



Dissenyem comerç

DDDD

DD

CCCC

CCC



Dissenyem comerç
2020/2021

Impulsat per:

Disseny Hub
Barcelona



Et transformes o tot serà més difícil!

No és una frase retòrica, sinó una observació de la realitat. I he utilitzat la paraula 'transformar', evitant la de 'canviar', justament per fer justícia a alguns dels atributs més respectats i estimats del món del comerç, com són la tradició o la proximitat.

Efectivament, transformar o canviar no són el mateix, però ambdues idees expressen una inequívoca necessitat de llegir, per caminar en la direcció correcta, els moviments socials, les tendències estètiques i les dinàmiques de consum que configuren un present en constant moviment.

I és aquí on entra el món del disseny o, si ho mirem des d'una perspectiva més àmplia, el pensament creatiu.

Els dissenyadors i les dissenyadores no són, en essència, creadors i creadores d'objectes, malgrat que moltes vegades projectin la seva creativitat en àmbits molt concrets de la producció material. Són analistes del món i dels corrents que defineixen i marquen tendències (a vegades anticipant-s'hi, a vegades conceptualitzant-les un cop han esclatat) per convertir-les en elements quotidians.

Per això, hem volgut crear un espai de relació ordenat entre els eixos comercials de proximitat de la ciutat (el comerç dels barris) i les escoles de disseny de Barcelona, perquè l'alumnat a punt de graduar-se pugui debatre amb els agents comercials quines són les problemàtiques que els afecten, quines són les possibilitats que poden esdevenir oportunitats i quines són les propostes que podrien contribuir a millorar la seva activitat socioeconòmica.

Aquest document que avui presentem és un compendi que resumeix les millors propostes sorgides del treball conjunt entre dissenyadors i dissenyadores i els eixos comercials. Hi ha molta idea disruptiva i també n'hi ha de recurrent, òbviament, però totes elles tenen darrere una sòlida reflexió i els fonaments bàsics d'una il·lusió que és la que sorgeix d'un treball fet des de la complicitat i la comprensió d'una realitat tan essencial per mantenir la idiosincràsia barcelonina, com és el comerç de barri.

Xavier Marcé

Regidor de Turisme i Indústries Creatives



L'arribada de la COVID-19 ha posat de manifest la importància del comerç de proximitat, així com de les associacions comercials, per millorar la interacció entre el sector i el veïnat.

En aquest context, els comerços han fet un gran esforç d'adaptació i d'innovació per donar resposta a la situació actual. La necessitat d'actualització d'una part del sector ja hi era abans, però la pandèmia ha fet més evident aquesta necessitat i ha obligat a accelerar els canvis. Els comerços han hagut d'engegar aquesta innovació en un període curt de temps i, com a Ajuntament, hem volgut proporcionar recursos per fer-ho possible.

“Dissenyem comerç” és un projecte que va en aquesta línia i, a més, aprofita el talent dels i les dissenyadores que comencen. És un projecte innovador per la seva naturalesa pluridisciplinària i transversal, que demostra com el disseny pot millorar l'espai, la comunicació i el servei que ofereix un establiment comercial. Amb “Dissenyem comerç”, per tant, el reactivem.

Montserrat Ballarín

Regidoria de Comerç, Mercats, Consum, Règim Interior i Hisenda



SU MA RI/

01/
Presentació
Pàg. 10/11

02/
Grup Focus:
**Elisava-Eix
Comercial
Sants-Les Corts**
Pàg. 12/19

03/
**Acid House
Eix Comercial
Poblenou**
Pàg. 20/27

04/
**LCI Barcelona
Eix Comercial
Torrijos**
Pàg. 28/35

05/
UPC/UB
(MBDesign)
**Xarxa de
Comerç Divers**
Pàg. 36/43

06/
**Eina-L'Eix de
Sarrià**
Pàg. 44/51

07/
**L'Idem
Barcelona
Associació de
Comerciants
de La Rambleta**
Pàg. 52/57

08/
**Elisava-Sagrera
Activa
Associació de
Comerciants**
Pàg. 58/65



10

Presentació.

El disseny, l'arquitectura, la moda, el món digital o l'audiovisual són àrees amb un gran poder transformador i innovador. El projecte "Dissenyem comerç" vol apropar aquestes disciplines creatives a la realitat del comerç de proximitat de Barcelona. Per aconseguir-ho, posa en contacte centres d'ensenyament en l'àmbit del disseny amb eixos comercials de la ciutat. L'objectiu és doble: motivar el talent jove oferint-li un repte formatiu real i reactivar el comerç de proximitat amb propostes transversals i estimulants.

Durant el curs 2020-2021, "Dissenyem comerç" ha treballat en set punts de la ciutat. Cada cita ha reunit un equip de sis estudiants de diferents àrees del disseny per treballar conjuntament amb el teixit comercial d'un barri durant tres mesos. El procés ha finalitzat amb projectes dels i les estudiants que, des d'una mirada pluridisciplinària i transformadora, incideixen sobre aspectes ara com la comunicació, els serveis, els esdeveniments o la senyalització, per aconseguir la reactivació del comerç.



