables i fonamentals, enriquidores, de cara a les propostes que després han anat definint.



Cronograma del projecte.

## 04 PLANIFICACIÓ

Com dèiem més amunt, el projecte es divideix en tres fases: recerca, formalització i conclusió. Es va elaborar un cronograma durant la primera setmana de maig per a programar amb antelació la comunicació de l'acció, l'acció, la sessió de co-disseny i el desenvolupament de les propostes.

Aquest primer cronograma no incloïa les dates específiques, ja que aquestes es van definint a mesura que s'anava desenvolupant el projecte. Tanmateix, sí vam fer una previsió pet setmanes que ens permetés organitzar el nostre temps i el dels agents implicats per a que tot transcorregués amb la màxima fluïdesa.

Ens hem reunit setmanalment, de vegades varies vegades, amb els tutors del projecte, la Danae Esparza i el Ramon Faura, per debatre, posar en comú, matisar i millorar idees, propostes i, també, aspectes vinculats a la producció dels esdeveniments. Això ens permès tenir la feina al dia i rebre les orientacions necessàries a cada moment.

Un esforç final durant la darrera setmana ha estat fer un cronograma amb el que poder explicar el procés de disseny d'aquests tres mesos. En aquest esquema es poden veure les dates de cada activitat i la forma d'organitzar el projecte en etapes.

16 **Notícies**, descripció de la Sagrera segons els mitjans.

28 **Safari fotogràfic**, passem per la Sagrera amb imatges.

40 **Coneixem la Sagrera en primera persona**.

23 Què és el **DAFO** de la Sagrera?

36 **Mapa virtual**, els comerços del SAAC.

47 **Anècdotes del barri**.

24 **Iniciatives**, projectes i accions que promouen i impulsen el comerç local.

37 **Fitxes del SAAC**.

49 **Parlem amb la Sagrera**, entrevistes.

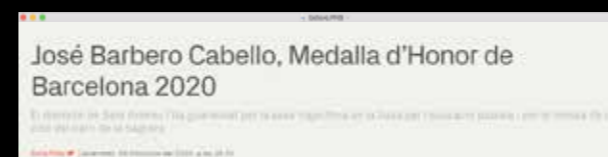
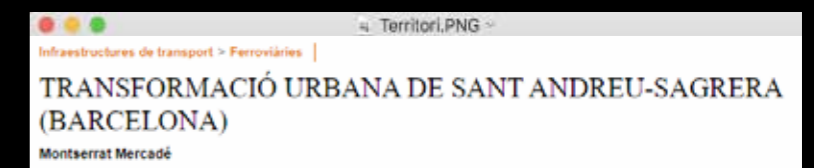
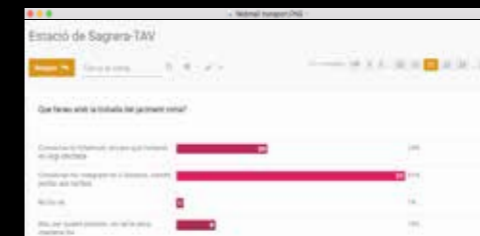
# Investigació: Notícies, iniciatives, entrevistes...





# 01 NOTÍCIES DE LA SAGRERA

Tot aquest conjunt de notícies en premsa, històriques o actuals, que hem tractat de sintetitzar en aquest apartat, ens va permetre, especialment al principi, conèixer alguns dels elements més destacats, indispensables per comprendre les singularitats del barri. Encara faltava però, el més important, escoltar la veu de veïns i veïnes.



El nostre treball s'inicia introduint-nos al barri i copsar el punt de vista entre veïnes i comerciants per tal de poder dissenyar de manera conjunta



## File: Marcel-fotògraf-per-excel·lència.jpg

Per a la fase de recerca, una primera operació va consistir en fer-nos una idea de la manera amb què la Sagrera apareix als mitjans. És el que anomenem "notícies". Recollir notícies sobre el barri, era una bona manera de situar, especialment en relació a Barcelona, alguns dels temes més destacats de barri, especialment a nivell estructural o social. Això ens permetia començar a familiaritzar-nos amb alguns llocs i esdeveniments de gran rellevància per al barri i, al mateix temps, recollíem una informació complementària a tot allò que després hem après parlant amb veïns i agents.

Coses que hem trobat als mitjans i que, al nostre entendre, ajuden a copsar la singularitat de la Sagrera.



## File: Rec-Comtal.jpg



## File: Rec-Comtal.jpg

L'estació de l'AVE, considerat un dels grans projectes urbanístics de Barcelona, suposa importants canvis per al barri, des de la construcció de nous habitatges fins a la planificació d'espais verds o establiments hotelers. L'ambició del projecte passar per entendre l'estació com a nòdul central de tota la regió nord-est, el fet que serà la principal connexió amb Europa i, en termes físics i infraestructurals, una de les estacions més grans d'Europa. A escala més urbana, significa convertir la Sagrera, definitivament, en una nova àrea de centralitat, molt més imbricada amb el conjunt de la ciutat.

Els mitjans també reflecteixen la importància d'un passat ric en esdeveniments, indispensable per comprendre la seva morfologia actual i la geo-

metria dels seus traçats. Així, per exemple, el pas del Rec Comtal, important canal d'irrigació que data de l'època dels Romans i que condiciona la disposició del barri. Explicar el seu context històric forma part d'un projecte de museïtzació impulsat pels veïns. I el mateix passa amb el refugi antiaeri 441, construït el 1937 durant la guerra civil. Una altra infraestructura territorial que ha condicionat el present de la Sagrera és la construcció de l'autopista A7 i la seva connexió amb Barcelona a través de la Meridiana. Tot i que el pla Cerdà sí contemplava la construcció d'una gran avinguda seguint el traçat del meridià Dunquerque-Barcelona, no va ser fins l'arribada de l'autopista l'any 1969 que la via va assumir el valor vertebrador per al tràfic que ha tingut fins avui.

File: Nau-Ivanow.jpg



Ja als anys 80, la Meridiana i la Sagrera van saltar als diaris a causa del lamentable atemptat a l'Hi-percor el 19 de juny de 1987, en el que van morir



21 persones i 45 van resultar-ne ferides. Des del 26 de juny de 2003, una peça de l'artista estatunidenc Sol LeWitt, Monument a les víctimes del terrorisme, emplaçat al parc de can Dragó, commemora la massacre.

Els darrers anys la Sagrera ha pres impuls cultural i social amb la creació de nous centres, com és el cas del poliesportiu ceràmic o la recuperació d'antigues estructures fabrils amb finalitats culturals i artístiques com és el cas de la Nau Ivanow i la NauBostik.

Una altre agent que no podem passar per alt és l'Institut Guttmann, inaugurat el 1965 i dedicat a la rehabilitació de persones amb lesió medul·lar. És evident que el prestigi del centre i el seu arrelament ja històric al barri, també condiciona positivament la singularitat de la Sagrera.



Imatges: Centre de Documentació La Sagrera.

## 02 EL DAFO DE LA SAGRERA

El DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats) és una eina molt útil per a identificar els punts forts i febles d'un projecte o empresa. La recopilació de notícies i el DAFO, han estat dues tasques centrals en la fase de recerca.

El primer pas per a realitzar el DAFO és identificar els elements forts i característics d'una empresa o projecte, per després detectar i reflexionar sobre quines són les seves oportunitats d'acció. Es detecten també els punts febles per tal de saber quins aspectes es poden millorar i, d'aquesta manera, entendre perquè determinats aspectes no funcionen.

D'aquest exercici hem extret algunes conclusions. Valorem molt positivament el tracte directe entre l'ajuntament i els comerços del SAAC. En aquest sentit és important destacar la tasca de la dinamitzadora, encarregada de dur a terme accions i esdeveniments que estimulin el comerç local. Per contra, aspectes menys positius són les dificultats administratives per prendre decisions amb la rapidesa necessària i el reduït nombre d'associats que s'impliquin activament en les feines del SAAC. Un altre tema a considerar és el de la digitalització dels comerços. Es tracta d'una oportunitat que cal potenciar i que, en cap cas, té perquè interferir negativament, més aviat al contrari, amb el contacte directe entre comerciants i veïns.

	Origen Intern	Origen Extern
-	<p><b>Debilitats:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dificultats per captar nous clients fora de l'àmbit de confiança i veïnal.</li> <li>2. Dificultats davant la competència de les grans superfícies.</li> <li>3. Poca implicació dels associats en les activitats organitzades.</li> <li>4. En termes generals, poca presència a internet dels establiments del SAAC.</li> </ol>	<p><b>Amenaces:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. L'oferta a la baixa de les grans superfícies i que el preu s'imposi com a únic criteri de compra.</li> <li>2. Uns lloguers massa cars que provoquin el tancament definitiu d'alguns comerços.</li> <li>3. Els avantatges administratius i fiscals de les grans superfícies que actuen com a llobbie.</li> <li>4. Manca de recursos.</li> <li>5. Impossibilitat d'ampliar i potenciar les activitats de promoció i dinamització.</li> </ol>
+	<p><b>Fortaleses:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. S'ha guanyat la confiança dels veïns.</li> <li>2. Forma part dels trets identitaris més singulars del barri, contribuint a la cohesió social.</li> <li>3. Pel que fa al medi ambient, és més sostenible que altres modalitats de comerç</li> <li>4. Bona relació qualitat/preu.</li> <li>5. Àmplia oferta comercial, d'abast territorial extens i que, per tant, satisfà les necessitats diàries dels veïns.</li> <li>6. La Responsabilitat social corporativa (RSC) és valorada molt positivament pels ciutadans.</li> </ol>	<p><b>Oportunitats:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arribar a potencials clients i donar-se a conèixer millor entre els usuaris, oferint més informació, sigui qualitativa o quantitativa.</li> <li>2. Treure partit de les possibilitats en l'àmbit digital.</li> <li>3. Creació de xarxes col·laboratives i comercials per poder oferir productes i serveis de manera àgil, personalitzada i propera.</li> <li>4. Incorporació de noves aplicacions d'e-commerce.</li> <li>5. Delivery i take away com noves formes de negoci.</li> </ol>

## 03 INICIATIVES

Un altre aspecte de la recerca ha estat buscar referents que ens puguin ser útils per al projecte, altres iniciatives destinades a promoure el comerç de proximitat. Saber què s'ha fet i com ha funcionat. Refererim alguns dels casos més destacats.



**A prop Online**, Plataforma de venda online que ofereix productes i serveis de comerç de proximitat a 13 municipis diferents. L'objectiu inicial és contrarestar els efectes negatius de la pandèmia, especialment perjudicial pel comerç de proximitat, facilitant la compra des de casa, minimitzant el contacte físic.

lògica de la multinacional i les grans corporacions, promou el producte local acollint als paradistes i als comerciants de proximitat. Pensat inicialment per Barcelona, s'hi han acabat afegint Santa Coloma de Gramanet, Caldes d'Estrach, Sant Vicenç de Montalt i Llavanes, o altres plataformes similars com és LaCompra a Girona.

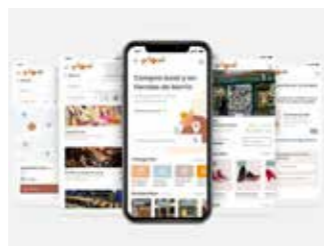


una plataforma crada per la Unió de Pagesos que potencia la compra directa entre agricultor i consumidor, amb la finalitat de fomentar el comerç artesà, ecològic i de proximitat. A través de la plataforma, el consumidor contacta directament amb l'agricultor per comprar els seus productes.



iniciis de la pandèmia, es va realitzar un estudi per donar suport als petits comerciants afectats per la crisi. Arran d'un estudi exhaustiu es va constatar que aquells relacionats amb l'alimentació van ser els menys afectats en ofertar productes de primera necessitat i romandre oberts durant la pandèmia. El mateix estudi va detectar que la manca d'informació entre consumidors, deguda a la poca presència on line del comerç de proximitat (en comparació als grans taurons del sector) havia afavorit molt a les grans empreses en línia. YoLocal és una aplicació en xarxa que facilita al consumidor la compra en comerços de proximitat, i la possibilitat de donar.

**Planta'm al balcó**, iniciativa que fomenta la necessitat d'augmentar el verd a la ciutat, vinculant la seva presència al comerç de proximitat.



**Manzaning**, marketplace que enlloc de gestionar-se des de la

**Bcncomerç**, iniciativa que promou la unió entre escoles i comerços de proximitat per a tal de crear una comunitat de comerç local mitjançant activitats.



**Pagesia a casa**, És

**YoLocal**, Durant els

INVESTIGACIÓ

Pel que fa a la resta de l'Estat hem trobat moltes iniciatives interessants. Referim les que ens han semblat més interessants.

### Incentius econòmics

**Comerç local, comerç brutal**, campanya per a promoure el comerç de proximitat a Alacant. Aquesta campanya reivindica iniciatives de les associacions de comerciants amb un sorteig de fins a 200 carros exclusius.

**Shop Small**, campanya d'American Express que promou el comerç de proximitat a través de descomptes. A cada €20 gastats en els establiments registrats es guanya €5 de descompte, amb un límit de 5 vegades i fins a 1 vegada per comerç. En la pàgina web hi ha un mapa que ensenya la localització dels comerços.

### Presència a les xarxes socials

**De Compres? Mira per Palma**. Iniciativa que busca impulsar des de les xarxes socials el comerç local. La idea era que les persones traguessin fotos amb unes ulleres creades per a la campanya i les pugessin a les seves xarxes.

**Taali**, iniciativa brasilera que ofereix exposició a petits comerciants en una plataforma virtual. La idea és aproximar, encara que digitalment, al comerciant del consumidor.

**O Fuxico** – Fira virtual que busca donar visibilitat a través de les xarxes socials als petits comerciants. Primer fan un post parlant de l'establiment, després el promouen i realitzen una live amb els comerciants.

### Sostenibilitat

**Calendari municipal de temporada** – Accions que busquen promoure la sostenibilitat en les 52 setmanes de l'any vinculades als Objectius de Sostenibilitat de l'ONU. Campanya alemanya.

Llarga Setmana de Sostenibilitat – Campanya de recollida d'escombraries, de proves de robes de producció ecològica, i de promoció de l'ús de bicicleta a la ciutat.

**Tresors locals** – Iniciativa que promou l'alimentació saludable a partir d'una perspectiva ecològica, cuidant del clima. Es proporcionaven receptes i consells en una pàgina web.

**Salva la teva zona** – Campanya internacional (europea) en el nadal que consistia a enviar cartes a regidors de ciutats d'Espanya, França, Alemanya i Itàlia. Es repartien també adhesius per als comerços que volien participar de l'acció amb el lema Salva la teva zona.

Conveni per a la promoció d'iniciatives que busquen promoure el comerç de proximitat en el valor de €40.590 a Vitòria Gasteiz. Dins d'elles està la realització de la VIII Jornada **AENKOMER** d'Innovació i Emprendizaje.

**Zestt Tecnologia** – Programari per a transformar petits i mitjans comerciants en una botiga virtual. El programari ajuda aquests comerços a organitzar les seves vendes, a part de donar-los visibilitat en les xarxes.

A nivell internacional, el món francòfon és especialment actiu en la defensa del comerç de proximitat i el producte local. A França especialment hi trobem un gran nombre d'iniciatives. És probable que la seva llarga tradició associativa, la potència reivindicativa de la pagesia, també la cura per la cultura autòctona hi tinguin molt a veure.

D'una banda, casos que estableixen línia directa entre consumidor i comerciants local. És el cas de **Faire mes courses**, una iniciativa ciutadana i solidària, gratuïta, que permet que els comerciants continuïn venent localment i organitzin la recollida o lliurament dels productes; o **ils vous livrent**, una plataforma que connecta consumidors i comerciants amb els professionals de repartiment.

moltes. **Du LUV dans ton casier** posa a disposició del consumidor una taquilla on dipositar les seves compres quan les fa en un comerç de barri.



**PetitsCommerces** és una pàgina web que reuneix una gran quantitat de comerços de proximitat de diferents ciutats on, a més d'explicar els efectes positius del comerç de proximitat i donar-li visibilitat, ofereix la possibilitat de comprar vals regal, com a compra anticipada que permet disposar d'un fons als comercials per fer front als moments més durs de la pandèmia. En una línia similar, la iniciativa



**Sauvetoncommerce.fr** venia cupons de comerços tancats durant la pandèmia, i per tant en un devallada econòmica dramàtica, que el consumidor podia utilitzar després del confinament quan els comerços tornessin a obrir. En una línia molt semblant, també relacionat amb el confinament, va aparèixer la plataforma **J'aime mon bistrot**, on els clients podien reservar beguda i menjar del seu restaurant preferit per a ser consumir-ho quan la fi del confinament permetés reobrir els establiments. I encara un altre cas similar, **Sauve ton resto**, però en aquest cas dirigit a empreses de restauració i hosteleria. **L'accent de la Capitale** és un moviment, en aquest cas canadenc, creat amb la intenció de promoure el comerç de proximitat, identificant els establiments que ofereixen productes locals. La ciutat del Quebec crea un kit d'imatges que poden ser utilitzades a les xarxes socials amb

l'etiqueta #accentlocal.



En tercer lloc hi ha les campanyes-promocions de conscienciació a favor del comerç de proximitat. Així, **Outaouais D'abord** són una sèrie d'accions que busquen fomentar el comerç de proximitat, potser la més important és la creació d'un directori d'empreses i iniciatives locals, campanya publicitària, desafiaments.



**Gaspésie Gourmande** és una revista-guia que reuneix els diferents tipus de comerç de la ciutat de Gaspé, a Canadà, perquè es faciliti l'accés als pro-

ductes locals. Més enllà de comunicació també hi ha programes destinats a facilitar les condicions econòmiques dels comerços. És el cas del **My Try Shop**, un programa dirigit a emprenedors, pensats per als centres de les ciutats franceses, que facilitar el lloguer d'un local durant els mesos inicials per tal d'iniciar el projecte sense tants riscos, testejar el seu impacte. Així es promou la creació de negocis de proximitat i se'ls dona l'oportunitat d'estar situats en un lloc cèntric, i amb visibilitat.

**Sauvetoncommerce.fr** venia cupons de comerços tancats durant la pandèmia, i per tant en un devallada econòmica dramàtica, que el consumidor podia utilitzar després del confinament quan els comerços tornessin a obrir. En una línia molt semblant, també relacionat amb el confinament, va aparèixer la plataforma **J'aime mon bistrot**, on els clients podien reservar beguda i menjar del seu restaurant preferit per a ser consumir-ho quan la fi del confinament permetés reobrir els establiments. I encara un altre cas similar, **Sauve ton resto**, però en aquest cas dirigit a em-

preses de restauració i hosteleria. L'accent de la Capitale és un moviment, en aquest cas canadenc, creat amb la intenció de promoure el comerç de proximitat, identificant els establiments que ofereixen productes locals. La ciutat del Quebec crea un kit d'imatges que poden ser utilitzades a les xarxes socials amb l'etiqueta #accentlocal.