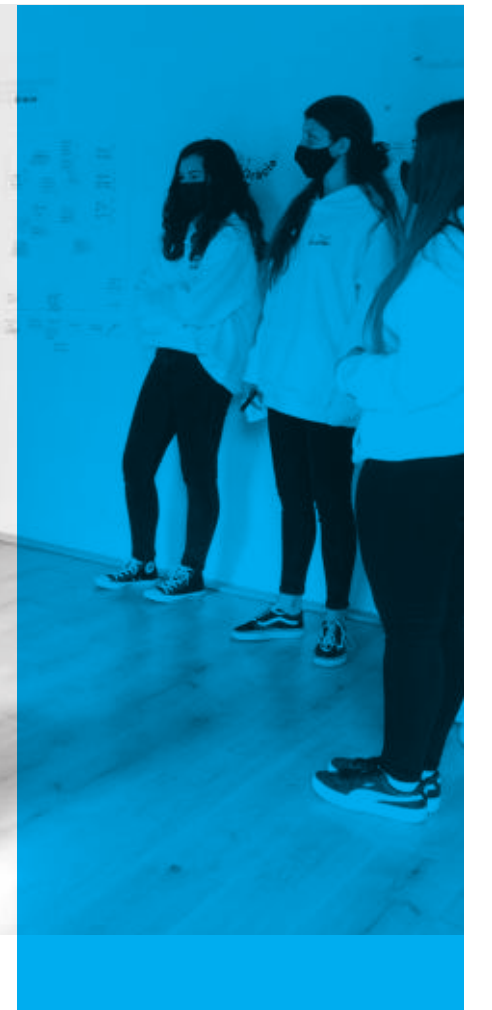
Aquesta publicació recull el viatge que els centres formatius i els eixos comercials han realitzat. Es mostren les propostes finals, adaptades a cada situació i necessitat, però també les etapes fins a arribar a elles: les aproximacions al context, el procés d'investigació i la implicació dels diferents actors (comerciants, veïnat, etc.) en la recerca conjunta de les idees més adients. Una mostra de la diversitat i riquesa amb la qual les indústries creatives poden afrontar qualsevol context i ajudar no només a buscar respostes sinó també a plantejar noves preguntes.

"Dissenyem comerç" és un projecte impulsat per la Regidoria de Turisme i Indústries Creatives, juntament amb la Regidoria de Comerç, Mercats, Hisenda i Règim interior, i el Disseny Hub Barcelona. La proposta treballa en diversos nivells.



D'una banda, potencia el talent jove: és una oportunitat per als i les estudiants de treballar fora de les aules, sobre el terreny, i aplicar els seus coneixements en un cas real i proper. Aquest fet és motivador i suposa un apropament a la realitat que trobaran en el món professional.

D'una altra, reivindica el valor del comerç de proximitat i aposta per impulsar-lo en el difícil context post-COVID. En tercer lloc, amplifica com el disseny i la creativitat poden proposar escenaris de canvi a totes les escales i aportar valor, també als comerços petits. Millorar la presentació de productes, la comunicació, el tipus de serveis



o l'experiència de compra són alguns dels punts on es pot incidir. "Dissenyem comerç" representa, de vegades, el primer contacte directe dels i les comerciants amb aquestes disciplines i un descobriment de tot el que poden oferir.

Aquest projecte vol fer-se present a tota la ciutat i representar un camí de dues direccions, visibilitzant els valors del comerç de proximitat i fent emergir totes les potencialitats del disseny.

11



027

**GRUP
FOCUS:
ELISAVA
EIX
COMERCIAL
SANTS
LES CORTS.**



PARTICIPANTS.

Elisava, Facultat de Disseny i Enginyeria de la UVic-UCC, promou l'educació, el coneixement i la investigació en els camps del disseny, la comunicació i l'enginyeria. Ubicada a Barcelona, compta amb més de 60 anys d'història.

Equip.



Danae Esparza Lozano. Docent, cap d'estudis del Grau en disseny. Gastón Lisak Zabolinsky. Docent. Helena Elizondo Nieva. Estudiant de disseny gràfic. Marta Esteban Ferrera. Dissenyadora júnior de producte.



Noelia Martín Olivares. Estudiant de disseny d'interacció. Elisabet Sau Piella. Dissenyadora júnior. Maria Bladé i Ejarque. Estudiant de disseny d'interacció. Maria Eugenia Avilés. Estudiant de disseny gràfic.

Eix Comercial Sants-Les Corts.

La zona de treball és l'ocupada per l'Eix Comercial Sants-Les Corts, compresa entre els carrers Joan Güell amb Travessera de les Corts, Vallespir i passeig de Sant Antoni. Segons dades de març de 2018 de la Fundació Barcelona Comerç, aquesta zona comptava amb més de 500 locals comercials actius. El Pla Estratègic realitzat l'any 2019 per l'Associació de Comerciants Eix Comercial Sants-Les Corts apuntava algunes debilitats, que suposen punts de partida: comunicació millorable, tant entre l'Eix Comercial i certs comerciants, així com amb la clientela i els i

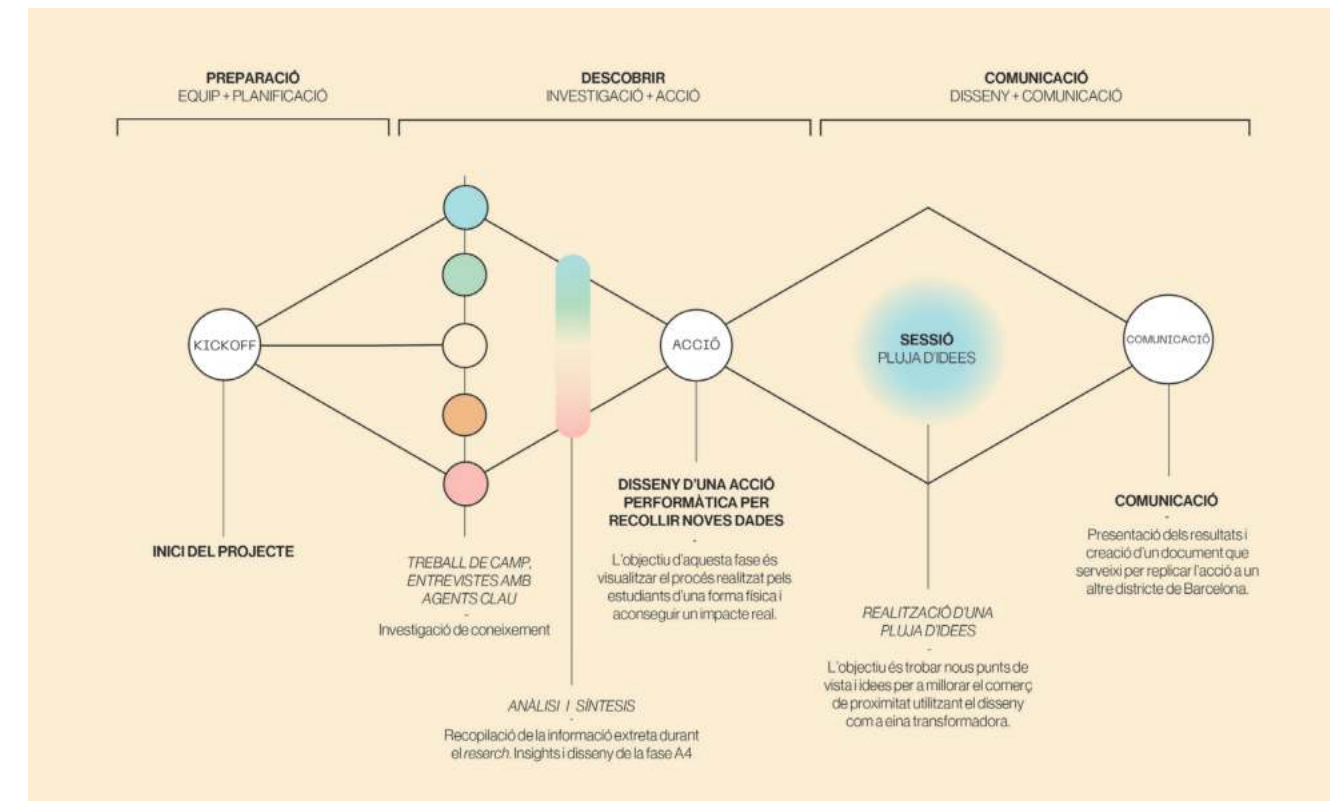
les comerciants, imatge corporativa confusa i proximitat a centres comercials molt importants (Illa Diagonal, El Corte Inglés i carrer de Sants).

“Segons dades de març de 2018 de la Fundació Barcelona Comerç, aquesta zona comptava amb més de 500 locals comercials actius.”

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

Un dels objectius del grup focus era testejar una metodologia d'abordatge del projecte 'Dissenyem comerç' que pogués ser reutilitzada i adaptada per futurs grups de treball. La proposta va ser una sistemàtica de treball de 'doble diamant': després d'una primera etapa de preparació i consolidació de l'equip, s'obre una fase de descobriment i recerca d'informació sobre el terreny (amb entrevistes, visites als espais, etc.), que catalitza en una acció al carrer per acabar de recollir dades.

Superat aquest estadi, s'arriba a una fase de comunicació i disseny, on es torna a obrir la mirada per incloure propostes (sorgides en una sessió de cocreació). Es tanca finalment el viatge amb la condensació de totes les idees en les propostes finals.



PROJECTE.



Entrevistes.

Es van realitzar deu entrevistes a comerciants de Sants-Les Corts per tal de conèixer de primera mà el seu punt de vista sobre la situació del comerç de proximitat i experiències positives rellevants.

“Sobreviuran aquells comerços que no només ofereixen venda o material físic, sinó que, a més a més, ofereixen altres coses.”

Montserrat Corbella (Fent Punt)

“Si una cosa té disseny, crida l’atenció i, si crida l’atenció, atreus la gent.”

Isabel Pelegrín (Cuines Triangle)

“Aquest lligam humà és el que més m’agrada del meu barri.”

Josep Escofet (Súper-carn)

Participants: Montserrat Corbella (Fent Punt), Isabel Pelegrín (Cuines Triangle), Alessandra de Silva (Escoda Marcs), Marta Gil (Gat Pelut), Jordi Iglesias (iPelushop), Elisabet Corbella (Lencería Escorpión), Reyes de La Corte (Perruqueria Reyes de La Corte), Josep Escofet (Súper-carn), Verónica Gimeno (Volvoreta) i Flora Torrents (técnica de comerç del Districte de les Corts).



Acció al carrer.

Es va dur a terme una acció itinerant pels carrers que formen l'Eix Comercial: les estudiants convidaren a veïns i veïnes a reflexionar sobre els valors del comerç del barri. Aquestes idees es plasmaven sobre un tiquet de torn de grans dimensions i es propiciava generar una conversa informal per recollir la visió de la clientela del barri.

Sessió de cocreació.

Durant una sessió de pluja d'idees conjunta entre comerciants, entitats i l'equip d'estudiants de disseny es van treballar possibles propostes per fomentar el comerç de proximitat i resoldre aspectes detectats durant la investigació anterior.



PROPOSTES.

Benvingut/da a l'Eix!