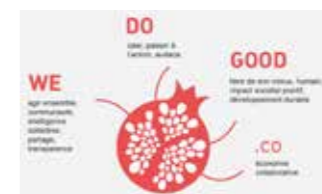


**Sauve ton resto**, també treballa a partir de la venda de cupons, però en aquest cas està dirigida a empreses de l'àrea de restauració i hosteleria.



**J'aime mon bistrot**, és una plataforma que permet que puguis

reservar una beguda o menjar del teu restaurant preferit perquè el consumeixis en el període de reobertura dels comerços.



**Wedogood**, permet que els consumidors puguin fer compres reemborsables en els seus comerços de preferència. La plataforma ha eliminat els seus costos fixos reduint així la seva comissió en les transaccions.



**Soutenons nos entreprises** és una plataforma que permet que els usuaris comprin en línia o que facin una donació per a un fons de suport destinat a empreses.



**Faire mes courses** és

una iniciativa ciutadana i solidària, gratuïta, que permet que els comerciants continuïn venent localment i organitzin la recollida o lliurament dels seus productes.



**ils vous livrent** és una plataforma que connecta els i les consumidors i els i les comerciants amb els i les professionals de repartiment.



**Guichet expert** és un col·lectiu que ofereix assessorament de manera solidària i gratuïta a empreses que ho necessitin en aquest moment. Les empreses poden entrar en contacte amb un número de mòbil o correu electrònic.

**Avec Linda**, Campanya publicitària a França per a promoure el comerç de proximitat i donar visibilitat a els comerços de la zona. Donar veu a tot el que es té al voltant i no es percep a primera vista.

# 04 SAFARI FOTOGRÀFIC

Per a situar-nos millor en el barri, realitzem la nostra primera sortida de camp a la Sagrera. Comencem amb un safari fotogràfic que pretén captar la identitat i peculiaritats del barri, busquem també observar la relació que hi tenen els seus habitants.

Percebem que es tracta d'un barri molt tranquil a l'inici de la tarda, malgrat el tràfic intens de l'avinguda Meridiana. Ens ha cridat l'atenció el gran nombre d'intervencions que hi ha a l'espai públic, com a versos pintats en les parets - esclatxes de la xarxa poètica de Sant Andreu - i petits horts en un dels camins que surten de la Plaça Masadas.

La Plaça Masadas és un lloc clau. En transcórrer la tarda podem veure nens jugant i gent jove asseguda a les terrasses. És un lloc de molta circulació, per la qual cosa el triem posteriorment per a fer el mapa de recorreguts i l'acció. Està molt ben situada per a realitzar activi-

tats com fires, concerts, entre altres activitats.

Un altre lloc que ens ha cridat l'atenció és la Nau Bostik, un centre cultural on s'imparteixen classes i exposicions. A més, esdevé lloc de trobada entre persones amb interessos comuns. Es realitzen vermuts i fires. Per aquest motiu pensem que pot ser un lloc interessant a tenir en compte. Hi ha una debat sobre el seu manteniment que pensem és molt necessari per diferents motius: per ser un lloc de lliure accés al públic, sorgit d'iniciativa popular, on es duen a terme activitats culturals que creiem són d'interès pel veïnat, tant pel seu caràcter lúdic com pedagògic.

El safari fotogràfic ha sigut molt important de cara a poder formular les nostres primeres impressions del barri. A partir d'aquí hem cregut oportú realitzar un mapa virtual dels comerços del SAAC, així com un mapa de recorreguts del barri.

**Plaça dels Jardins d'Elx**  
espai molt transitable i punt de trobada per a totes les edats: bars, jocs de taula, zona infantil.



**Carrer Gran de la Sagrera**  
molt moviment pel veïnat, troben els comerços de tota la vida.



**Plaça de l'Assemblea de Catalunya**  
espai tranquil i pròxim a la plaça Masadas, les joves del barri acudeixen a aquesta plaça quan volen més intimitat.



INVESTIGACIÓ

**Avinguda Meridiana** espai del barri amb el tràfic més intens, talla la Sagrera en dues zones



**Plaça Masadas** lloc clau del barri: caminets que porten a horts, infants jugant a la sortida de l'escola amb la família, punt de trobada del jovent i de les veïnes amb més edat.



Influències de **St Andreu**, el barri veí, pintades poètiques i moviment associatiu i cultural.



**Nau Bostik.**  
Centre cultural on s'imparteixen classes, es fan exposicions i lloc de trobada: vermút i fires artístiques



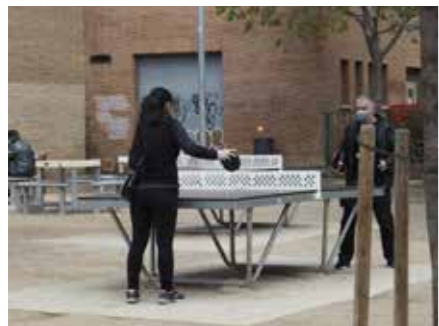
La antiga fàbrica Fabra i Coats, entorn feminisme i reivindicatiu, amb el temps s'ha convertit en el **Parc de La Pegaso**, la zona verda per excel·lència del barri.



**Plaça del Congrés Eucarístic**  
plaça situat en el Congrés, espai tranquil i agradable.



INVESTIGACIÓ









## 05 MAPA VIRTUAL

Per poder conèixer millor al SAAC i els seus associats, vam fer un mapa virtual per poder localitzar tots els comerços que el componen. Aquest mapa organitza el comerç en categories, a més de localitzar, també, diferents llocs d'interès, tals com zones verdes, centres culturals, escoles...

Aquest mapa ens ha servit per a categoritzar els comerços i també per organitzar-nos internament com a equip. Des d'aquí hem escollit les localitzacions des d'on comunicar l'acció, al mateix temps que ens permetia organitzar i guiar-nos en el treball de camp i les entrevistes als comerciants del SAAC.

La inserció de dades en el mapa es va fer situant els comerços apuntats en la web de l'associació, fent especial atenció als recorreguts de vianants.

[Consulta aquí el mapa!](#)  
o bé entra escanejant el QR



Mapa virtual fet per les alumnes.

## 06 FITXES DEL SAAC

Per conèixer millor el teixit comercial del SAAC, quin tipus de comerços el formen, hem fet una fitxa tècnica per a cada comerç adherit, amb la informació més indispensable de cada establiment. Cadascuna d'aquestes fitxes conté la localització física i a xarxes, la data, l'activitat que s'hi du a terme, una breu descripció de l'establiment, el contacte, i algunes paraules clau. Bona part de la informació recollida en aquestes fitxes l'hem extret d'un document del SAAC, on apareixen tots els comerços associats.

Pel que fa a cada fitxa, a la part superior esquerra s'indica la categoria del comerç, seguida del nom de l'establiment. Això ens ha sigut útil de cara a organitzar les fitxes de cada comerç en diferents sectors: alimentació, art i cultura,

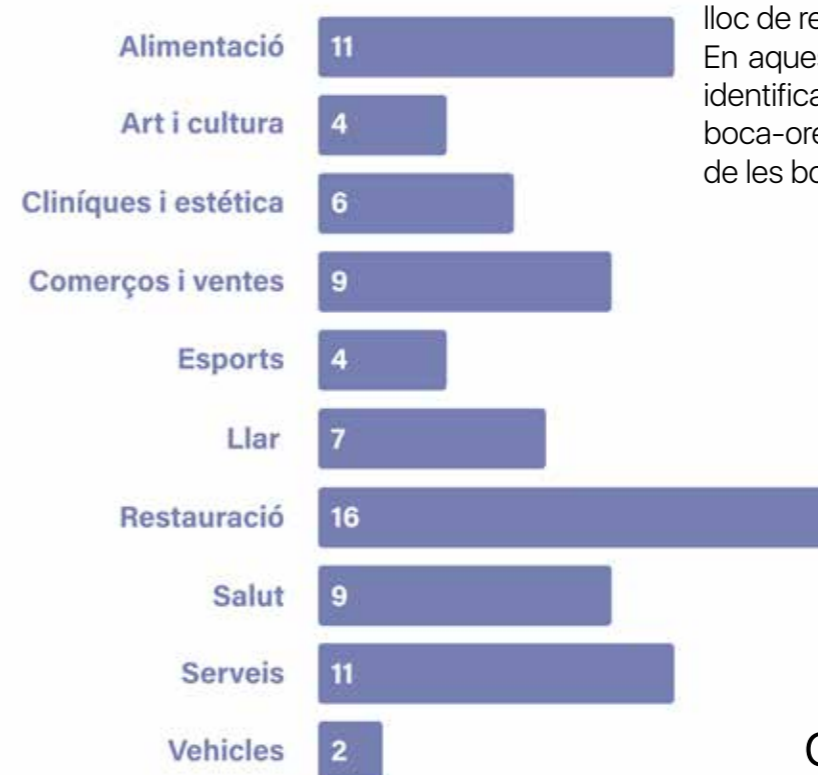
clínicas/estètica, comerços i vendes, esports, llar, restauració, salut, serveis i vehicles. Adjuntem totes les fitxes en un annex al final del dossier.

Com a treball de recerca, la confecció d'aquestes fitxes ens ha servit per identificar els comerços i tenir a mà la informació bàsica de les seves activitats. Del gràfic resultant podem inferir que la major part dels comerços de la Sagrera pertanyen al sector de la restauració (16), l'alimentació (11), i serveis (11),

Per opinions recollides entre els veïns, entenem que falten comerços de roba. Un tipus de producte que la gent va a buscar fora del barri. Els comerços d'art i cultura (4) i esports (4) també són escassos.

Com a conclusió d'haver fet aquesta anàlisi, podem apreciar que un factor diferencial del comerç de proximitat respecte les grans empreses, rau en l'especialització de la seva oferta. Un dels aventatges de vendre un producte molt especialitzat és el fet d'adreçar-se a un públic també especialitzat que, per definició, és més fidel i que a més, propaga de forma més efectiva l'existència de l'establiment que, sovint, esdevé lloc de reunió.

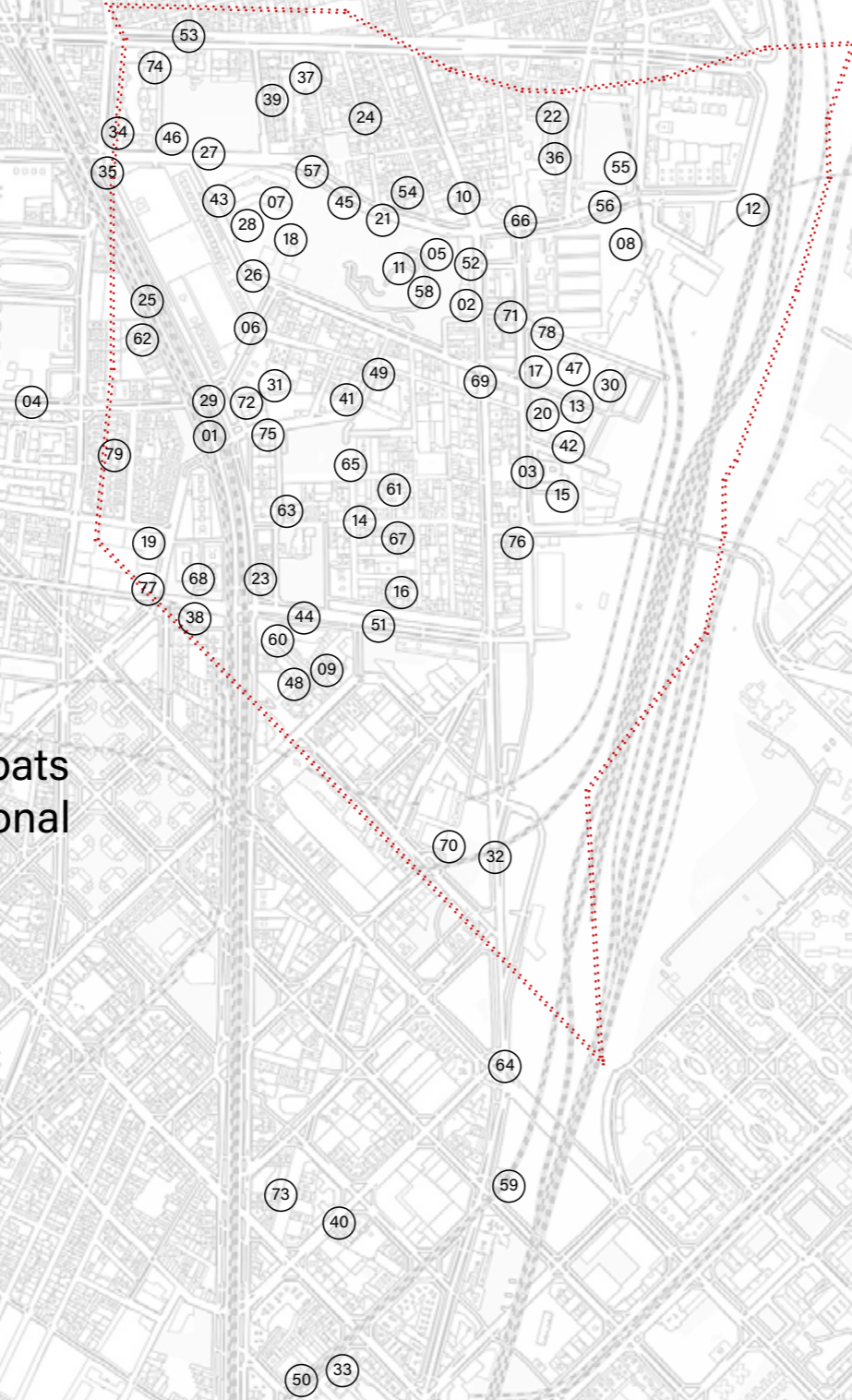
En aquest sentit, el mapa també és molt útil per identificar aquests comerços, ja que a través del boca-orella, no només es potencia el coneixement de les botigues, sinó també del barri.



Classificació dels comerços del SAAC.

# LA SAGRERA

## COMERÇ DEL SAAC



79 comerços del SAAC agrupats en funció del sector professional

- alimentació (11)
- art / cultura (4)
- clíniques / estètica (6)
- comerços / ventes (9)
- esports (4)
- llar (7)
- restauració (16)
- salud (9)
- serveis (11)
- vehicles (2)

### Alimentació (11)

01. Cal Fruitós
02. Celiacs & Co.
03. El Vinòlgic
04. Fruteria Elena
05. Granoleta
06. La bona fruita
07. Mercadona
08. Pastelosoia
09. Patisserie Bareche
10. The Art of Sea & Seafood, S.L.
11. Upina Fruits

### Art i cultura (4)

12. Aula Musical Sagrera
13. Carandell
14. Centro de Dia Garcilaso
15. Oh My Sister

### Clíniques / estètica (6)

16. Amarilis Centro Terapias Naturas y Formación
17. Casanova Dream's
18. Casanova Dream's II
19. Clínica Dental Blaudent
20. Federòptics Pre-Visió
21. Vive Zen; Centro de Estètica Natural

### Comerços / ventes (9)

22. Armeria J. Pujol
23. Artístic
24. Bcn Stock Cars
25. -DYEMA
26. Estanco Meridiana
27. Floristeria Laray
28. másQnuevo
29. Meridiana Aquarium SL
30. Trabookaire

### Esports (4)

31. CrossFit Kudassai
32. E3 Roller Skating
33. Sano Barcelona El Clot
34. VivaGym Meridiana

### Llar (7)

35. Clavis Grup Meridiana
36. Dolça Llar Sagrera
37. Matalasseria Frama
38. Meridiana Descans
39. Orixe Reformes
40. Tecnocasa La Sagrera
41. Tecnocasa Navas-Clot

### Restauració (16)

42. Aromes La Sagrera
43. Aromes Meridiana
44. Bar Escorpión
45. Celler de La Mileta
46. Es Bien Brunch
47. Forn de pa Iaia Nita
48. Forn de pa La Tata
49. Forn de pa Martin Molins
50. Il Capriccio Napoletano
51. La Folie American Experience
52. Les Voltes
53. Mesón Pahi
54. Mota Bar Restaurante
55. Restaurant Com a Casa
56. Rostisseria Ecos
57. TU CACHAPA.COM

### Salut (9)

58. Farmàcia Barbera Perez
59. Farmàcia J.M. Montaner
60. Farmàcia Llic. Anna Lloberas
61. Farmàcia Llic. Nestor Sanz
62. Farmacia Marques
63. Instituto Gutman
64. Més Millor: centre de yoga i psiconutrició
65. Nueva Ortopedia
66. Ortopèdia Arbos

### Serveis (11)

67. Administració de Loteria Núm 272: La Fabrica de la Sort
68. Centre d'estudis Roca - Grup Escolar Roca
69. Copisteria imprenta Gráficas Sagrera
70. Copisteria Tramatecnic
71. Escola de música Bcn Fusió
72. Evajor SL
73. Fusteria Ruana
74. Gravats a l' Instant S.C.P.
75. Guarespa, la tecnologia que ajuda (consultoria informàtica)
76. LAN Computer SL
77. Pipark

### Vehicles (2)

78. Faure Motos
79. Hoy-voy Autoescuela Barcelona Sagrera-Meridiana

## 07 CONEIXEM LA SAGRERA EN PRIMERA PERSONA

Després de visitar el barri de la Sagrera durant uns dies i fer el safari fotogràfic per a veure els racons més amagats, vam començar a copsar l'ambient que s'hi respira. A partir d'aquí vam decidir que una bona manera de poder conèixer el barri en primera persona i també conversar amb les persones que hi viuen seria amb alguna activitat que involucrés la participació dels veïns i veïnes que passessin pel carrer en aquell moment. És per això que vam crear un mapa de la Sagrera que ens serveix de base per formular 3 preguntes y entendre els recorreguts més habituals dels sagrerencs i de les sagrerenques.

L'objectiu principal d'aquesta activitat, era poder veure i conèixer les persones que viuen al barri de la Sagrera i quins són els seus recorreguts diaris, per tal de saber quins són els carrers més transitats o els comerços més freqüentats, i d'aquesta manera entendre els desplaçaments per feina/estudi i en moments d'oci i descans.

A més a més, aquesta acció ens serveix d'excusa per poder parlar amb els veïns i veïnes del barri i conèixer les històries i anècdotes que ens poguessin explicar sobre la Sagrera, d'aquesta manera podríem conèixer informació molt enriquidora per al desenvolupament del projecte.

Per a tal de poder entendre la circulació habitual de persones per la Sagrera i també conèixer el comerç més freqüentat, vam formular 3 preguntes. Aquestes preguntes fan referència tant a moments d'oci o passeig, a les rutines habituals de desplaçaments per feina i estudi, així com per anar a la compra.

Les preguntes van ser les següents:

- Quin recorregut fas per anar a comprar?
- Quin recorregut fas quan vas a passejar?
- Quin recorregut fas quan has d'anar a treballar/estudiar?

QUIN ÉS EL RECORREGUT QUE FAS QUAN...

VAS A COMPRAR

VAS A PASSEJAR

VAS A ESTUDIAR O TREBALLAR

# Fem barri

Quin recorregut fas al barri?

Quin recorregut fas per comprar?

Quin recorregut fas per anar a treballar?



L'objectiu principal era veure i conèixer les persones que viuen al barri de la Sagrera, quins són els seus recorreguts diaris, per tal de poder veure quins són els carrers més transitats i els comerços més freqüentats.



L'activitat es va fer el 20 d'abril a la Plaça Masadas, van participar un total de 32 persones



# CONCLUSIÓ DE LA CIRCULACIÓ DE PERSONES

L'activitat es va realitzar el dia 20 d'Abril, entre les 16h i les 19h, i van participar un total de 32 persones. Totes les respostes van ser analitzades, separant les respostes segons el color corresponent a la pregunta, per tal de facilitar la lectura de cadascuna de les preguntes.

## Quin recorregut fas per anar a comprar?

Entre les respostes observem que una gran part de les compres es produeix a les grans superfícies del barri com per exemple el Mercadona, Hipercor, Bonpreu, Bon Àrea. També hem vist molt interès pel mercat de pagès que es fa els diumenges a la Plaça Masadas. De les 32 persones que van participar, 3 d'elles van comentar que intenten comprar en comerços petits i de proximitat del barri, com la fruiteria Fruita d'Or, entre d'altres.

## Quin recorregut fas quan vas a passejar?

A partir dels recorreguts marcats i les anècdotes que ens expliquen, hem observat que les zones verdes com el Parc de la Pegaso són un dels punts més habituals quan es dona una volta pel barri.

També hem observat que moltes veïnes aprofiten el viatge d'anar a comprar per a fer el seu passeig diari/setmanal.

**Quin recorregut fas quan has d'anar a treballar/estudiar?** Moltes veïnes agafen el metro a l'estació de la Sagrera per anar a treballar fora del barri. En el cas dels recorreguts de les escoles o de treballadors dins del barri, la Plaça de Masadas, el Pont del Treballador i els carrerons del nucli antic, acostumen a ser les zones de pas més recorregudes.

Aquesta activitat ens ha anat molt bé per a observar que la Sagrera és un barri residencial, molt familiar i de vida bastant activa. Durant aquell migdia i tarda vam poder observar tant a famílies amb nens al sortir de l'escola, grups de joves que tornaven de l'institut, pares i mares que anaven o tornaven de treballar i gent gran que passava l'estona a la Plaça Masadas. També hem pogut observar com la Plaça Masadas, els carrers que l'envolten i el Parc de la Pegaso, són llocs de pas molt transitats en qualsevol dels recorreguts preguntats, ja que són espais destinats als vianants i molt tranquils per a passejar també amb infants.

La Sagrera és un barri residencial, amb vida familiar activa. Podríem classificar la Plaça Masadas i els voltants del Parc de La Pegaso com a nucli del barri.





## 08 ANÈCDOTES DEL BARRI

Mentre ens anàvem impregnant de la Sagrera, ens vam anar apuntant curiositats que observàvem o ens explicaven les persones amb les que interactuàvem. Aquest seria un breu resum de les pinzellades inicials que ens vam fer del barri diferenciat per espais.

**Plaça Masadas:** Aquesta plaça té molta història, ja que, anteriorment, estava ocupada per un mercat de productes frescos on anava la gran majoria de veïns del barri a fer la compra. Les persones grans amb qui hem parlat, durant les 3 visites que hem fet al barri, ens han comentat la importància d'aquest mercat, que ha fet que avui dia aquesta plaça sigui una de les joies amagades del barri. Segons hem pogut observar, aquesta plaça està rodejada de carrers estrets, amb pocs comerços, es tracta d'una plaça porticada. A les porxadades abunden els bars i restaurants, fins i tot una escola de música i altres comerços. Això fa que aquesta plaça tingui molta vida a les tardes i els migdies, ja que molta gent va allí a passar l'estona o a jugar amb els seus fills/filles en sortir de l'escola.

**Plaça dels Jardins d'Elx** també coneguda com a Plaça de Crist Rei a causa de la Parròquia que se situa allí. És un espai obert molt ampli on podem trobar un parc infantil, una zona educativa amb taules de ping-pong i altres taules per a jugar a escacs, una zona més tranquil·la amb bancs, zones de gespa i un lateral amb terrasses de bars i restaurants. Aquesta plaça està molt a la vista, ja que queda al costat de l'Avinguda Meridiana i on es troba una de les sortides de metro de La Sagrera.

En general ens hem adonat que és un barri molt familiar amb molta presència de gent gran i també familiar. Cal dir que l'ambient que es veu als matins és molt més tranquil, amb gent passejant o passant l'estona als parcs i places. En canvi, a les tardes canvia el públic i es pot veure

més gent jove prenent alguna cosa a les terrasses dels bars, persones que surten a córrer o fer un altre tipus d'esport, i nens sortint de l'escola o activitats extraescolars.

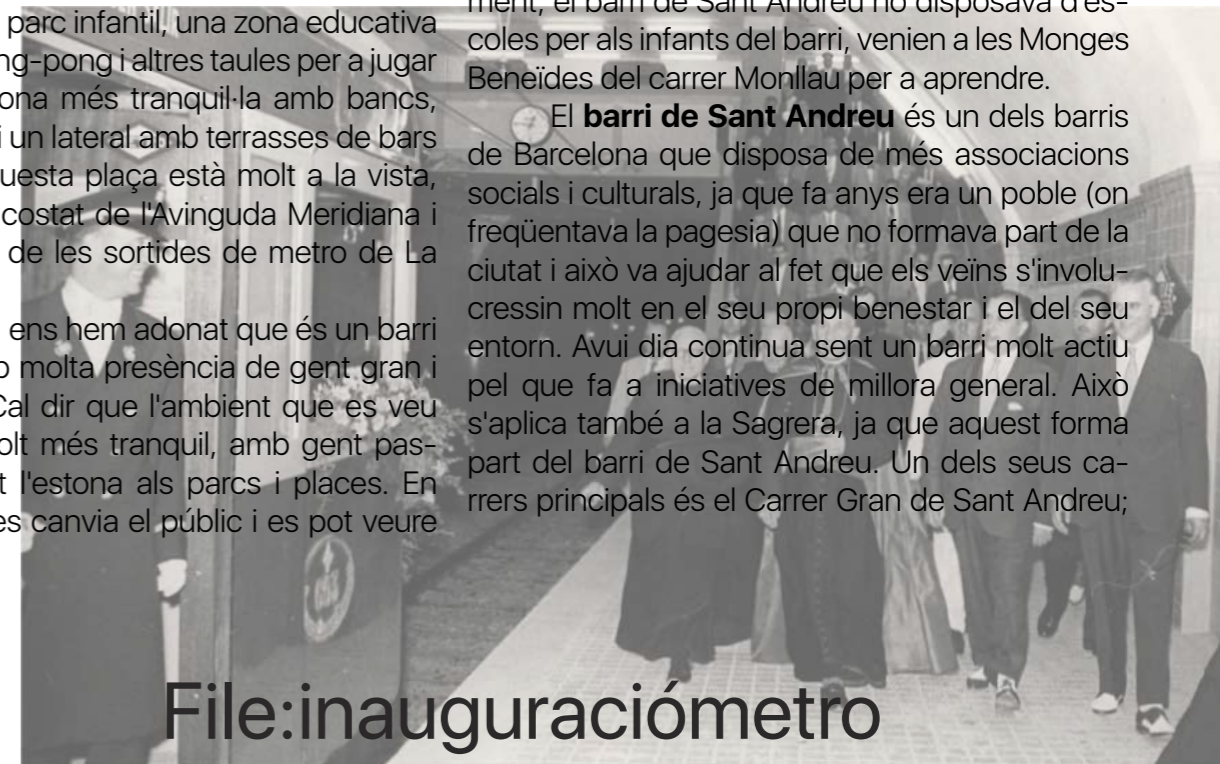
La **Plaça de l'Assemblea de Catalunya** és coneguda pels veïns del barri, com la plaça de les rates a causa de la freqüència habitual d'aquests animals. Els quatre punts programàtics de l'Assemblea de Catalunya van ser els següents: la reivindicació de llibertats socials i polítiques, una amnistia per als presos polítics de la dictadura, el restabliment a Catalunya de l'Estatut d'Autonomia de 1932 amb totes les institucions implícites, com a pas previ per a l'autodeterminació, procurar coordinar aquestes accions amb les organitzacions democràtiques de la resta de l'estat espanyol.

També ens han comentat que **el carrer Gran de la Sagrera** és un lloc bastant freqüentat pels vianants, ja que es poden trobar comerços de tota la vida, igual que al carrer Fabra i Puig.

Després d'analitzar els recorreguts dels veïns del barri i d'estar parlant amb ells, hem observat que molts d'ells aprofiten els seus moments de passejar per a anar a fer la compra o altres encàrrecs que involucrin la inversió del seu temps o diners en alguna mena de comerç.

El **carrer Monllau** és molt conegut per les escoles que hi ha, ja que, en el seu moment, van tenir un paper molt important en el barri. Antigament, el barri de Sant Andreu no disposava d'escoles per als infants del barri, venien a les Monges Beneïdes del carrer Monllau per a aprendre.

El **barri de Sant Andreu** és un dels barris de Barcelona que disposa de més associacions socials i culturals, ja que fa anys era un poble (on freqüentava la pagesia) que no formava part de la ciutat i això va ajudar al fet que els veïns s'involucressin molt en el seu propi benestar i el del seu entorn. Avui dia continua sent un barri molt actiu pel que fa a iniciatives de millora general. Això s'aplica també a la Sagrera, ja que aquest forma part del barri de Sant Andreu. Un dels seus carrers principals és el Carrer Gran de Sant Andreu;



File:inauguraciómetro  
Sagrera-Vilapicina.jpg



El **Parc de la Pegaso**, antigament estava ocupat per la fàbrica Fabra i Coats, la qual va tenir un gran impacte social entorn del feminisme i la reivindicació dels drets de les dones, ja que la gran majoria de treballadors eren dones i gràcies a elles es van començar a fer iniciatives i es van començar a prendre decisions com per exemple implementar una guarderia per als seus fills i filles en la mateixa fàbrica. Quan la fàbrica va fer fallida, es va utilitzar l'espai per a crear una zona verda que, actualment, serveix com a lloc de descans i passeig per part dels veïns del barri.



File: Pegaso-industrial.jpg

una continuació del Carrer Gran de la Sagrera que unifica els dos barris.

Segons els veïns, l'**Avinguda Meridiana** va causar un gran canvi per a l'organització del barri des del punt de vista de l'urbanisme de la ciutat. Va ser un canvi positiu, ja que va començar a augmentar el trànsit de vehicles i això va donar visibilitat al barri en si. Per desgràcia, l'any 1986, va tenir lloc l'atemptat en el centre comercial Hiperpor de la Meridiana, que va causar 21 morts i va generar molta por durant un temps.

**Plaça del Congrés Eucarístic** en honor al 35è Congrés Eucarístic de l'any 1952 que va ocupar la ciutat de Barcelona. Aquest esdeveniment consistia en una setmana en la qual Barcelona va obrir les portes per a adorar al Jesús en Santa Eucaristia.

## 09 PARLEM AMB LA SAGRERA

Amb l'objectiu de poder conèixer millor la Sagrera i la seva història, vam decidir entrevistar a diferents persones vinculades als comerços de la Sagrera, per això es va parlar amb una veïna jove del barri; comerciants associats al SAAC; sent el president i la vicepresidenta de l'associació dos d'ells; la dinamitzadora del SAAC, per a tenir un punt de vista diferent sobre el comerç local del barri; i càrrecs relacionats amb el comerç de proximitat del Districte de Sant Andreu.



A l'annex podeu llegir les 10 entrevistes que vam fer durant les primeres setmanes des de l'inici del projecte. A la següent pàgina podeu trobar les conclusions extretes després de tot l'après i analitzat.

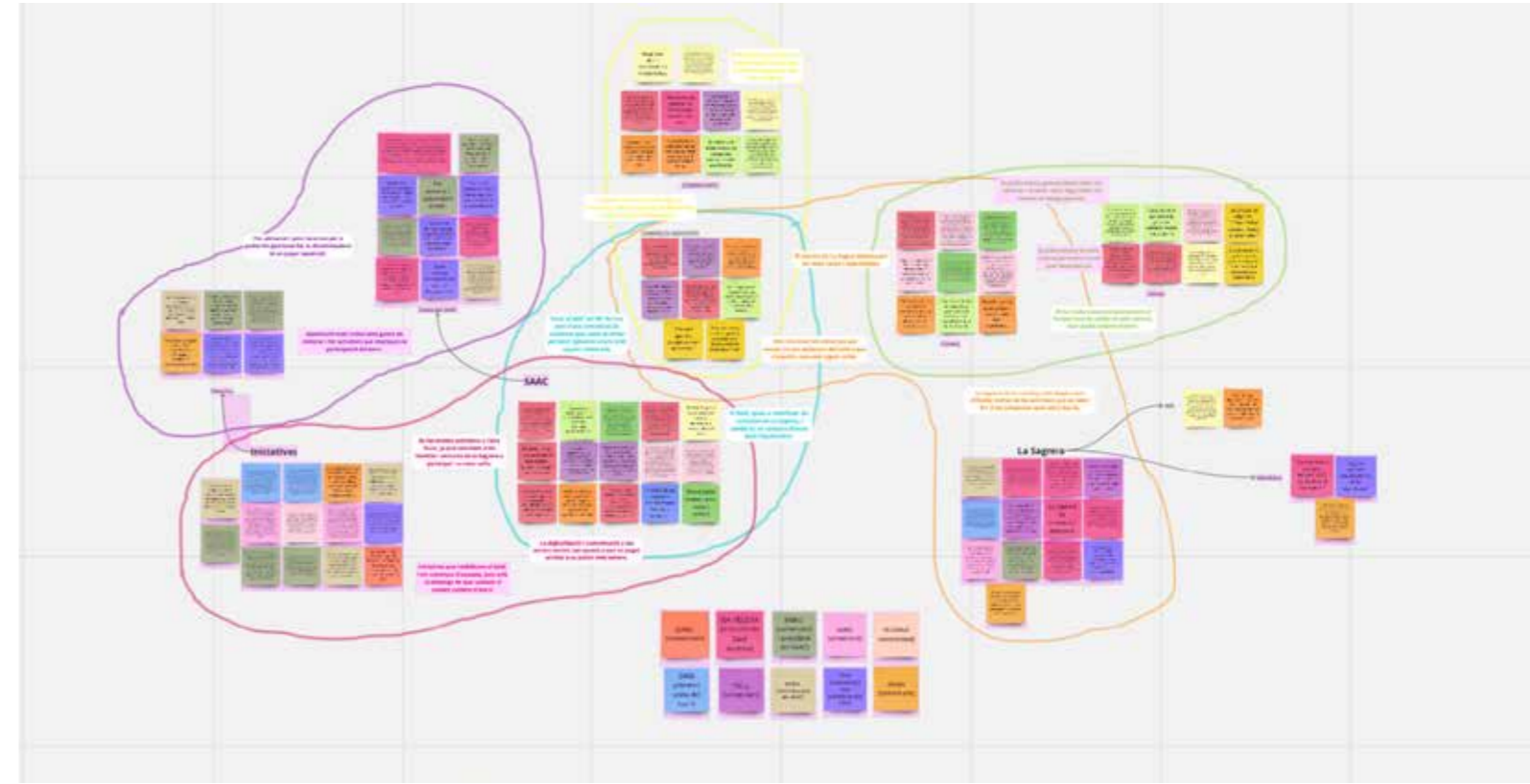
# CONCLUSIÓ DE LES ENTREVISTES

Totes les entrevistes van ser analitzades de forma individual a través d'un mapa mental o *mindmap*, utilitzant la plataforma digital MIRO, on creem una jerarquia de colors per diferenciar cada entrevistat amb un color diferent, aquí afegim notes amb informació rellevant i frases anecdòtiques de cada entrevistat.

Una vegada fet el procés per sintetitzar la informació de cadascuna de les 10 entrevistes, rellegim totes les notes i les agrupem en temes o àmbits, d'aquesta manera acabem generant un esquema amb agrupacions formades per notes de diferents colors, on podem veure la visió de diferents persones de cada tema o àmbit tractat.

Finalment, com es pot observar en les imatges, generem vincles entre categories a partir dels quals obtenim els següents *insights*, que sintetitzen les nostres conclusions:

Hi ha molta conscienciació envers el fet que hem de tenir cura del petit comerç, ja que protegint-lo, protegim el barri.



1. Iniciatives que visibilitzen el SAAC i els seus comerços per promoure el missatge que cuidant el comerç cuidem el barri.
2. La digitalització i comunicació a les xarxes socials, han ajudat a arribar a un públic més extens.
3. Es fan moltes activitats a l'aire lliure, ja que conviden a les famílies i veïns/es de La Sagrera a participar i a crear caliu.
4. El SAAC ajuda a visibilitzar els comerços de La Sagrera, i també és un contacte directe amb l'Ajuntament.
5. Estar al SAAC vol dir formar part d'una comunitat de comerços que volen el millor pel barri i generen vincle amb aquest i entre ells.
6. Associació molt activa amb ganes de millorar i fer activitats que impliquin la participació del barri.
7. Poc personal i pocs recursos per a poder-ho gestionar bé, la dinamitzadora té un paper essencial.
8. S'ajuden entre ells quan algú ho necessita, utilitzen un grup de WhatsApp com a eina de comunicació.
9. Hi ha molts associats, però la participació és bastant escassa i sempre participen els mateixos.
10. Hem d'animar els comerços que encara no formen part de SAAC a que s'associïn. Quants més siguem, millor.
11. El comerç de La Sagrera destaca per ser molt variat i especialitzat.
12. La Sagrera té un comerç no concentrat uns sols carrers, cosa que dificulta moltes de les activitats que es volen fer, si ho comparem amb altres barris.
13. El petit comerç genera vincle entre els veïns/es i el barri, dona seguretat i millora la imatge del barri en general.
14. El petit comerç és molt valorat pel tracte humà que l'acompanya.

54 Objectius,  
#dissenyemcomerç.

56 Descripció i  
funcionament de  
l'acció, *user journey*.

60 Desenvolupament,  
des del nostre punt de  
vista.

64 Informació recollida.

66 Síntesi i conclusions  
generals.

# Acció: Sagrarenc/a de l'any





File: Clau-posant  
-vinils-24/7.jpg

## 01 OBJECTIUS

Després d'un mes treballant en la ideació del projecte, el dijous 27 de maig, entre les tres i les set de la tarda, es va dur a terme una primera acció anomenada "Sagrerenc/a de l'any".

Aquesta acció tenia un objectiu doble.

D'una banda, donar a conèixer el projecte Dissenyem comerç al veïnat, de l'altra, parlar amb els veïns i veïnes, saber què pensen, què valoren del seu barri, què troben a faltar o què creuen que és millorable.

Tot i que es tracta d'impulsar el comerç local de proximitat, entenem que el marc de treball és l'espai públic, el lloc on els veïns i les veïnes es senten membres d'una mateixa comunitat.