Identificar els comerços associats a l'Eix Sants–Les Corts amb una catifa d'entrada a la botiga que dona la benvinguda a la clientela. Cada botiga té un missatge personalitzat, amb una gràfica unificada. El disseny de la catifa i la creació de les frases es podria realitzar a través d'un taller creatiu al carrer on hi participin professionals del disseny, comerciants i clientela.



Comerç al dia.

Creació d'una agenda d'esdeveniments i notícies de l'Eix Comercial per donar a conèixer als comerços associats i les activitats (tallers, cursos, visites, exposicions, etc.). Aquests esdeveniments creen experiències relacionades amb el comerç, els donen visibilitat i generen noves xarxes de connexions entre clientela i comerciants. Pot ser en format analògic o digital.

Comerç és llum.

Instal·lació lumínica per fer palesa la importància dels comerços en la llum dels carrers. Seria un element temporal, associat a esdeveniments concrets (campanya de Nadal, Festa Major, etc.). Aquesta instal·lació reaccionaria a l'activitat que hi ha als comerços del barri per intensificar la seva il·luminació.

El producte infiltrat.

Joc que consisteix a deslocalitzar un producte d'una botiga, en el context d'una altra amb oferta molt diferent. Es convida als veïns i les veïnes a buscar-lo pels aparadors i comerços de l'Eix. És una manera de donar a conèixer l'oferta comercial de forma divertida i lúdica.



T'ho agraim infinit.

Objecte que doni visibilitat a les ressenyes de la botiga a les plataformes *online*. Després de ser atès o atesa en un establiment, aquest element vol convidar a escriure l'opinió sobre el tracte rebut, la qualitat del producte/servei o de la selecció de productes. Així, no cal que sigui el venedor o la venedora qui li recordi que pot compartir la seva opinió a través de les xarxes. Es tractaria d'un element comú a totes les botigues de l'Eix i, per tant, donaria visibilitat i unitat a la imatge comunicada per aquest.

Pintem persianes.

Identificar els comerços que formen part de l'Eix Comercial a través de missatges pintats a les seves persianes amb frases valorant la clientela. Es convidaria a tots els actors implicats a participar en la tria del lema. Seria un element homogeneïtzador per a l'Eix i per al barri.



Marató d'idees.

Tallers creatius organitzats en format breu per apropar dissenyadors i dissenyadores professionals amb els comerços de l'Eix Comercial, amb l'objectiu de detectar mancances en la comunicació, el disseny gràfic i d'espai, i establir un primer contacte de col·laboració i de creació d'un encàrrec.



Qui és qui?

Creació d'un joc de taula per reconèixer la gent dels comerços de l'Eix. Funciona com a catàleg dels comerços per donar a conèixer la seva oferta de productes i serveis, i per enfortir el coneixement entre els i les integrants del mateix Eix.

Pedalant Sants-Les Corts.

Punt mòbil de promoció i visibilització dels comerços de l'Eix de Sants–Les Corts que dona a conèixer l'agenda d'activitats i mostra una petita selecció de productes destacats dels establiments de l'Eix. La informació també es comparteix amb un breu diari que recull la informació mensual dels comerços de l'Eix.



Un dia, un comerç.

Agenda d'activitats creuades que permeti obrir les portes de les botigues als diferents associats, per fomentar la interacció i coneixement entre membres.



03/

ACID HOUSE
EIX
COMERCIAL
POBLENOU.



PARTICIPANTS.

Acid House és un centre de disseny i formació impulsat per Folch Studio al barri del Poblenou, on la creativitat i la innovació són els motors del projecte.

Equip.



Víctor Lemus / *Docent, Sociòleg, consultor i dinamitzador d'equips* • Oriol Cabarrocas / *Dissenyador gràfic* • Pamela Calero / *Artista visual i storyteller* • Álvaro Cánovas / *Dissenyador gràfic* • Jordi Clotet / *Creador* • Victoria Macoc / *Arquitecta i retail designer* • Inés Piñeiro / *Arquitecta i dissenyadora gràfica* • Andrea Saito / *Investigadora del procés creatiu i artista visual*

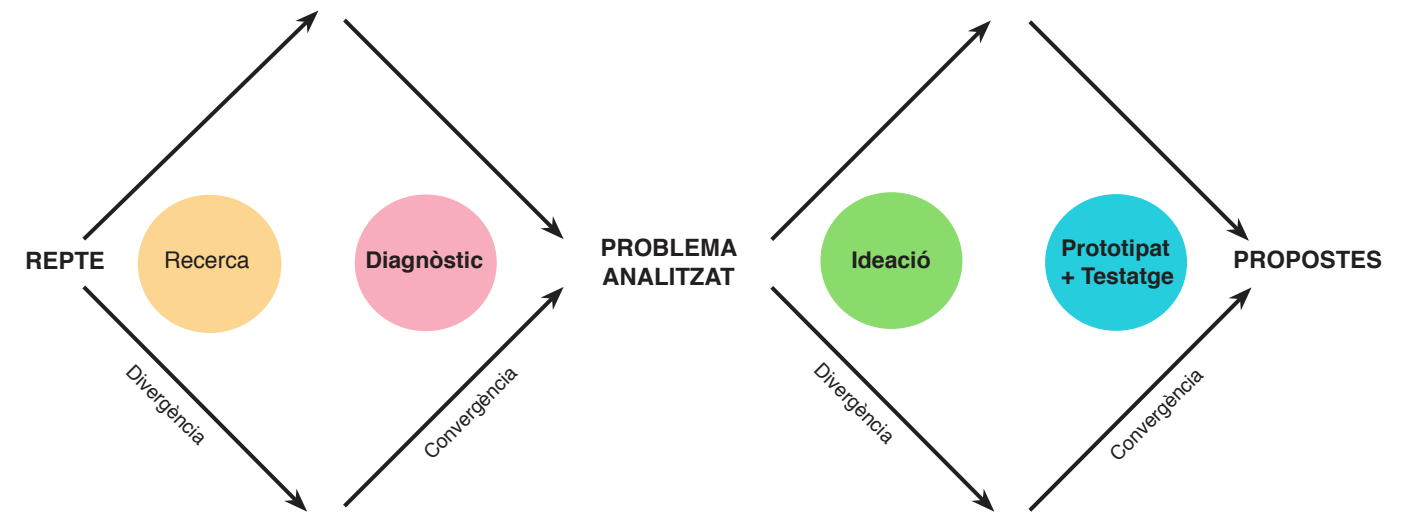
Eix Comercial del Poblenou.