File: Plaça-  
Masadas1953.jpg



L'acció es va anunciar durant la setmana prèvia a través de cartells que es van penjar als aparadors dels establiments del barri, per tal de generar curiositat entre veïns i veïnes i, a través de les xarxes socials, mitjançant el hashtag *#dissenyemcomerç* i utilitzant el compte oficial del SAAC, d'Instagram, per a fer publicacions per difondre l'acció.

Imatge: Centre  
de Documentació  
La Sagrera.



Imatges de la comunicació de l'acció.

L'estructura estava formada per dos marcs de fusta. Un d'ells amb un plafó opac de doble cara i rotatori que, per una banda, funcionava com a suro per a que els participants pengessin les seves respostes i, per l'altra banda, un gran mirall amb la frase "Sagrerencs i Sagrerenques de l'any", per a donar èmfasi a que tots som el/la Sagrerenc/a de l'any si comprem al comerç local. L'altre plafó contenia 3 panells que es podien fixar en diferents posicions per tal de crear més superfícies de suro o estanteries, en dos d'ells s'indicava el nom de l'acció i els logotips de les institucions implicades en el projecte.

## 02 DESCRIPCIÓ I FUNCIONAMENT DE L'ACCIÓ

Durant els dies previs a l'acció, es van instal·lar 37 miralls als aparadors de comerços del SAAC, on hi havia escrit el nom de l'acció, els detalls de la data i el lloc on es duria a terme. D'aquesta manera, els veïns i les veïnes de la Sagrera, mentre passejaven o compraven pel barri, s'anaven trobant aquests miralls on s'hi veien reflectits. Es tractava de despertar l'interès del barri i, donar pistes a través del hashtag #dissenyemcomerç, a través del qual es podia trobar informació a les xarxes socials.

A banda de despertar interès, el mirall tenia un significat precís. En la mesura que tots som barri i que per tant, el projecte no tindria sentit sense la participació del veïnat, el cartell-mirall incloïa la presència dels

veïns quan se'l miraven. A més, es generava misteri al voltant de l'acció proposada i es difonia, sense avançar massa detalls per no desactivar el factor sorpresa, l'existència del projecte.

El 27 de maig, els veïns i veïnes del barri es van trobar a la plaça Masadas una estructura mòbil i a l'equip d'estudiants que dinamitza l'activitat. La col·locació d'aquest element a la plaça va generar curiositat i va facilitar la participació de les persones que s'hi trobaven o creuaven la plaça. Vam col·locar l'estructura a la cantonada més propera al carrer Monlau amb carrer del Coll, sota l'ombra dels pruners vermells de la plaça, ja que era un dia de sol i calor.



L'equip de dinamització explicava el funcionament de l'activitat a les persones interessades, parlant sobre el barri i els seus comerços, facilitant una conversa mitjançant 5 targetes que formulaven preguntes sobre la seva relació amb el comerç de proximitat:

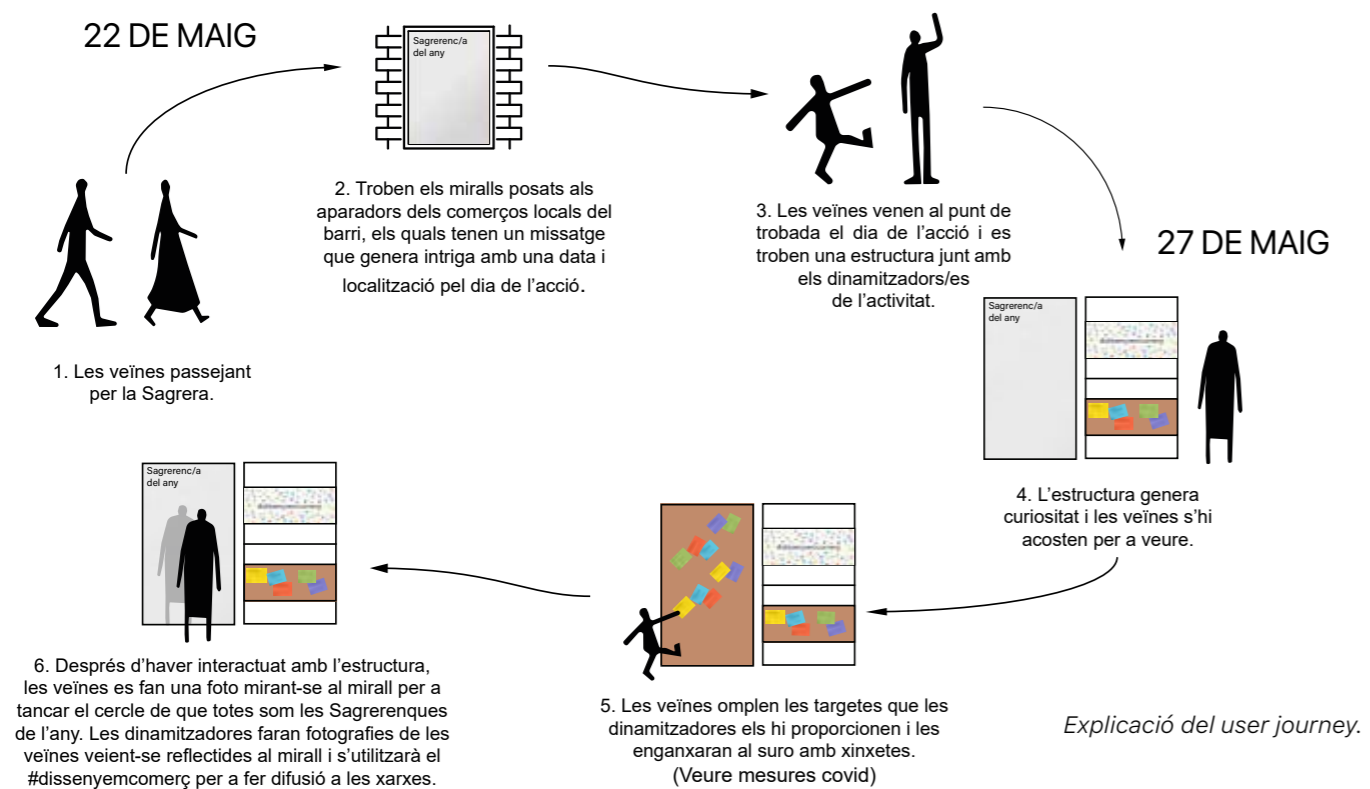
"Del comerç local milloraria aspectes com..."

"Per a mi, el comerç local és sinònim de..."

"El que més valoro d'un comerç local és... km 0 – qualitat – varietat – prod. Artesanal – tracte – preu - ..."

"Compro a ... per ..."

"A la Sagrera trobo a faltar comerços com..."



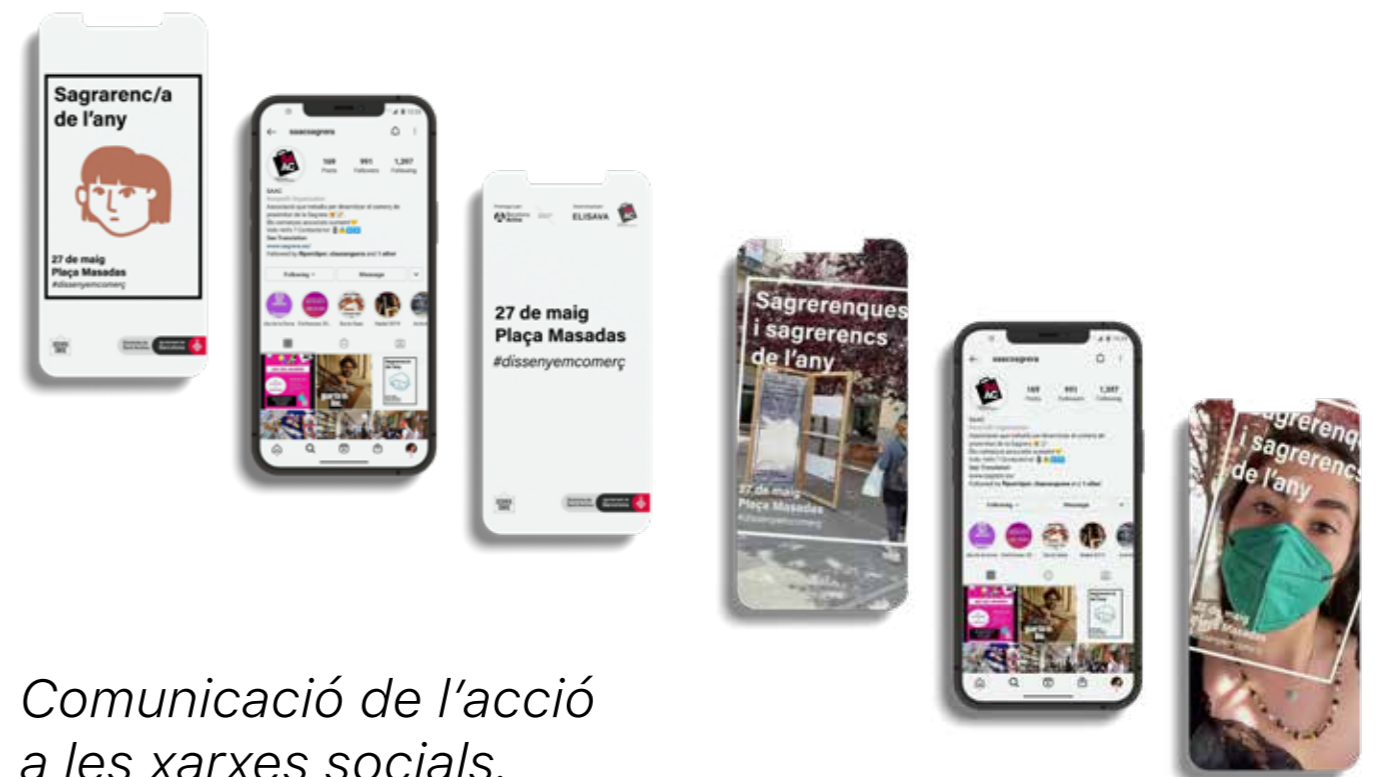
Finalment, totes les veïnes i veïns que ho volguessin, podien fotografiar-se en el reflex del cartell-mirall com a Sagrerenques i Sagrerenques de l'any i pujar les imatges a les xarxes socials per a difondre el projecte més enllà dels límits físics del barri.



Estructura amb les 135 respostes.



Després de respondre les preguntes, els participants enganxaven les targetes de colors als suros de l'estructura. Per promoure la participació també dels infants, l'equip de dinamització va oferir unes targetes en paper reflectant que contenien il·lustracions de cares, d'aquesta manera es podien emportar un record de l'acció.



Comunicació de l'acció a les xarxes socials.

Filtre d'Instagram.

### 03 DESENVOLUPAMENT

Per tal de trencar el gel i iniciar la participació dels veïns i veïnes, l'equip es va distribuir per la plaça per començar a parlar amb les persones que la creuaven. L'inici de l'activitat va ser tranquil, ja que no hi havia massa gent al carrer. Tocades les cinc, després de la sortida de les escoles, la plaça es va omplir de famílies amb nens, grups d'amics, gent que anava o tornava de la feina, de fer la compra... L'alt grau de participació ens va sorprendre molt positivament. Vam obtenir respostes de totes les edats, des dels més petits que aprofitaven i dibuixaven a les targetes i després les enganxaven al suro, als més grans que ens donaven conversa i ens explicaven anècdotes del barri. També es van apropar personalitats del Districte i de l'Ajuntament que també van dir la seva.



Podem dir que l'elecció de la Plaça Masadas va ser una decisió molt encertada, ja que vam obtenir un total de **135 respostes** de persones diferents que ens van parlar de les seves experiències i opinions sobre el comerç del barri.



L'objectiu era donar a conèixer el projecte i recollir informació de l'opinió del comerç local, es van recollir 135 respostes.



## 04 INFORMACIÓ RECOLLIDA

Després de l'acció vam ordenar les targetes i vam analitzar les respostes. Les preguntes que van obtenir més respostes van ser aquelles que plantejaven respostes tancades (60) i també aquelles que convidaven a completar una frase (40). En canvi, la pregunta que va rebre menys respostes (14) va ser la que feia referència a les possibles millores del comerç de proximitat a la Sagrera.

Estem satisfets del resultat obtingut, per l'alta participació, per l'interès generat i pel grau de conscienciació al voltant del comerç de proximitat. A continuació es detallen els resultats de les targetes de colors repartides, amb un total de 5 preguntes diferents:

Respecte a la pregunta "Del comerç local milloraria aspectes com..." (targeta de color lila) vam obtenir 14 respostes, de les quals les més repetides es refereixen a l'actualització, la varietat, la sostenibilitat, la qualitat i la quantitat de comerços de proximitat.

Sobre la pregunta "Per a mi, el comerç local és sinònim de..." (targeta de color vermell) tenim 40 respostes, 11 de les quals fan referència al tracte proper, 10 a la proximitat i 7 a la qualitat.

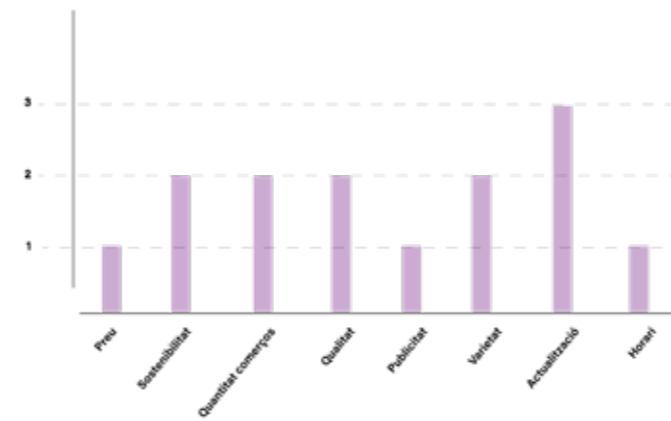
En relació a la pregunta "El que més valoro d'un comerç local és..." (targeta de color blau) on es responia escollir una resposta tancada o escriure'n una, vam recollir 60 respostes, 16 de les quals mencionen l'atenció al client, 12 a la proximitat, 10 producte artesanal i 10 qualitat.

En relació a la pregunta "Compro a... per..." vam rebre un total de 54 respostes molt variades de les quals hem pogut extraure les següents conclusions.

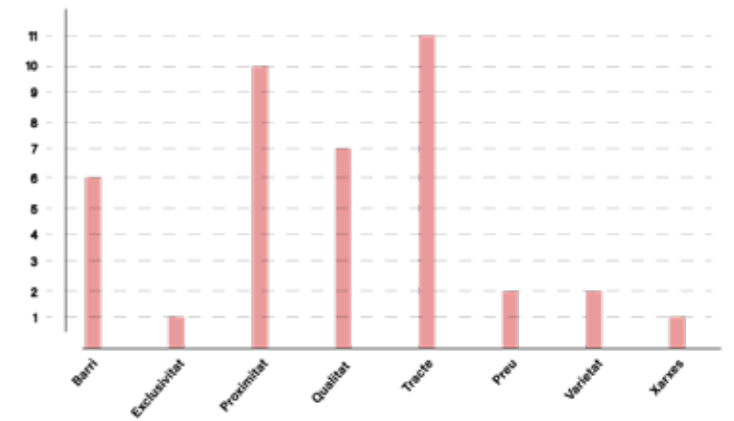
En primer lloc, hem pogut veure que les veïnes del barri donen més suport al comerç local que a les grans superfícies, però sense que hi hagi tampoc una gran diferència. No obstant, si només extraiem els comerços d'alimentació, veiem una igualtat total en el percentatge de mencions. El comerç més mencionat durant el transcurs de l'acció va ser el Forn Martí de Molins seguit de tres grans comerços com Bon Preu, Mercadona i Consum. Una observació interessant és que allà on el comerç local es fa més fort, és en la venda de productes més artesanals, difícils de trobar en les grans superfícies.

De fet, quan preguntàvem per les raons per les quals compraven al comerç mencionat, la resposta generalment feia menció a la qualitat del productes. Valors més específics del comerç local, segons les respostes obtingudes, eren el tracte, l'ecologia, i els productes per a vegetarians (o opcions de compra menys majoritaries). Per contra, la comoditat de disposar dels comerços oberts al migdia, era un valor que només es mencionava en relació als grans espais.

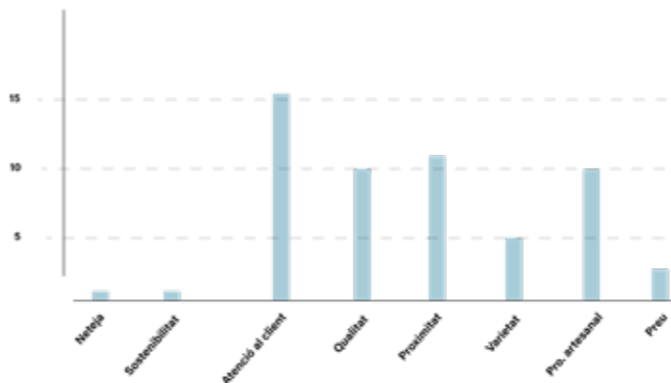
Per últim, la frase "A la Sagrera trobo a faltar comerços com..." (targeta de color groc) tenim 27 respostes que finalitzen la fase, 5 es refereixen a àrees o comerços de joc infantil, 3 a roba, i 2 a establiments culturals.



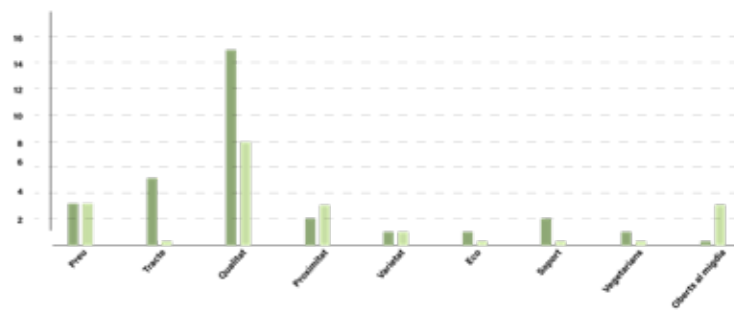
Gràfic de "Del comerç local milloraria aspectes com..."



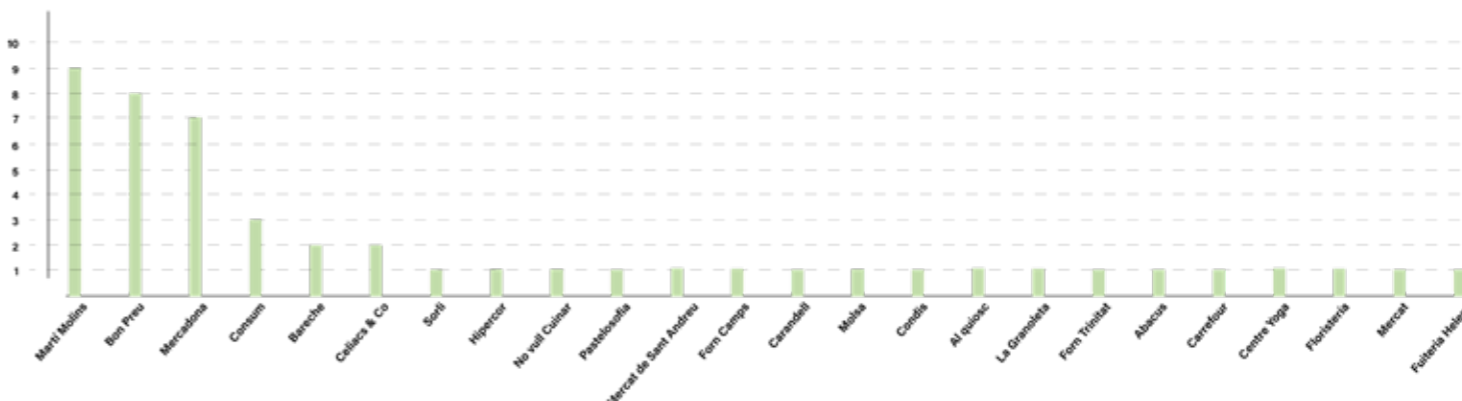
Gràfic de "Per a mi, el comerç local és sinònim de..."



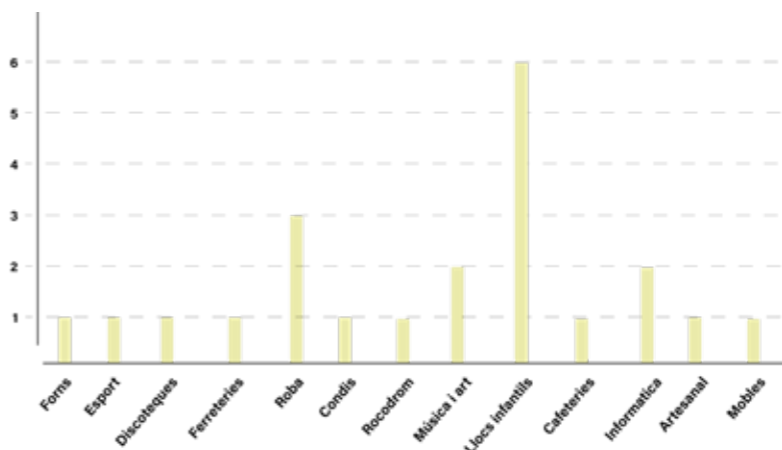
Gràfic de "El que més valoro d'un comerç local és..."



Gràfic de "Compro a... per..."



Gràfic de "Compro a... per..."



Gràfic de "A la Sagrera, trobo a faltar comerços com..."

## 05 SÍNTESIS I CONCLUSIONS GENERALS

Vam percebre clarament la preocupació dels participants per la sostenibilitat, la varietat i l'actualització dels comerços del barri de la Sagrera. Entre els aspectes que més valoren veïns i veïnes hi ha el tracte proper, la proximitat i la qualitat dels productes. L'atenció al client és el factor més valorat.

Els participants també van expressar que trobaven a faltar a la Sagrera comerços de jocs infantils, roba i cultura. Tenint en compte la quantitat d'activitats culturals que es fan al barri, i iniciatives com les de la NauBostik, la Nau Ivanow, la Torre de la Sagrera; a més de l'existència d'escoles de música com BCN Fusió, entenem que hi ha un interès generalitzat per comerços i activitats culturals.

File: Nau-  
Bostik2021.jpg



File:  
trabajadores-  
LaPegaso.jpg

Després d'aquesta acció i amb tot el que vam aprendre del barri, vam iniciar el procés de disseny de la sessió de co-disseny.

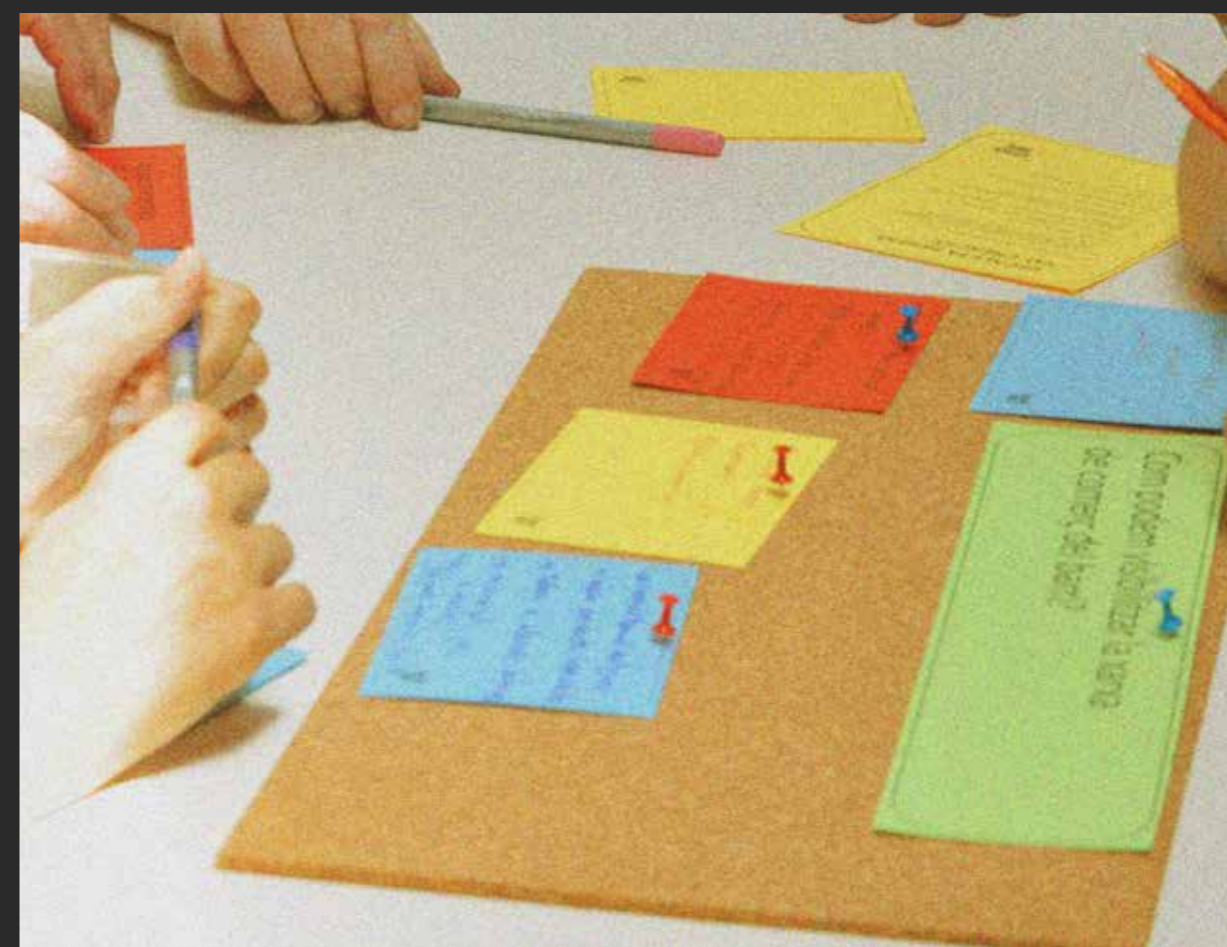
A més d'assimilar i sintetitzar tota la informació recollida, calia pautar i dissenyar la sessió de co-disseny del 9 de juny. Un cop consensuat el dia i la hora amb els participants, vam visitar l'espai de torre de la Sagrera per conèixer els requeriments i les possibilitats de l'espai, a fi i efecte de preveure possibles dinàmiques durant la sessió.

70 Descripció.

73 Dinàmica de la sessió,  
quin n'ha estat el seu  
funcionament?

76 Conclusions.

# Co-creació: Sessió amb comerciants



## 01 DESCRIPCIÓ

Tal com indica el nom, l'objectiu d'aquesta sessió era generar idees a partir de la col·laboració entre els diferents agents implicats en el projecte. És una pràctica que parteix de la base que tots som creatius i que el disseny és una activitat congènita a l'ésser humà. A més, el co-disseny és especialment interessant en la mesura que inclou punts de vista diferents que amplien i enriqueixen la visió del dissenyador professional sobre un aspecte en concret. És per tot això que per a la sessió del 9 de juny a la Torre de la Segrera, es va convocar a membres del Districte, del Dhub i de l'equip format per el SAAC i Elisava.

La sessió va començar entregant un *tool-kit* als participants amb tot el material necessari, aplicant el protocol covid per evitar al màxim l'intercanvi d'objectes. Els participants es van distribuir en quatre grups de treball, cadascun format per unes tres o quatre persones. Es buscava l'heterogeneïtat per fomentar al màxim l'intercanvi d'idees. Els membres de l'equip d'Elisava ens vam distribuir en parelles pels diferents grups per dinamitzar el debat.

Un cop organitzats, el primer que vam fer va ser plantejar una pregunta per "trencar el gel": es demanava a tots participants que expliquessin (1) quin és el seu producte preferit de tot el que compren a la Segrera i (2) quin és el producte preferit que compren fora de la Segrera. Les respostes es van compartir en veu alta i també van quedar reflectides en un plànol conjunt.

Trencant el gel.

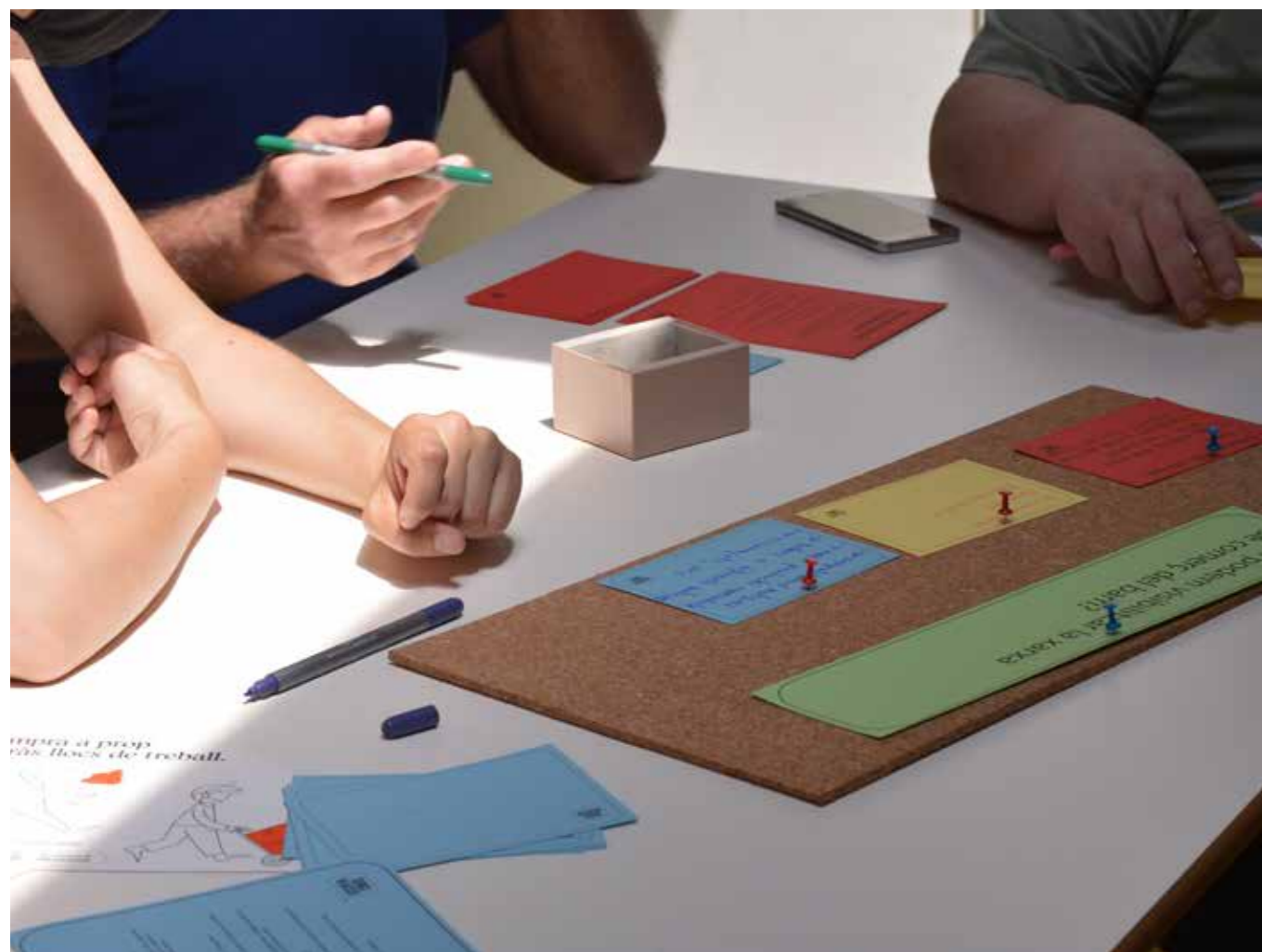


## File: Torre-de-la-Sagrera-2021.jpg

La segona part de la sessió es va centrar en generar propostes al voltant de diverses preguntes generades a partir dels insights obtinguts a la pregunta anterior. Les 7 preguntes que van estructurar aquest apartat són les següents:

- Com podem visibilitzar la xarxa de comerços del barri?*
- Com podem reforçar un vincle de confiança entre veïns i comerciants?*
- Com podem cohesionar la relació entre els comerciants?*
- Què pot oferir el comerç local als joves?*
- Com podem augmentar la implicació dels associats a les activitats del SAAC?*
- Com podem atreure persones d'altres barris a la Segrera?*
- Quin podria ser el tret distintiu del comerç de la Segrera?*

Cada grup va completar dues rondes on generar idees sense cap mena de restriccions per no coartar la imaginació de ningú. Una tercera ronda va consistir a desenvolupar les idees més destacades sorgides en les dues rondes anteriors. Per acabar, es van posar en comú les idees desenvolupades i es van debatre. Aquesta posada en comú va ser molt interessant en la mesura que van poder establir vincles entre les diferents propostes i generar-ne de noves combinant aspectes positius de propostes diferents.



Co-crear entre comerciants i dissenyadores per plantejar les possibles propostes, des de les comerciants i per a les comerciants.

## 02 DINÀMICA



Per garantir una sessió dinàmica, va ser important, abans de la sessió planificar el temps i dissenyar una escaleta que ens marqués els passos a seguir:

## ESCALETA SESSIÓ CO-CREACIÓ:

- 5' Breu presentació sobre la dinàmica de la sessió.
- 15' Trenquem el gel amb la interacció amb el mapa i les preguntes:  
Quin és el teu producte preferit que compres a la Sagrera?  
Quin és el teu producte preferit que compres fora de la Sagrera?
- 2' En què consisteix un diàleg mut?
- 5' Divisió de grups i escollir una de les 7 preguntes.
- 10' Primera ronda. Contestar individualment la pregunta escollida per cada grup.
- 10' Segona ronda. Llegir les 7 preguntes altra vegada, escollir-ne una altra i contestar-la com a la primera ronda.
- 2' Què és un brainstorming?
- 15' Tercera ronda. Pluja d'idees en relació a les respostes de les preguntes.
- 10' Votacions de les propostes de la tercera ronda.
- 5' - 10' Tancament de la sessió.



A partir del material generat en la sessió de co-disseny, vam desenvolupar onze propostes que incloïen aspectes sorgits al llarg de la sessió; idees que tant responien als aspectes de la coordinació interior dels comerciants del SAAC com a la forma de comunicar-se amb els veïns. La finalitat principal, com ja s'ha apuntat abans, era potenciar la presència del SAAC, fomentar el comerç local i transmetre la seva rellevància com a agent de cohesió social en la vida del barri.

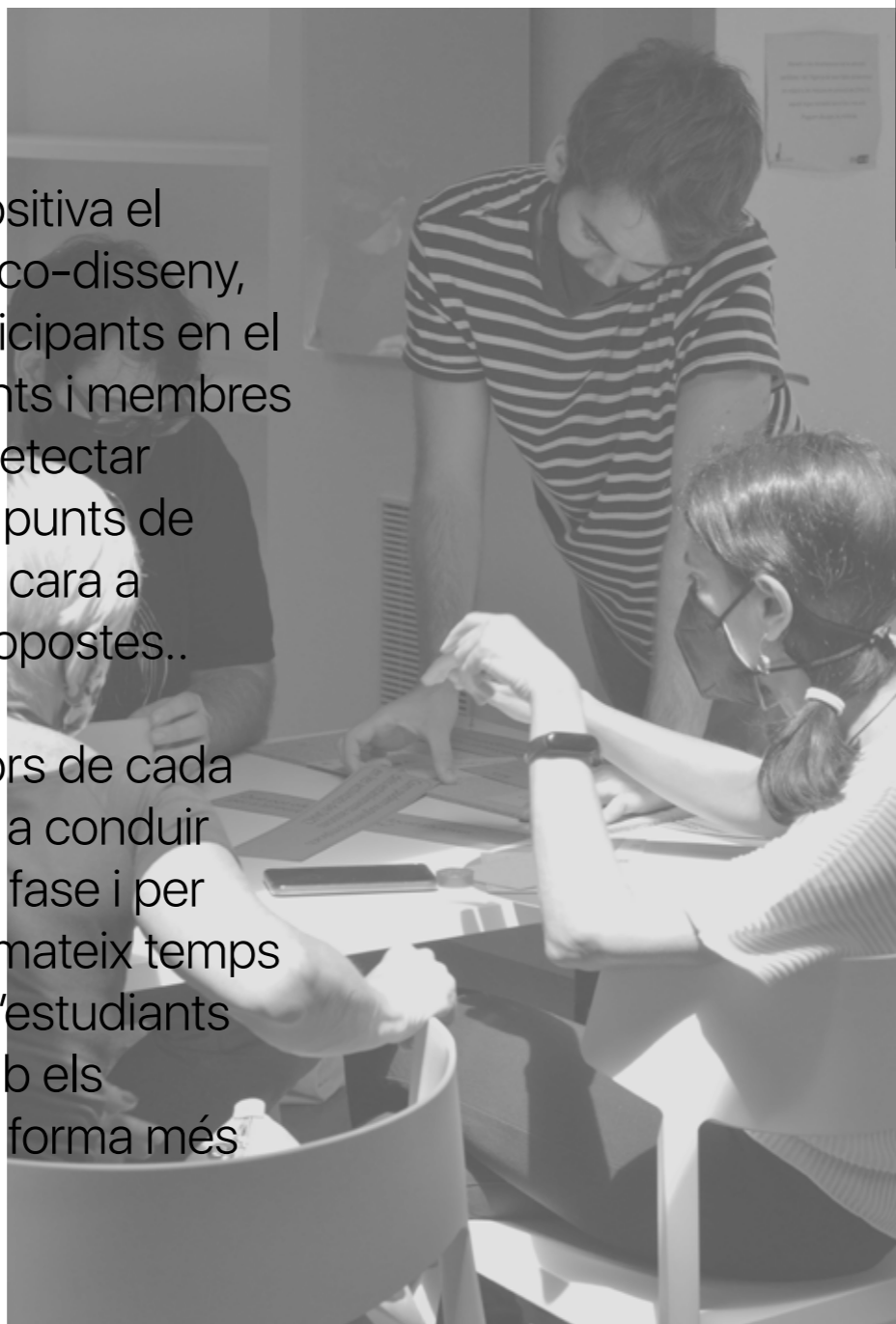


File: Ramon-Co-dissenyant.jpg

### 03 CONCLUSIONS

Valorem de forma molt positiva el transcurs de la sessió de co-disseny, per la implicació dels participants en el debat, comerciants, agents i membres de l'equip implicat. Vam detectar una varietat saludable de punts de vista, molt estimulants de cara a desenvolupar les onze propostes..