Poblenou Eix Comercial agrupa establiments emmarcats entre els carrers Lope de Vega, Taulat, Llacuna i Diagonal. Agrupa més d'un centenar d'associats.

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

El projecte es va abordar a través d'un treball creatiu interdisciplinari i amb el *Design Thinking* com a marc metodològic. El *Design Thinking* és un procés iteratiu que busca comprendre la persona usuària, desafiar suposicions i redefinir problemes en un intent d'identificar estratègies i solucions alternatives, que poden no ser evidents instantàniament amb el nivell inicial de comprensió.

També proporciona un enfocament basat en solucions per resoldre problemes. És una manera de pensar i de treballar, així com una col·lecció de mètodes pràctics per generar solucions innovadores.



PROJECTE.

Recerca.

Per entendre el conglomerat d'actors que conviuen al barri tenint en compte la seva realitat i les seves necessitats funcionals, socials i emocionals, es va fer treball de camp amb comerciants, residents, l'Eix Comercial, creatius i creatives, i *coworkers* del Poblenou.



Diagnòstic.

El segon estadi del procés va ser fer l'anàlisi i la síntesi de les dades recopilades. Utilitzant el mètode DAFO, es van concretar les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats. Va quedar palès que el Poblenou és un barri amb varietat de negocis, on hi ha molta relació entre els comerços i un tracte pròxim amb la clientela. Hi coexisteixen dues realitats: un Poblenou intern/natiu i l'antic Poblenou industrial, ara ple d'oficines, tallers i estudis durant el dia i pràcticament desert durant la nit.

El fet que alguns carrers que envolten la Rambla tinguin poca il·luminació i estiguin deserts de negocis i de vida social, sumat al xoc d'identitats, els converteixen en 'fronteres invisibles' que generen desconexió entre el Poblenou i la resta de la ciutat. Així mateix, l'arribada de les noves empreses tecnològiques ha produït una transformació en el teixit i la infraestructura del barri, segregant-lo encara més.

Ideació.

En tercer lloc, es van crear propostes que ajudin a reconduir la falta de visibilitat de les diferents identitats del barri, l'absència de sinergies entre els actors (creatius i creatives, petits comerços, empreses, gent local i no local...), la falta d'adaptabilitat al canvi per part d'alguns comerços, etc.

Entre els factors clau a tenir en compte destaca la importància de la col·laboració entre els diferents actors que comparteixen aquest espai geogràfic i la integració de l'heterogeneïtat del barri, vital per promoure i empoderar el comerç de proximitat.



Prototipatge i testatge.

Un cop definides les propostes, es van posar en comú amb l'Eix en l'esdeveniment "Fem un cafè? Poblenou convida". Va ser una acció performàtica per rebre *feedback* i recollir noves dades. Mitjançant prototips, es van compartir idees amb comerciants de l'Eix, treballadors i treballadores, creatius i creatives del barri, veïns i veïnes del Poblenou. El seu *feedback* va ajudar a trobar nous punts de vista i a generar un debat molt enriquidor sobre el futur del barri i les seves possibilitats.



PROPOSTES.

Poblenou circular.

Implantació d'un sistema de rutes urbanes senyalitzades pel barri, que donin a conèixer les zones més especials del Poblenou: ruta verda amb parcs i jardins, ruta de l'art, ruta dels comerços de l'Eix, ruta industrial, etc. La senyalització pot ser integrada al mobiliari públic, i incloure un codi QR que permeti a la persona usuària exportar la ruta al seu navegador i identificar comerços de l'Eix Comercial pròxims a la seva ubicació.



POM (Poblenou Moneda).

Creació d'una moneda digital d'ús exclusiu als negocis de l'Eix Comercial del Poblenou. La proposta se centralitzaria a través d'una app de descàrrega gratuïta. Cada persona usuària tindria un compte amb les seves monedes digitals. L'app, a més, inclouria un mapa amb els negocis adherits a l'Eix Comercial per a la seva ràpida ubicació. Es podrien aconseguir POM canviant euros per monedes, però també completant reptes (assistència a activitats, etc.).



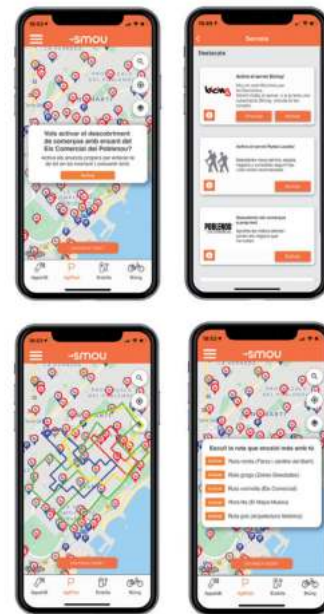
Poblenou D.O.