El paper dels dinamitzadors de cada grup va ser important per a conduir la sessió respectant cada fase i per evitar els punts morts. Al mateix temps va permetre que l'equip d'estudiants treballés colze a colze amb els comerciants i assumís de forma més



CO-CREACIÓ



File: Sessió-de-Co-Disseny.jpg

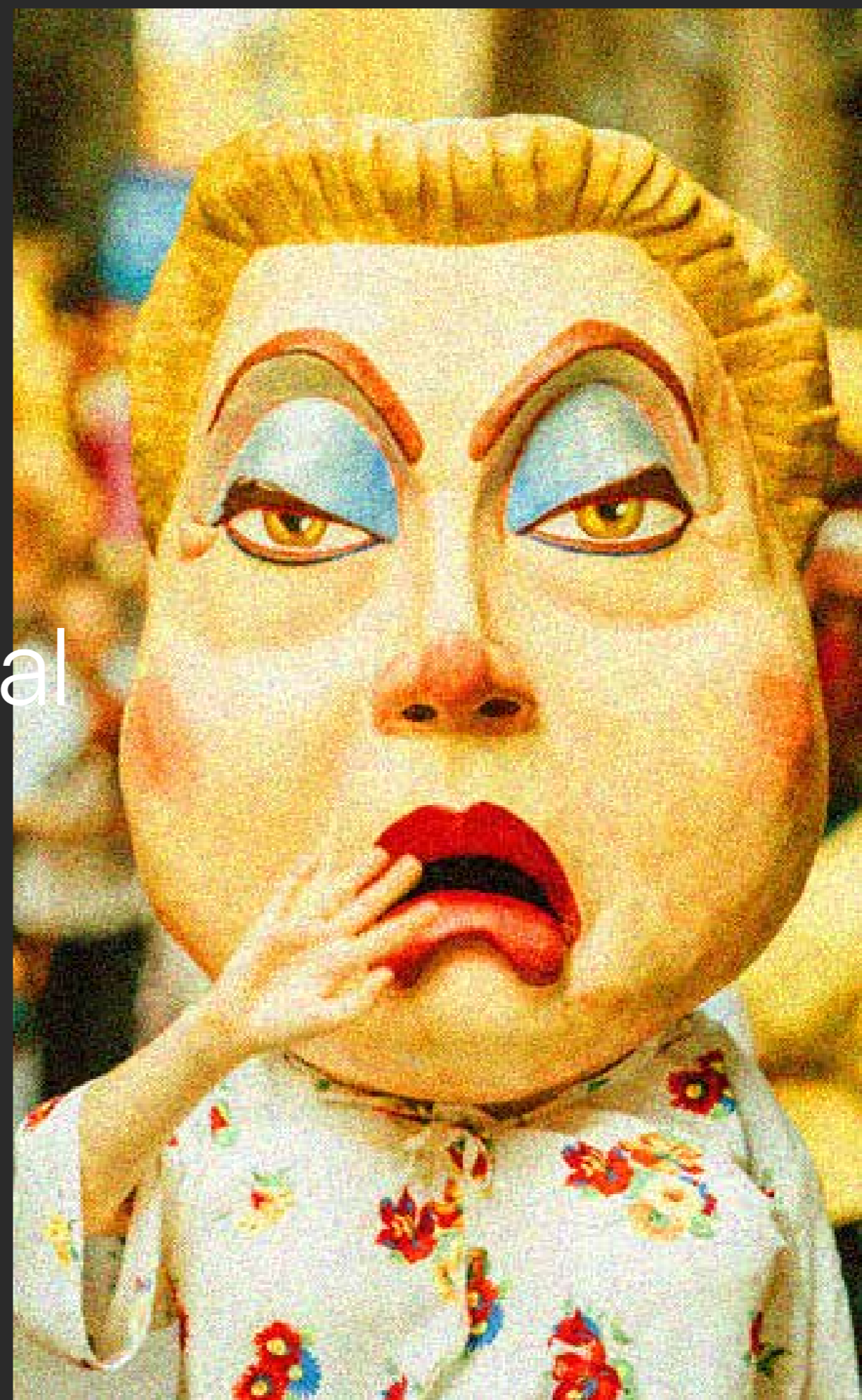
experiencial les seves preocupacions i desitjos. El paper dels dinamitzadors també va ser important de cara a gestionar un temps limitat.

Després de la sessió ens vam reunir per intercanviar observacions i sintetitzar totes les idees sorgides al llarg de la sessió, amb la mirada ja posada en el desenvolupament de les onze futures idees.

80 **Les 11 propostes,**  
des d'un capgròs a un  
espai de trobada.

106 **Conclusions  
i agraïments.**

# Propostes: impulsar el comerç local





## 01 LES 11 PROPOSTES

Per a concloure aquests tres mesos de treball, hem desenvolupat onze propostes que responen a les inquietuds sorgides en aquest procés amb els veïns i comerciants que han participat.

Les propostes articulen diversos sectors cabdals per a la vida urbana com són l'economia, l'educació i la cultura, es tracta de propostes creatives que volen potenciar i activar la xarxa de suport mutu que caracteritza el teixit de proximitat.

Aquestes propostes provenen de l'anàlisi de les respostes tant de veïns com comerciants a l'acció i a la sessió de co-disseny respectivament.

Aquestes han inspirat posteriors sessions de brainstorming de l'equip per tal de relacionar els diferents conceptes sorgits i d'aquí treure propostes per als reptes que se'ns va presentar.

**Proposta 1.** Capgròs del SAAC.

**Proposta 2.** Premi al comerciant de l'any.

**Proposta 3.** Benvinguda al SAAC: El llibre que creix amb tu i els teus.

**Proposta 4.** Mapa del comerç de la Sagrera.

**Proposta 5.** El comerç hi és sempre.

**Proposta 6.** Banc del temps.

**Proposta 7.** Vermuts estacionals a la Sagrera.

**Proposta 8.** Mostra de cinema.

**Proposta 9.** Ruta de parcs singulars de la ciutat.

**Proposta 10.** El SAAC a l'intercanviador de metro de la Sagrera.

**Proposta 11.** Vine a jugar a l'aire lliure amb les teves veïnes.



**Què?** A través d'un concurs, els nens i nenes de la Sagrera dissenyaran cada any un nou capgròs dedicat al Sagrerenca/a de l'any. Al llarg del temps, la col·lecció de capgrossos distingits pel SAAC s'enriquirà amb la incorporació de noves figures que, a més d'aportar color i alegria a les festes i celebracions populars del barri, a més d'estimular la creativitat de nens i nenes, donarà a conèixer l'associació.

**Qui i com?** El projecte compta amb la participació de les escoles de la Sagrera, que fomentaran i tutoritzaran la participació dels nens i nenes en el concurs. A més, es comptarà amb la participació d'altres entitats del barri com Drac, Diables i Gegants de la Sagrera. El SAAC buscaria algun taller dedicat a la construcció de gegants i capgrossos, si és local millor, per convertir en realitat el dibuix seleccionat.

El procediment seria el següent:

1. El SAAC organitzarà una sessió informativa a les escoles. Explicarà els objectius del concurs i facilitarà una plantilla comuna on cada nen i nena haurà de dibuixar la seva proposta, durant una activitat duta a terme a l'escola.
2. Es farà una exposició amb tots els dibuixos presentats en algun dels espais

emblemàtics del barri (per exemple, la Torre de la Sagrera). Les propostes també es penjaran en un espai virtual per a que les pugui veure tothom. Un jurat configurat especialment per a l'ocasió, seleccionarà el millor dibuix. Un dels vots, serà el vot popular, sorgit dels vot virtual dels veïns.

3. Un taller professional convertirà el dibuix seleccionat en un capgròs real. Comptarà amb la participació del nen o nena seleccionat que dirà la seva i, al mateix temps, viurà en directe el procés de fabricació d'un capgròs.

4. A la festa majors de la Sagrera, el nou capgròs serà presentat.

**Quan?** El SAAC hauria d'establir una periodicitat (anual, biannual, trienal) adequada a les possibilitats de tothom. Sigui quina sigui, recomanem que sigui regular. És més fàcil comunicar-ho i gestionar-ho.

**On?** Les escoles tutoritzaran als nens i nens dins les seves activitats escolars. Els mestres faran de pont entre el SAAC i els nens i nenes que hi participen. Es pot aprofitar l'activitat per potenciar les habilitats artístiques i per fer pedagogia sobre el barri, la importància del comerç de proximitats i els valors de la Sagrera.

## PREMI AL COMERCIANT DE L'ANY **PROPOSTA 2**



**Què?** Més enllà dels serveis concrets del seu comerç, el tràfec del dia a dia sovint ens impedeix ser conscients de tots aquells efectes positius que la feina dels comerciants té sobre aquells que els envolten: una conversa que t'alegra el matí, fer-te sentir especial, un bon consell, unes indicacions, vetllar per l'espai públic. El premi al comerciant de l'any és una forma de distingir als comerciants per la seva implicació en fer millor la vida al barri.

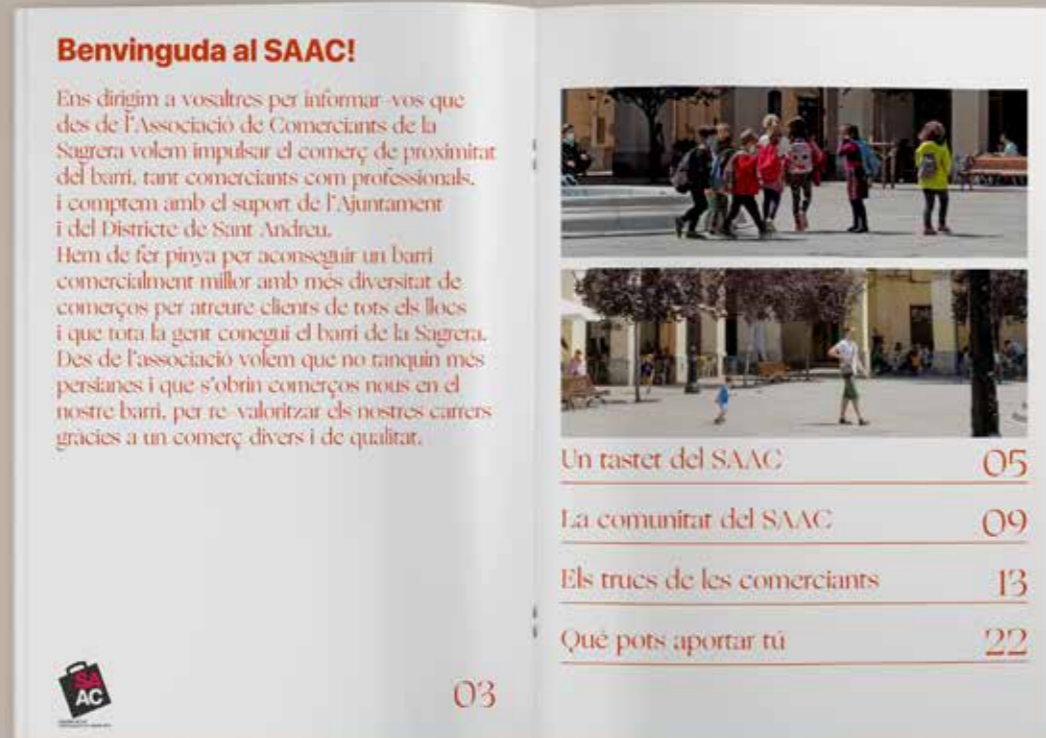
**Qui?** No es tracta tant de premiar un establiment com les persones que hi treballen per valorar, justament, tots aquells intangibles que van més enllà de la feina. Al mateix temps, el premi, atorgat pel SAAC, a més de donar a conèixer l'associació i captar nous establiments, potencia i reconeix el valor social del comerç local.

**Com?** Un cop a l'any, la junta del SAAC atorga el premi al comerciant de l'any. El premiat rep un trofeu. La forma d'aquest trofeu s'inspira en el capgròs de l'any i hi apareix ben clar el nom del premiat, el nom del premi i el logo del SAAC com a promotora de la distinció. El premi només es podria donar una vegada per comerciant, per fomentar la rotació i visibilitat del conjunt d'establiments.

**Quan?** Anualment.

# BENVINGUDA AL SAAC: EL LLIBRE QUE CREIX AMB TU I ELS TEUS

## PROPOSTA 3



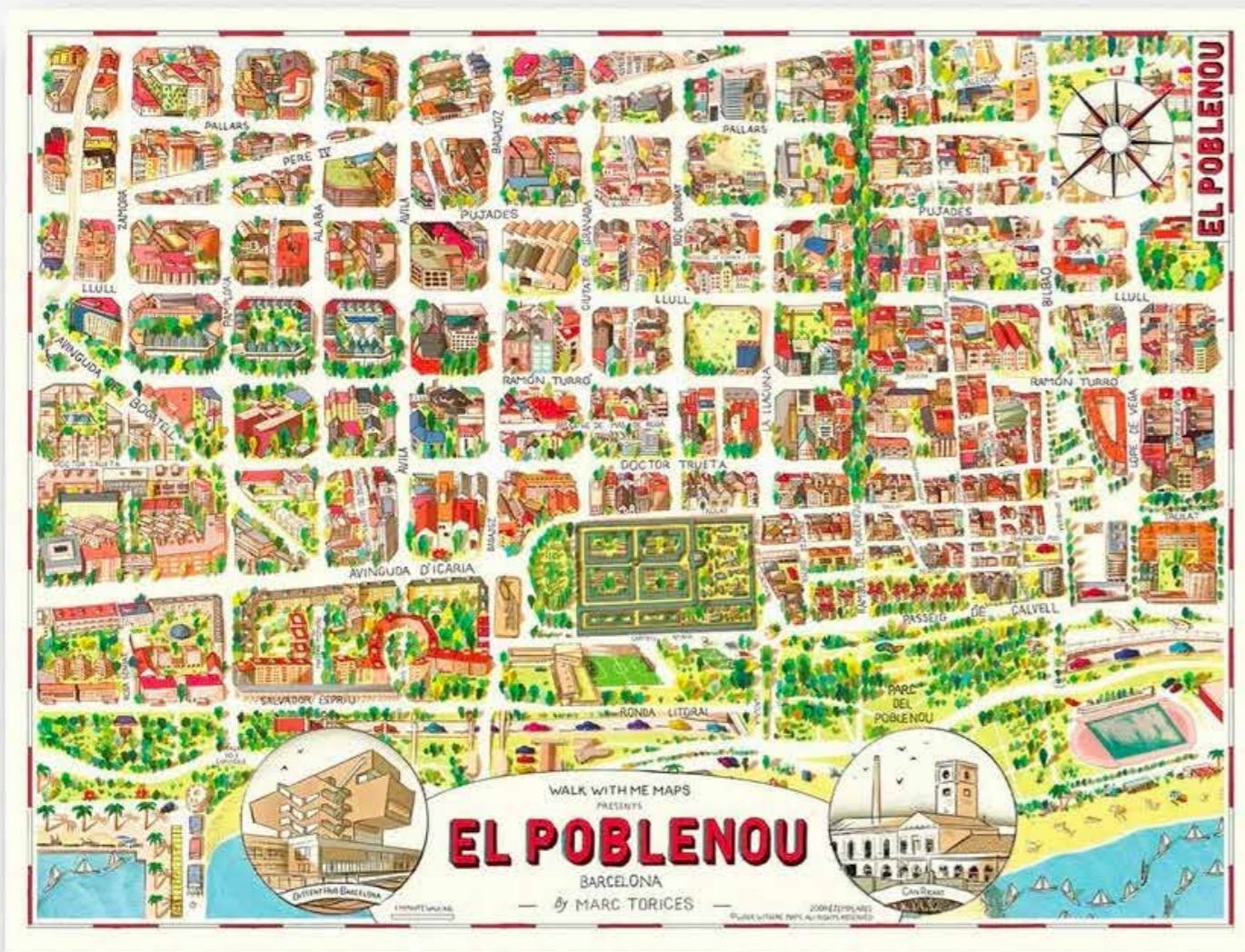
**Què?** Per a potenciar l'experiència associativa, és important que els establiments que hi estan adherits es coneguin entre ells i comparteixin inquietuds. El llibre de la Benvinguda recull informació sobre cada establiment i les persones que l'integren, contextualitzant i posant de relleu, la influència positiva del comerç de proximitat en el teixit social. El llibre inclou una breu entrevista als comerciants per donar a conèixer diferents experiències, compartir punts de vista i donar veu als associats.

És important assenyalar que aquest llibre, com el mateix SAAC, es transforma al llarg del temps i creix amb l'arribada de nous adherits.

**Qui?** El llibre es distribueix entre els comerços i també pot ser un present, potser més protocol·lari, que el SAAC fa a altres entitats o administracions amb les que treballa. Cada cop que un nou comerç s'adhereix al SAAC rep un exemplar del llibre en senyal de Benvinguda. Al mateix

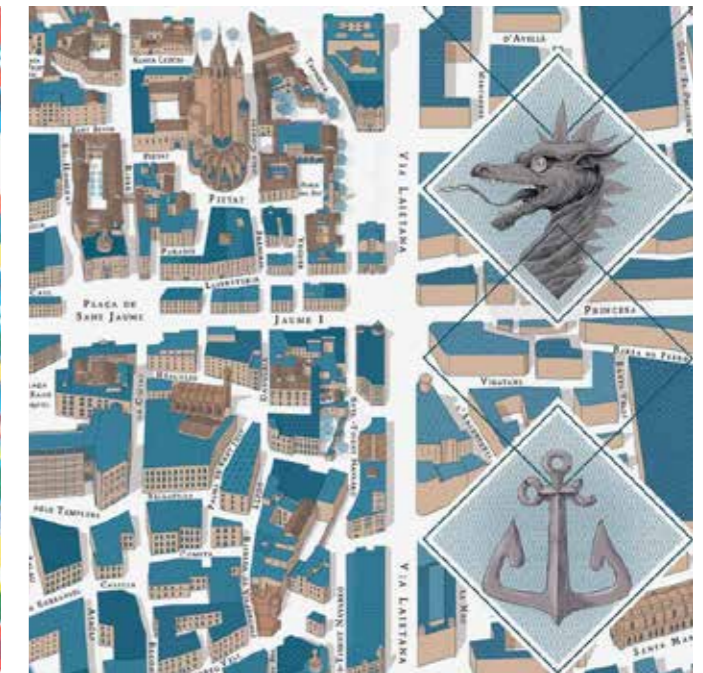
temps, el llibre creix incorporant aquest nou comerç en el seu índex i una nova entrevista amb el responsable de l'establiment. També fa que la resta de comerciants, conegui al nou associat. El llibre s'exposa als diferents comerços associats, per tal que els clients puguin consultar-lo i d'aquesta manera conèixer la resta d'establiments associats.

**Com?** La forma d'enquadernar el llibre ha de permetre que aquest sigui ampliable. Cada associat, rep unes pàgines addicionals cada cop que apareix un nou membre. Aquestes noves pàgines han de poder incloure's fàcilment en el llibre existent. La confecció del llibre compta amb la participació d'un dissenyador i d'una empresa d'impressió de la Sagrera. El dissenyador, a més de maquetar els continguts, desenvoluparà un sistema senzill i simpàtic que doni forma a aquest llibre transformable.



## MAPA DEL COMERÇ DE LA SAGRERA

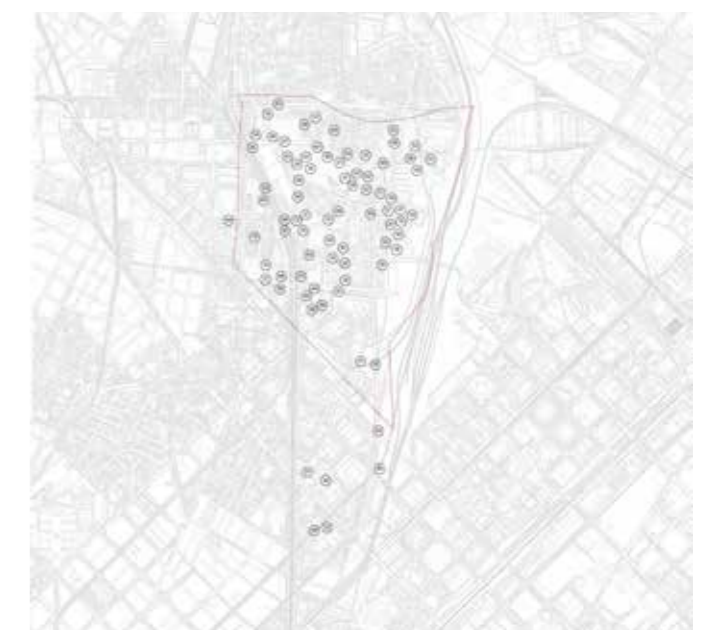
## PROPOSTA 4



**Què?** Els mapes ens ajuden a comprendre un territori, un barri. Més enllà del seu ús evident, localitzar coses, estableixen un marc comú i ens fan participants d'un lloc. Fer un mapa de la Sagrera que assenyalí les seves fites més representatives, la història industrial, els parcs, tot allò que explica la Sagrera i, per suposat, també els comerços del SAAC. Així, la guia pràctica i el sentiment de barri conflueixen en un mateix mapa, dibuixat de forma atractiva i comprensible per a tothom.

**Qui?** El SAAC hauria de comptar amb la col·laboració d'un/a professional del disseny o la il·lustració per a fer el mapa de la Sagrera amb un estil propi, comprensible i atractiu. Per a la seva impressió seria oportú comptar amb alguna impremta de la Sagrera.

**Com?** El mapa es pot distribuir en diversos formats, tríptics per portar damunt o pòsters per penjar a casa o a l'establiment comercial que el regala als seus clients o a qui pregunta per la localització precisa de cert servei o comerç.





EL COMERÇ HI ÉS SEMPRE

PROPOSTA 5



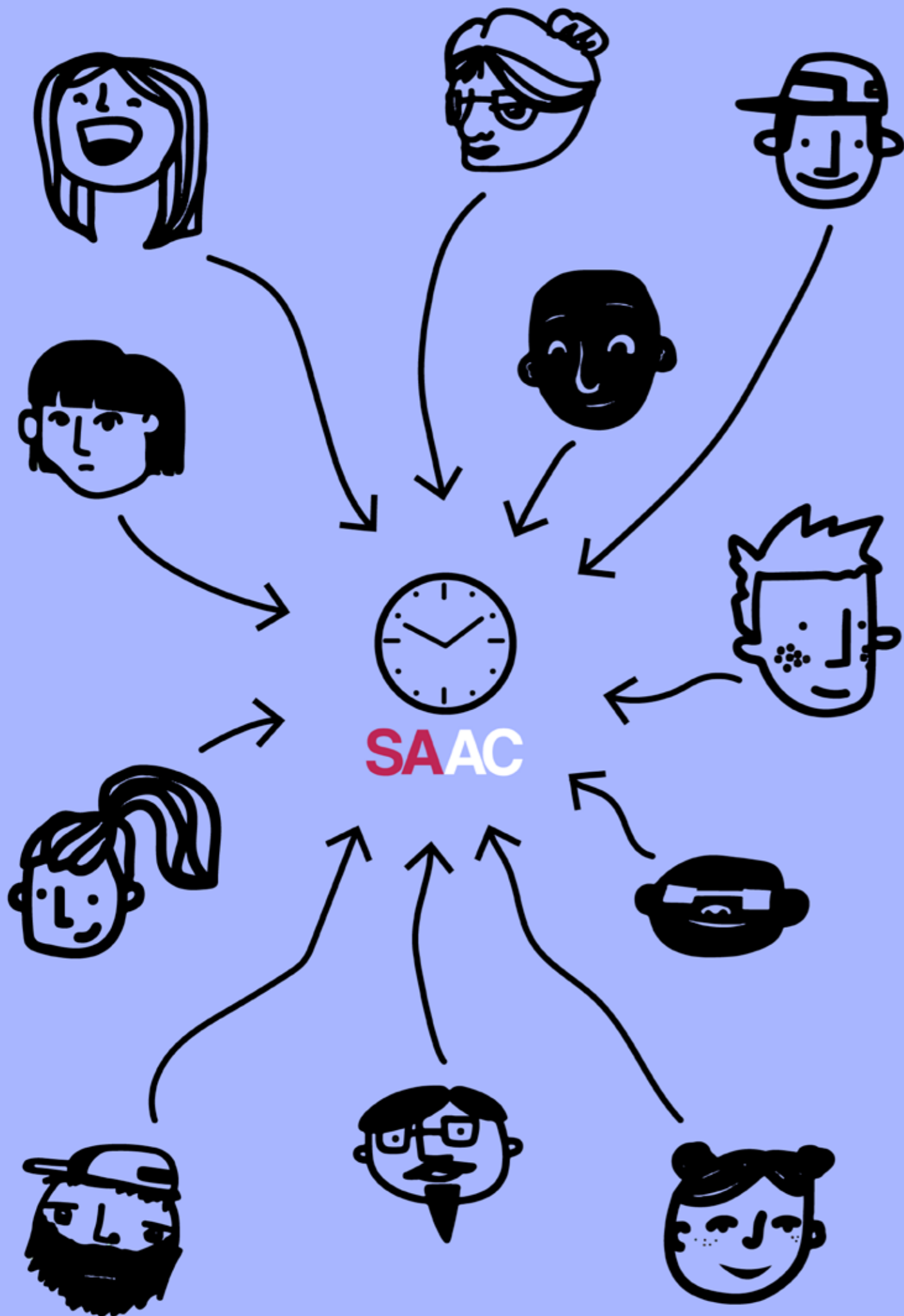
**Què?** Fer grafitis personalitzats que decorin les persianes dels comerços, a més d'evitar grafitis no desitjats, pot ser una bona manera d'explicar l'essència de l'establiment fora dels horaris d'obertura. Així, els veïns i veïnes de la Sagrera poden reconèixer els seus comerços encara que estiguin tancats.

**Qui?** Per a promoure aquest projecte, el SAAC comptarà amb la col·laboració d'artistes murals i grafiters, tot establint un fil conductor en cada convocatòria per tal d'unificar la temàtica de totes les persianes.

**Com?** Cada dos anys, el SAAC convocarà un concurs adreçat a artistes, dissenyadors i grafiters per a pintar les persianes dels establiments del SAAC, proposant una temàtica comuna per a tothom. El jurat del SAAC que determini la pro-

posta guanyadora inclourà: un membre extern al SAAC de prestigi reconegut, el guanyador de l'edició anterior i un vot popular. Per a garantir la qualitat de les propostes, és molt important la promoció del concurs per assolir un alt nombre de participants i donar a conèixer el SAAC i les seves activitats més enllà de l'àmbit local. Comunicar a xarxes i contactar amb escoles d'art i altres institucions vinculades.

**Quan?** Bianual.



## BANC DEL TEMPS

## PROPOSTA 6



**Què?** Els comerços adherits al SAAC tant poden contribuir-hi econòmicament, pagant la quota d'associat, com aportant part del seu temps, participant en l'organització d'activitats, festes, concursos, etc. Col·laborar amb el Banc del Temps La Sagrera és una bona manera de mesurar el temps que els comerciants dediquen al SAAC i de fomentar la seva participació en les seves activitats.

**Qui?** Col·laboració del SAAC amb el Banc del temps La Sagrera, projecte impulsat per l'Associació La Sagrera es Mou, que incentiva l'intercanvi de temps, que emula simbòlicament el funcionament d'un banc, però en el qual allò que es "presta" i "rep" és temps dedicat a serveis a les persones.

**Com?** Cada persona adscrita al Banc del Temps-SAAC disposarà d'un talonari de temps que utilitzarà cada vegada que inverteixi les seves hores en ajudar al SAAC amb alguna acció o activitat. D'aquesta manera es podrà quantificar l'esforç de cada comerciant i es motivarà als qui participen poc a que dediquin més temps a la gestió de l'associació.



## VERMUTS ESTACIONALS A LA SAGRERA

## PROPOSTA 7



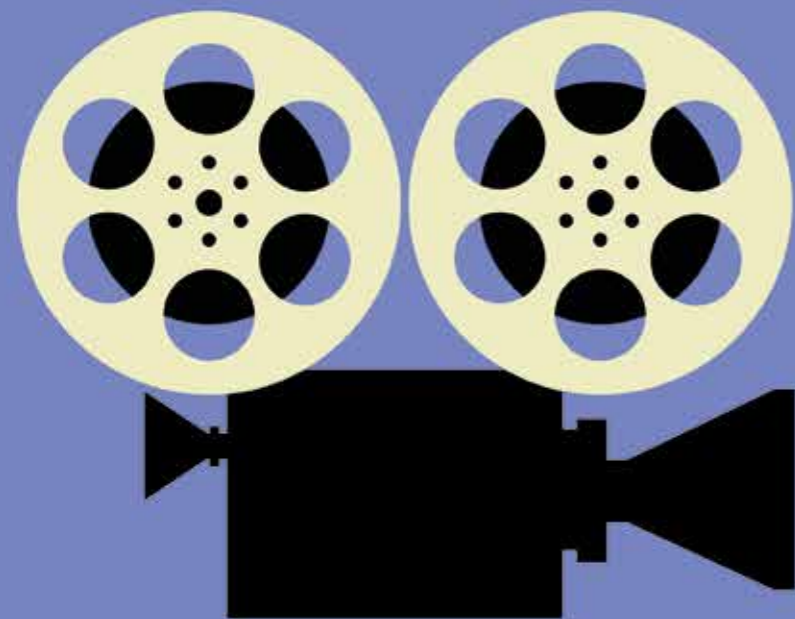
**Què?** Fira amb espectacles i vermut a l'aire lliure, organitzada pel SAAC en col·laboració amb les escoles de música i arts escèniques locals. Mentre gaudim a l'aire lliure de les tapes, tant descobrim l'oferta gastronòmica del SAAC, com el potencial artístic de les escoles de música locals.

**Qui?** Impulsat pel SAAC, amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona i el Districte de Sant Andreu; comptant amb la col·laboració de les escoles de música del barri, d'arts escèniques, així com amb la participació d'establiments de restauració, oferir un estiu relaxat al barri tot donant a conèixer les activitats del SACC.

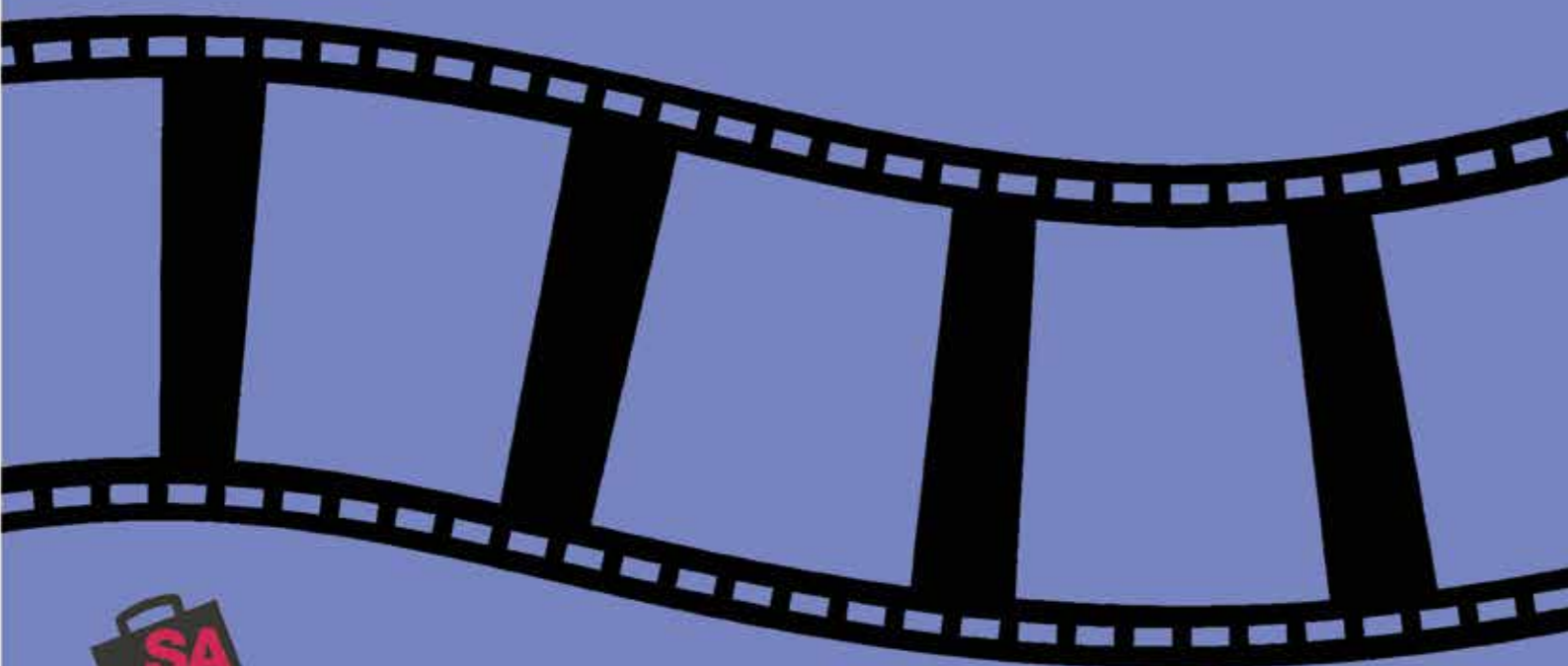
**Com?** El SAAC col·laboraria ocasionalment amb foodtracks a l'emplaçament escollit per oferir el seu servei gastronòmic als que volen gaudir d'un espectacle gratuït a l'aire lliure.

**Quan i on?** La celebració de la fira es planteja trimestral i els llocs possibles on celebrar-la tant podria ser al Parc de la Pegaso com a la Plaça de l'Assemblea de Catalunya; llocs amb espai suficient per a col·locar un escenari, l'equip tècnic i els stands amb l'oferta gastronòmica.





# CONCURS DE CURTMETRATGES LA SAGRERA



SAGRERA ACTIVA  
ASSOCIACIÓ DE COMERCANTS

## MOSTRA DE CINEMA

## PROPOSTA 8



**Què?** Organitzar un concurs de curts i una mostra de cinema amb les propostes..

**Qui?** La mostra estaria promoguda pel SAAC, amb la col·laboració de la Filmoteca de Catalunya, altres entitats culturals del Districte i diferents escoles de cinema. A més, seria interessant comptar amb el suport de les escoles i els instituts del barri, per incloure la participació en el concurs com una activitat acadèmica destinada a promoure la creativitat audiovisual i el coneixement del barri.

**Com?** El concurs s'organitzaria en diverses categories per tal d'accedir a diversos públics, siguin especialitzats o joves i infants en període escolar. Per a cada categoria es triaria una temàtica específica que donés coherència als curts presentats. Per als més menuts la temàtica es podria

vincular als valors del comerç de proximitat; mentre que per a la resta de categories les temàtiques podrien ser més obertes, sempre que aparegui algun vincle explícit (localitzacions, argument, tema) amb el barri de la Sagrera. El resultat del concurs es presentaria en una mostra a l'aire lliure, on els curts presentats (o una selecció, en cas de ser molts) es passarien públicament. L'acte comptaria amb l'entrega d'un guardó als premiats

**On?** Llocs possibles per a celebrar la mostra podrien ser la Plaça dels Jardins d'Elx, la Plaça Masadas, el Parc de la Pegaso o la Nau Bostik. Plantejat com un "cinema a la fresca" s'instal·laria puntualment una pantalla per passar els curts i cadires plegables per als espectadors.

## RUTA DE PARCS SINGULARS DE LA CIUTAT

### PROPOSTA 9

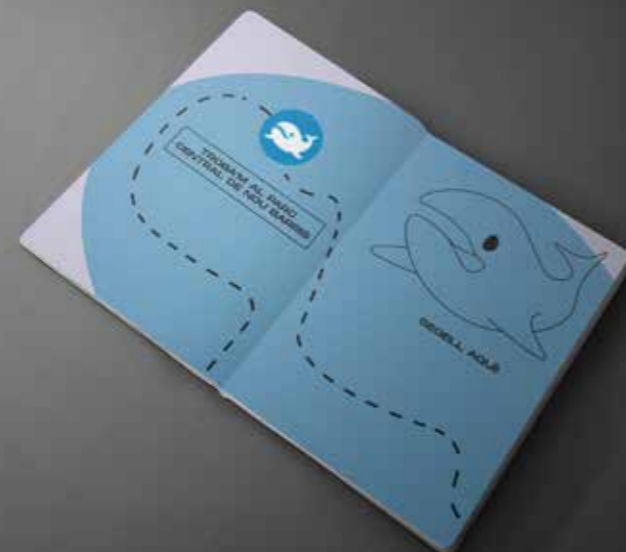


**Què?** Planificar una ruta pels parcs de la ciutat, per fomentar-ne el seu ús entre les famílies i donar a conèixer aquells espais singulars, sovint poc coneguts. La ruta inclouria el Parc de l'Oreeta, el Parc del Guinardó, el Parc de la Guineueta, el Parc de la Pegaso i el Parc del Centre de Poble Nou, el Parc del Besòs. Fer que els Barcelonins coneguin el Pop del parc de la Pegaso seria una manera de fer-los descobrir la Sagrera.