Impuls d'una campanya que destaca els millors productes dels comerços del barri, que es converteixen en productes amb "Denominació d'Origen Poblenou". Es poden confeccionar bosses reutilitzables amb la gràfica de la campanya, per convertir els comerços en motiu d'orgull i identitat del barri.



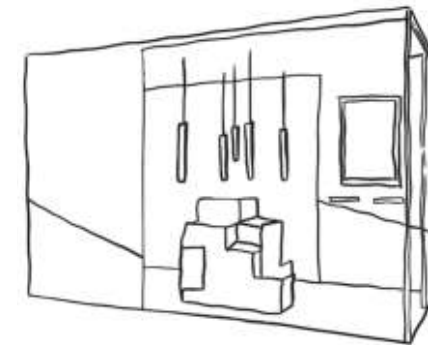
Poblenou SMOU.

Una col·laboració entre l'app de mobilitat SMOU i l'Eix Comercial del Poblenou, perquè en aparcar el cotxe o Bicing, l'app notifiqui a l'usuari o usuària sobre els comerços més pròxims a la seva ubicació.



Benvingut/da al barri.

Creació d'intervencions artístiques instal·lades en carrers limítrofs del barri i que n'assenyalen l'entrada. Es vol definir i assenyalar tot allò que és el Poblenou, marcar els límits, ara difusos, de tot el que ho conforma i potenciar la identitat de barri generant un sentiment de comunitat, a través de la participació del veïnat.



Mapa-museu del Poblenou.

Esdeveniment que busca unir els comerços i els i les artistes del barri: s'estableix un recorregut que convida a la ciutadania a visitar les obres exposades en els diferents comerços de l'Eix. L'itinerari de circulació es veurà reflectit en un mapa (imprès i digital) que servirà com un Mapa-museu del Poblenou.



Al Poblenou passen coses.

Curtmetratges temàtics per acostar les persones i comerços del barri. Es podria vehicular, per exemple, a través d'una categoria dins del Mecal-Festival internacional de Curtmetratges i Animació de Barcelona.

Poblenou, un secret molt ben guardat.

Un *tour* guiat amb una ruta proposada per la gent local, on conèixer secrets del barri i recórrer zones d'interès, més enllà dels llocs més populars. Podria ser organitzat per joves locals desocupats. Permetria atraure nova gent al barri.





04/

LCI
BARCELONA
EIX
COMERCIAL
TORRIJOS.



PARTICIPANTS.

LCI Barcelona és un centre de formació que pertany a la xarxa canadenca de disseny i arts visuals LCI Education. La seu barcelonina està al carrer de Balmes, ben a prop del districte de Gràcia.



Equip.

- Anna Busquets.
Docent experta en *Design Thinking*.
- Oliver Montiel.
Docent i director d'art.
- Cristina Martín.
Dissenyadora gràfica.
- Javiera Delgado.
Dissenyadora gràfica.
- Cristina Mosillo.
Dissenyadora gràfica.
- Marta Augé.
Dissenyadora gràfica.
- Paola Sight Morelli.
Il·lustradora i dissenyadora gràfica.
- Carla Solá.
Dissenyadora gràfica.

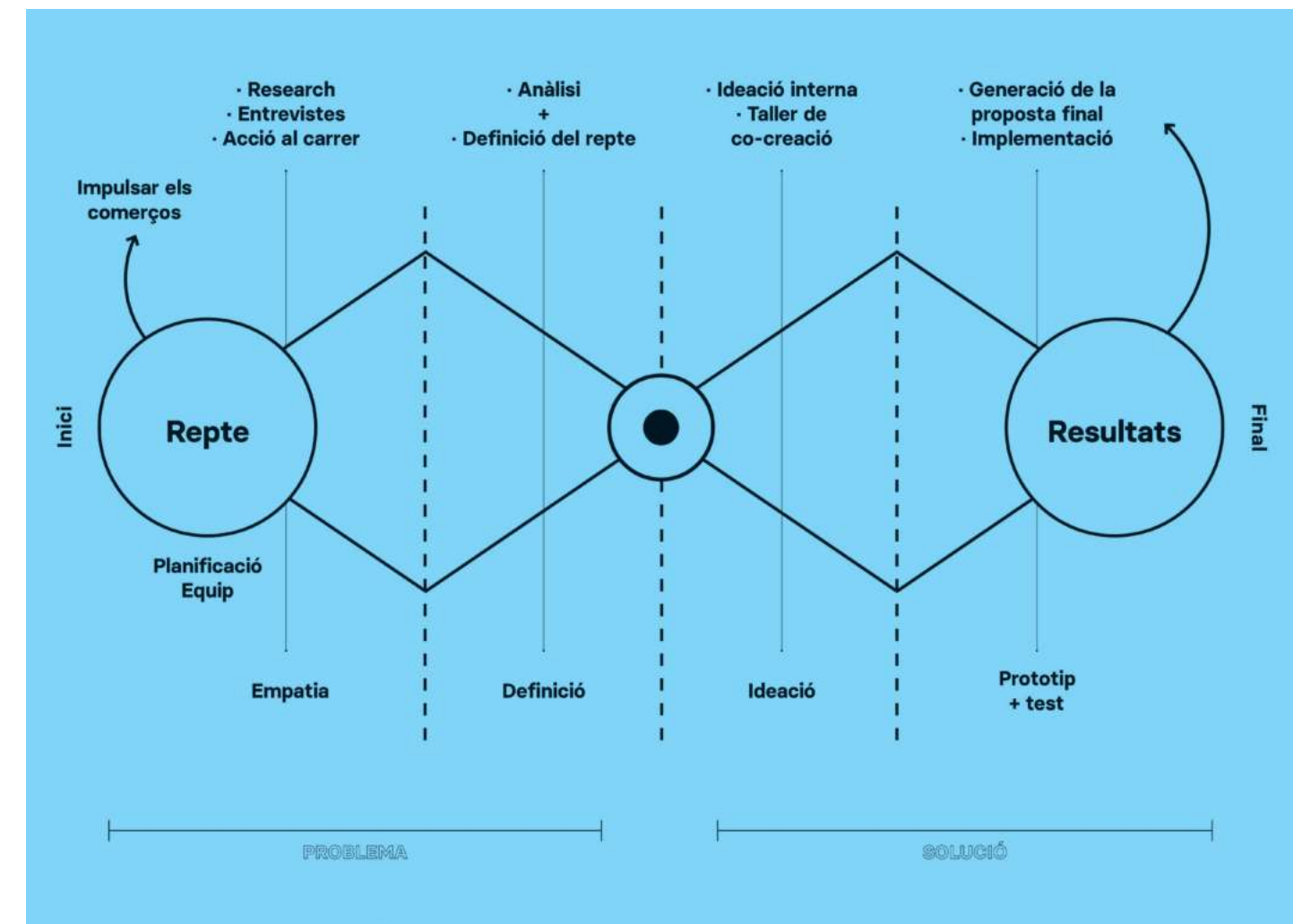
Eix Comercial Torrijos i l'Associació de Comerciants de Travessera de Gràcia Centre.