**Qui?** Organitzat amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona i dirigit als veïns i veïnes de Barcelona, en especial a les famílies amb infants, per a tal de descobrir zones de lleure a la ciutat, poc conegudes amb una presència important de vegetació, jocs infantils i elements singulars. Donar a conèixer els encants amagats de la Sagrera.

**Com?** La ruta es comunicaria a través de mapes. Als infants se'ls donaria un passaport per anar-lo marcant amb els parcs visitats, per incentivar-los a visitar tots els parcs. Cada parc disposaria del seu propi segell, per estampar-lo en aquest passaport. La ruta aniria senyalitzada per facilitar la localització dels diferents parcs. Aquest format de rutes es pot replicar en altres temàtiques.

**On?** Als parcs infantils de Barcelona i en especial el parc de la Pegaso a la Sagrera.





**Què?** Pensant en l'elevat número de persones que transiten per l'intercanviador de l'estació del metro de la Sagrera, instal·lar un element visible que informa de l'existència del SAAC i del teixit comercial del barri. La màquina inclou un mapa de la Sagrera amb tots els comerços del SAAC i altres punts rellevant localitzats, a més d'informar sobre propers esdeveniments d'interès per als veïns i veïnes.

**Qui?** El SAAC amb la col·laboració del Districte de Sant Andreu i Transports Metropolitans de Barcelona i la participació d'un equip d'artistes, dissenyadors i enginyers que pensessin un artefacte ni convencional ni aclaparador.

**Com?** Proposem un element amb aspecte ambulant que tant podria donar informació com vendre productes. En el cas de tirar endavant aquesta proposta, hauria de dissenyar-se de tal manera que fos un element simpàtic i singular, defugint l'estètica funcional d'una màquina expedidora convencional. En una de les seves cares, l'artefacte inclouria retolació del SAAC. En una

altra, i amb l'objectiu de visibilitzar el comerç de proximitat, hi aniria un mapa que mostra els comerços associats i els elements més singulars del barri. Una tercera cara podria funcionar com a tauler d'anuncis on informar de festes, celebracions i activitats del barri. Una quarta podria incloure una pantalla on s'anessin passant vídeos i imatges de la Sagrera i de l'ambient que s'hi respira. És important assenyalar que no proposem una forma concreta (ja es dissenyaria acuradament en el seu moment), sinó la presència d'un element informatiu, desenfadat i atractiu a l'estació de metro.

**Quan i On?** Escollir un punt estratègic a l'estació de metro de la Sagrera, per on passi un important volum de gent, per a tal de cridar l'atenció d'aquelles persones que creuen el barri sota terra.



## VINE A JUGAR A L'AIRE LLIURE AMB LES TEVES VEÏNES

### PROPOSTA 11



**Què?** Disposar d'un espai de trobada pels veïns i veïnes de la Sagrera, on poder jugar a jocs de taula, descansar, llegir, xerrar, gaudir de la companyia i de l'entorn. S'hi instal·larien unes màquines expenedores per si algú vol beure un refresc o picar alguna cosa. Els beneficis es destinarien a finançar la gestió de l'espai. A més de fer més amable la vida als veïns i veïnes, l'objectiu és visibilitzar el SAAC, gràcies a la gràfica aplicada a la guingueta, i generar vincles entre barri, veïns i el comerç de proximitat.

**Qui?** Pensat per a persones de totes les edats, des de famílies amb nens, fins a joves i gent gran amb ganes de sociabilitzar. Els comerciants del SAAC treballarien en col·laboració amb el Districte de Sant Andreu.

**Com?** El concepte és un espai de lliure accés que doni visibilitat al comerç de proximitat de la Sagrera, a través de la gràfica aplicada a la guingueta on guardar els jocs. El servei es complementaria amb jocs i recursos solidaris. El funcionament seria similar al de la campanya "Juguem a les Places" del Districte de Gràcia on es promou el joc a l'espai públic a través d'activitats lúdiques a l'aire lliure per fomentar i millorar la convivència al barri.

**Quan i on?** Element fixe al parc de la Pegaso que obriria durant les tardes de dilluns a divendres. El funcionament seria de lliure accés i el SAAC disposaria de jocs de claus de la guingueta per poder-la obrir i tancar durant l'horari establert.

## 02 CONCLUSIONS I AGRAÏMENTS

Després de treballar tres mesos en el projecte Dissenyem comerç en el barri de la Sagrera, una de les primeres qüestions a destacar és tot el que hem après sobre el comerç de proximitat. Més que abans, som conscients de la seva importància amb relació al barri, en la mesura que referma els vincles de la comunitat (els comerços també són un lloc de trobada); assegura la vitalitat a carrers i places (genera circulació de persones, a més de ser una gran finestra sempre atenta a allò que passa al carrer); i estableix marques de singularitat que permeten als veïns sentir-se part del barri on viuen.

Els darrers anys, especialment amb la implantació d'altres modalitats comercials, ha augmentat molt la consciència de la gent amb relació a la importància del comerç de proximitat. Tot i això, els avantatges i la potència econòmica de les grans plataformes en línia i de les grans superfícies, fa que no sempre sigui fàcil o immediat decantar-se pel petit comerç. Cal ser conscients, però, i aquesta ha estat una important línia de treball al llarg del procés, que comprar en els comerços de proximitat és molt més que una opció de consum. És també una forma de fer el nostre barri més amable, d'enfortir el seu teixit social, de mantenir la seva vitalitat i els seus trets específics; de fer més forta, en definitiva, la seva capacitat per ser un centre per als seus veïns i no un satèl·lit o ciutat dormitori, subordinat a lògiques alienes. En aquest sentit, val la pena insistir en la importància que té el tracte personalitzat i que aquells que abasten el barri de productes i serveis siguin també veïns del barri, implicats en la vida del barri, i no una presència aliena als problemes dels veïns.

En un altre pla, més enllà d'allò local, també cal assenyalar aspectes no menys importants per comprendre el valor del comerç de proximitat; ens referim a qüestions com la sostenibilitat, el consum responsable, els productes propers i de temporada. Aspectes tots ells que, en la mesura que fan del planeta un lloc millor, també afecten positivament el barri.

Des d'aquí no podem passar per alt la incidència de la pandèmia i les mesures que s'han pres per tractar de minorar riscos: confinaments, tocs de queda, regulacions especials. Aspectes tots ells que han afectat molts comerços, a vegades fins al punt de fer-los tancar definitivament. A més, la pandèmia i l'omnipresència del tracte en línia ha accelerat un procés que ja estava en marxa fa anys, la digitalització del món, i que afavoreix, precisament a aquelles modalitats de comerç que més comprometen la pervivència del petit comerç local.

Des d'aquí, un cop més, cal insistir, que més enllà de preus i disponibilitats, l'opció del petit comerç té a veure amb una ciutat entesa com a xarxa de persones i no com a mera suma d'edificis, productes i monuments.

És des de totes aquestes conjuntures que en la nostra recerca hem anat delectant aquells punts més febles del comerç local i també aquells potencials que val la pena desenvolupar per enfortir-lo i, amb ell, fer millor el barri. Entre altres coses, vam buscar i analitzar iniciatives amb objectius similars als nostres per avaluar la seva eficàcia, els seus pros i contres.

En tot aquest procés també ha estat clau la relació amb veïns i comerciants de la Sagrera. En la mesura que apostar pel comerç de proximitat vol dir entendre el barri com teixit social del qual tots formem part, era inversemblant dur a terme el projecte sense la participació dels seus protagonistes, veïns i comerciants. L'acció, les entrevistes, la sessió de co-disseny, han estat activitats que ens han permès explicar qui érem i, sobretot, saber què pensaven els veïns de la Sagrera. Conèixer millor el barri, no des de la lectura oficial de caràcter històric o estadístic, sinó la Sagrera com a suma de voluntats, desitjos i anhels. En aquest sentit treballar colze a colze com un sol equip, ha estat una de les decisions més importants.

En aquest sentit, recollir les opinions dels veïns i comerciants era apostar per la xarxa que es genera entre uns i altres, on tan important és l'anècdota que algú explica, com l'èxit de determinat establiment, o la centralitat que determinat carrer, plaça o jardí adquireix de forma espontània. Tot és barri i aquest projecte no l'hauríem pogut dur a terme sense incloure les persones que fan de la Sagrera el barri que és.

Amb totes aquestes reflexions, aprenentatges i experiències, hem anat donant forma a onze propostes pensades per a promoure el comerç de proximitat, fer més visible la tasca duta a terme pel SAAC i enfortir els vincles ja existents entre comerç local i barri.

Concloem amb l'esperança d'haver pogut contribuir a la millora no només de barri, sinó també de Barcelona i del seu comerç de proximitat. Esperem que les propostes ofereixin sortides creatives als reptes que se'ns han presentat, i que facin la vida millor a les persones, que al capdavall són el tema central del projecte. La idea de proximitat implica estar disposat a dialogar i deixar-se afectar pel nostre entorn, i això justament és el que ens hem proposat.

Agraïm a la conselleria de Turisme i Indústries Creatives, a la conselleria de Comerç, Mercats, Règim Intern i Hisenda, al Disseny Hub Barcelona i a Barcelona Activa, l'oportunitat de treballar en aquest projecte. Per descomptat, un agraïment especial per la Sagrera Activa Associació de Comerciants i a tots els comerciants i veïns que ens han ajudat a desenvolupar el projecte. Aquest treball és el resultat d'un esforç conjunt entre les persones que fan la Sagrera diàriament, així que mostrar el nostre agraïment per la seva disposició a ajudar-nos.

# Bibliografia

Ajuntament de Barcelona. 2020. Oficina Municipal de Dades. [http://www.bcn.cat/estadistica/castella/documents/barris/61\\_SA\\_Sagrera\\_2020.pdf](http://www.bcn.cat/estadistica/castella/documents/barris/61_SA_Sagrera_2020.pdf)

Ajuntament de Barcelona. 2010. Diagnosi dels barris de la Sagrera i Sant Andreu. <https://ajuntament.barcelona.cat/tempsicures/sites/default/files/Informe%20Sant%20Andreu%20curs09-10.pdf>

Ajuntament de Barcelona. 2020. Mesura de govern, Pla de xoc i mesures post- COVID-19 per comerç, mercats i restauració de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2020/06/20200622-MG-Pla-comer%C3%A7-2020-2021-1.pdf>

Ajuntament de Barcelona. 2020. Gràcia aposta i impulsa el comerç de proximitat com a eina de recuperació dels barris. <https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/2020/10/11/gracia-aposta-i-impulsa-el-comerc-de-proximitat-com-a-eina-de-recuperacio-dels-barris/>

Público. 2020. Creix la venda online del comerç de proximitat català. Públic. <https://www.publico.es/public/creix-venda-online-comerc-proximitat-catala.html>

Blanchar, Clara. 2020. El comerç de barri s'organitza per crear 'amazons' de proximitat. El País. [https://cat.elpais.com/cat/2020/11/28/catalunya/1606586013\\_727991.html](https://cat.elpais.com/cat/2020/11/28/catalunya/1606586013_727991.html)

BCN Comerç. <https://www.bcncomerc.com/>

Günther, Mònica. La iniciativa per fomentar el comerç de proximitat durant el confinament. Onda Cero. [https://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/audios-podcast/ciutat/la-iniciativa-per-fomentar-el-comerc-de-proximitat-durant-el-confinament\\_202004095e8f2666b26be5000121784d.html](https://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/audios-podcast/ciutat/la-iniciativa-per-fomentar-el-comerc-de-proximitat-durant-el-confinament_202004095e8f2666b26be5000121784d.html)

Pagesia a Casa. <https://pagesiaacasa.cat/>

Ajuntament de Barcelona. 2020. "Planta'm al balcó", una iniciativa per fomentar el verd i el comerç de proximitat. [https://www.barcelona.cat/infobarcelona/ca/tema/habitatge/plantam-al-balco-una-iniciativa-per-fomentar-el-verd-i-el-comerc-de-proximitat-2\\_942508.html](https://www.barcelona.cat/infobarcelona/ca/tema/habitatge/plantam-al-balco-una-iniciativa-per-fomentar-el-verd-i-el-comerc-de-proximitat-2_942508.html)

Halary, Christine. 2021. 8 super initiatives pour sauver les commerces de proximité. Femme Actuelle. <https://www.femmeactuelle.fr/actu/dossiers-d-actualite/8-supers-initiatives-pour-sauver-les-commerces-de-proximite-2108251>

C2 Montreal. 5 initiatives originales pour favoriser l'achat local. C2 Montreal. <https://www.c2montreal.com/fr/articles/5-initiatives-originales-pour-favoriser-lachat-local/#/>

Galofaro, Loris. 2020. Le site petitscommerces.fr aide les commerces de proximité.RTS. <https://www.rtsfm.com/news/le-site-petitscommerces-fr-aide-les-commerces-de-proximite-22080>

Petitscommerces.fr  
<https://www.petitscommerces.fr/>

Initiative France. 2016. Initiative France et la Fédération des Boutiques à l'Essai s'unissent pour soutenir le commerce de proximité. <https://www.initiative-france.fr/espace-info/liste-categories/17-presse/215-initiative-france-et-la-federation-des-boutiques-a-l-essai-s-unissent-pour-soutenir-le-commerce-de-proximite.html>

Bpifrance Creation. 2020. Covid-19: les plateformes solidaires pour aider les TPE. <https://bpifrance-creation.fr/entrepreneur/actualites/covid-19-plateformes-solidaires-aider-tp>

Geoffroy. 2020. Voici 10 idées de promotion pour votre commerce de proximité. Marketing Commercant. <https://marketingcommercant.com/10-idees-de-promotion-pour-commerce-local/>

Capbreton. Une campagne pour promouvoir le commerce de proximité. <https://www.capbreton.fr/toutes-les-actualites-de-la-ville/une-campagne-pour-promouvoir-le-commerce-de-proximite-1274.html>

Golla, Mathilde. 2020. Reconfinement : les initiatives pour aider les petits commerces à vendre en ligne se multiplient. Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/conso/reconfinement-les-initiatives-pour-aider-les-petits-commerces-a-vendre-en-ligne-se-multiplient-20201104>

Agencias. 2020. 'Comercio Brutal, Comercio Local', la nueva campaña impulsada entre comerciantes y Ayuntamiento. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20201215/6124047/comercio-brutal-comercio-local-nueva-campana-impulsada-comerciantes-ayuntamiento.html>

Afedeco. 2020. AFEDECO impulsa una campaña para dinamizar el comercio local. Afedeco. <https://federacionafedeco.es/ES/noticias/AFEDECO-impulsa-una-campana-para-dinamizar-el-comercio-local-id455>

Agecu. 2020. Salva tu zona, la campaña europea para impulsar el comercio local y el negocio de proximidad. Agecu. <https://www.agecu.es/2020/12/salva-tu-zona-la-campana-europea-para-impulsar-el-comercio-local-y-el-negocio-de-proximidad/>

Schüttler-Hansper, Martina. 2019. Todos podemos hacer del mundo un lugar mejor. Deutschland.de. <https://www.deutschland.de/es/topic/medio-ambiente/sostenibilidad-ejemplos-de-proyectos-locales-en-alemania>

Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. 2020. El Ayuntamiento apoya con 40.590 euros el desarrollo de iniciativas de AENKOMER para la promoción y mejora del comercio local. Notas de prensa, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. <https://blogs.vitoria-gasteiz.org/medios/2020/10/09/el-ayuntamiento-apoya-con-40-590-euros-el-desarrollo-de-iniciativas-de-aenkomer-para-la-promocion-y-mejora-del-comercio-local/>

American Express. 2020. ¡Vamos Shop Small!. <https://www.americanexpress.com/es/beneficios/shop-small/>

Brasil, Filipe. 2021. Iniciativas digitais incentivam comércio local no Rio durante a pandemia. O Globo. <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/06/09/iniciativas-digitais-incentivam-comercio-local-no-rio-durante-a-pandemia.ghtml> :

Magdaleno, Ester. 2021. La Sagrera, viscuda i fotografiada per Xavier Basiana. Béteve. <https://beteve.cat/cultura/exposicio-transformacio-sagrera-xavier-basiana-nau-bostik/>

Muñoz, Óscar. 2020. El polideportivo cerámico de la Sagrera. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20201005/483853415565/polideportivo-ceramico-sagrera.html>

Regàs, Lluís; Subirani, Jordi. 2020. La estación del AVE de la Sagrera acelera. Metropoli Abierta. [https://www.metropoliabierta.com/economia/estacion-ave-sagrera-acelera\\_31781\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/economia/estacion-ave-sagrera-acelera_31781_102.html)

Sancho, Jesús. 2020. Movilización vecinal para conservar nuevos restos del Rec Comtal en Barcelona. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20200727/482320360260/movilizacion-vecinal-conservar-nuevos-restos-rec-comtal-barcelona.html>

Hostel Tur. 2021. EasyHotel crece en España: abrirá su cuarto hotel en Barcelona. [https://www.hosteltur.com/142331\\_easyhotel-crece-en-espana-abrira-su-cuarto-hotel-en-barcelona.html](https://www.hosteltur.com/142331_easyhotel-crece-en-espana-abrira-su-cuarto-hotel-en-barcelona.html)

Siles, Laura. 2021. Al descobert un segon accés al refugi antiaeri de la Sagrera. Béteve. <https://beteve.cat/societat/descobert-segon-acces-refugi-antiaeri-sagrera/>

Barcelona Sagrera Alta Velocitat. 2019. <https://barcelonasagrera.com/wp-content/uploads/2019/05/QUADERN-2019-2.pdf>

Mercadé, Montserrat. 2014. Transformació urbana de Sant Andreu-Sagrera. Territori, Observatori de projectes i debats territorials de Catalunya. [http://territori.scot.cat/cat/notices/2013/09/transformacio\\_urbana\\_de\\_sant\\_andreu\\_sagrera\\_barcelona\\_3220.php](http://territori.scot.cat/cat/notices/2013/09/transformacio_urbana_de_sant_andreu_sagrera_barcelona_3220.php)

Wikipedia.org. Torre del Fang. [https://ca.wikipedia.org/wiki/Torre\\_del\\_Fang](https://ca.wikipedia.org/wiki/Torre_del_Fang)

Ajuntament de Barcelona. La plaça de Masadas. [https://www.barcelona.cat/ca/coneixbcn/pics/attractius/la-placa-de-masadas\\_99400390596.html](https://www.barcelona.cat/ca/coneixbcn/pics/attractius/la-placa-de-masadas_99400390596.html)

Ajuntament de Barcelona. Centre cívic La Sagrera "La Barraca". <https://ajuntament.barcelona.cat/ccivics/lasagrera>

La Sagrerina. Centre cívic La Sagrera "La Barraca". <https://lasagrerina.com/actividades/cc-la-barraca/>



ELISAVA