Ambdues associacions es troben properes al Mercat de l'Abaceria, en obres i amb inauguració prevista per a 2023. Aquest context ha afectat el comerç de proximitat, com el que s'agrupa a l'Associació Comercial del carrer Torrijos, amb 12 integrants, o de Travessera de Gràcia Centre, que aglutina 54 associats.

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

A través del treball interdisciplinari i l'ús del *Design Thinking* com a marc metodològic, es van explorar els diferents elements del barri. En aquest sistema de treball és tan important l'anàlisi com la intuïció per a la resolució de problemàtiques. Des d'un primer moment, es busca identificar les necessitats reals dels usuaris i les

usuàries mitjançant la seva recerca amb enquestes i entrevistes. Apropar-se al col·lectiu afectat és la manera d'entendre, abordar i solucionar el problema de forma coherent.



PROJECTE.

Investigació i entrevistes.

En aquesta primera fase es van realitzar entrevistes als comerços Bar Pietro, la botiga cultural DeTela, la farmàcia Mercat de l'Abaceria, La Algodonera, Miralles Joiers, Mundo de Hamacas, Òptica i Centre Auditiu Vision Lent, San Ramons Descans, Pqno... Handmade, Entre Latas i Pet Shop Girls. També es van estudiar les plataformes i iniciatives existents, aprofundint en la història i composició del barri, i investigant sobre iniciatives similars a altres llocs que poguessin servir de referència.



“A la botiga hi ve la gent jove, supermoderna, i gent gran, gent molt tradicional. Al barri hi ha de tot, però això m’agrada.”

La Algodonera.



“Ens estem enfocant molt a la botiga *online*. És una via més, però si tothom compra *online* la botiga física desapareixerà.”

Pqno.

Acció al carrer.

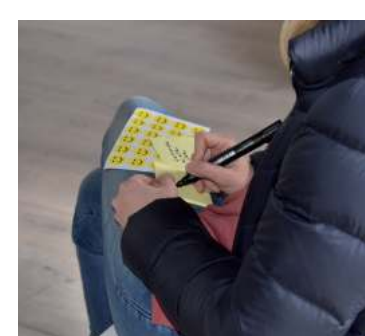
En el transcurs d'una ruta circular pels carrers propers a la zona comercial es realitzaven entrevistes curtes per copsar les opinions de les persones usuàries efectives.



Taller de cocreació.

A partir de les dades recollides i aplicant la metodologia *Design Thinking* es defineixen dos reptes a abordar. D'una banda, com podria l'equip generar col·laboracions entre els agents que formen l'ecosistema de Gràcia, que atraguin gent als comerços de proximitat del mateix barri? I de l'altra, com es podria potenciar el turisme positiu per donar a conèixer el Districte i els seus negocis?

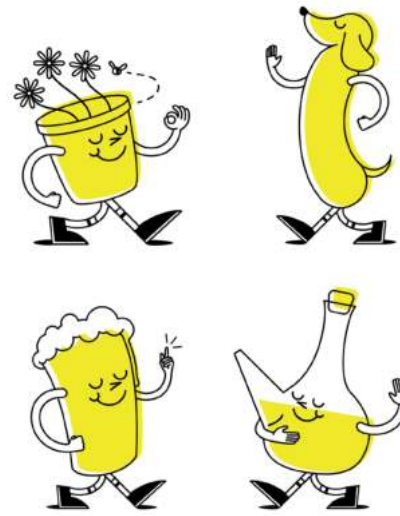
Les propostes de resposta es van mostrar a una activitat participativa amb diferents agents de barri i del projecte per incorporar les seves perspectives i tenir-ne una primera visió.



PROPOSTES.

Creació d'un sistema visual per als comerços.

Definició d'un lema, uns personatges i una identitat visual que donen imatge de barri als comerços. Reflecteix gratitud i pluralitat, mostrant les diferents versions del barri. Es podria aplicar a productes o elements de comunicació ben diversos, dins d'una campanya de promoció del comerç del barri. Creació del manual de marca per ajudar a la seva aplicació.



Moltes Gràcias per passejar

Moltes Gràcias per cantar

Moltes Gràcias per aprendre

Moltes Gràcias per ensenyar

Moltes Gràcias per gaudir

Moltes Gràcias per cuinar

Vinils als aparadors.

Es pot donar a conèixer la proposta de compra al barri, incorporant la gràfica unitària als aparadors de les botigues que participen en la campanya de revitalització del comerç.



Campanyes de comunicació.

Creació de peces que puguin posar en relleu les diferents activitats que els comerços realitzen en col·laboració amb d'altres (artistes, músics, etc.). Poden ser pòsters, vídeos per a xarxes socials, entrevistes a comerciants, etc.



Columna a *L'Independent*.

Aquesta publicació graciencina podria acollir de manera habitual una secció on entrevistar comerciants, visibilitzar nous comerços, etc. És una oportunitat per crear una relació més estreta amb la clientela de proximitat.



Pinta i coloreix infantil.

Creació de làmines amb els personatges de la campanya visual per acolorir. Atrauria les famílies als comerços, oferint una nova experiència compartida i lúdica.



Plataforma digital marketplace.

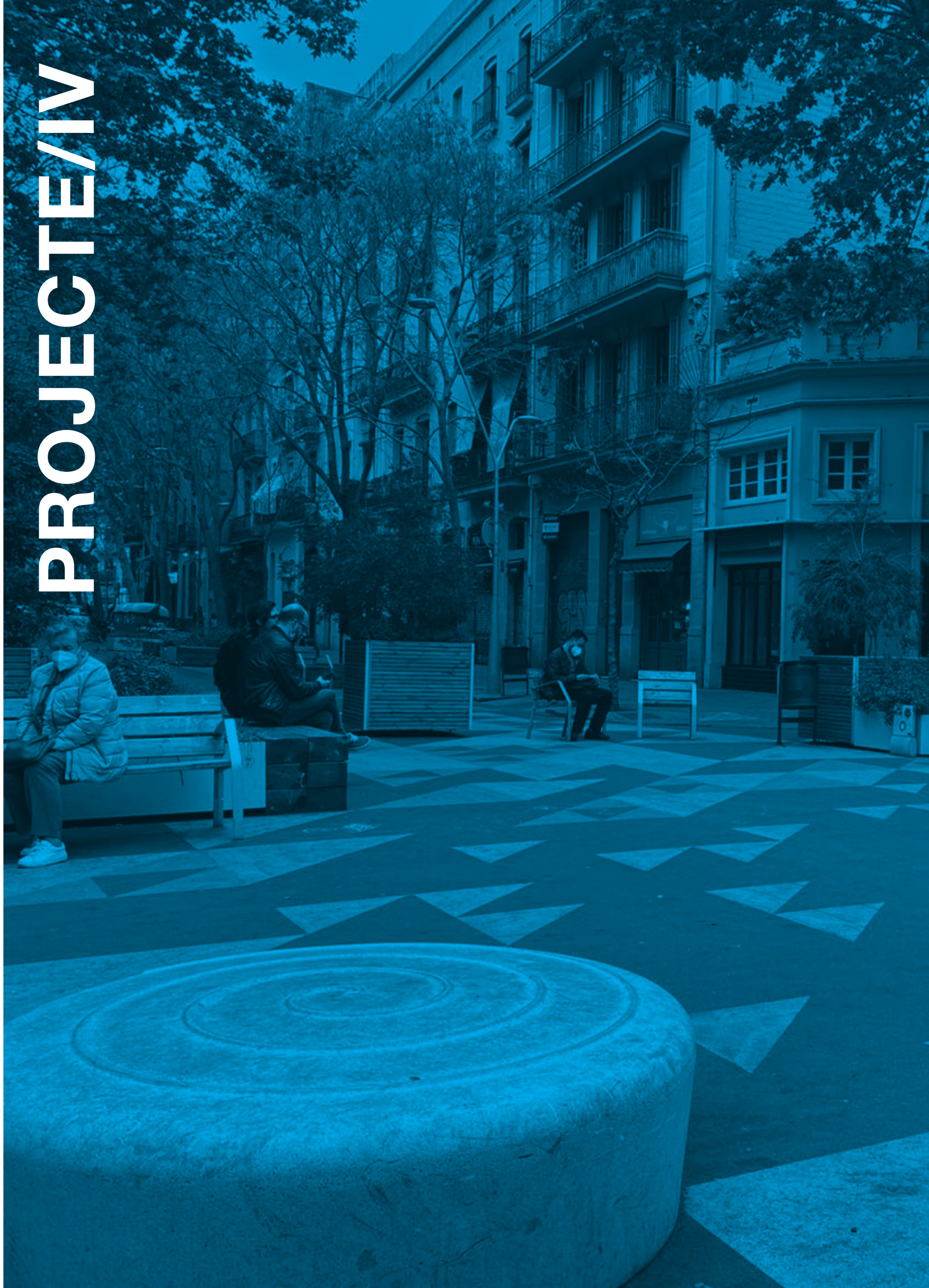
A partir del web "A Gràcia ho trobes", crear una plataforma digital per establir col·laboracions entre els diversos agents del barri. Allà es podrien centralitzar les diferents activitats executades pels i per les comerciants i ser una plataforma per donar-se a conèixer, rebre comandes, etc.



Guia de Gràcia.

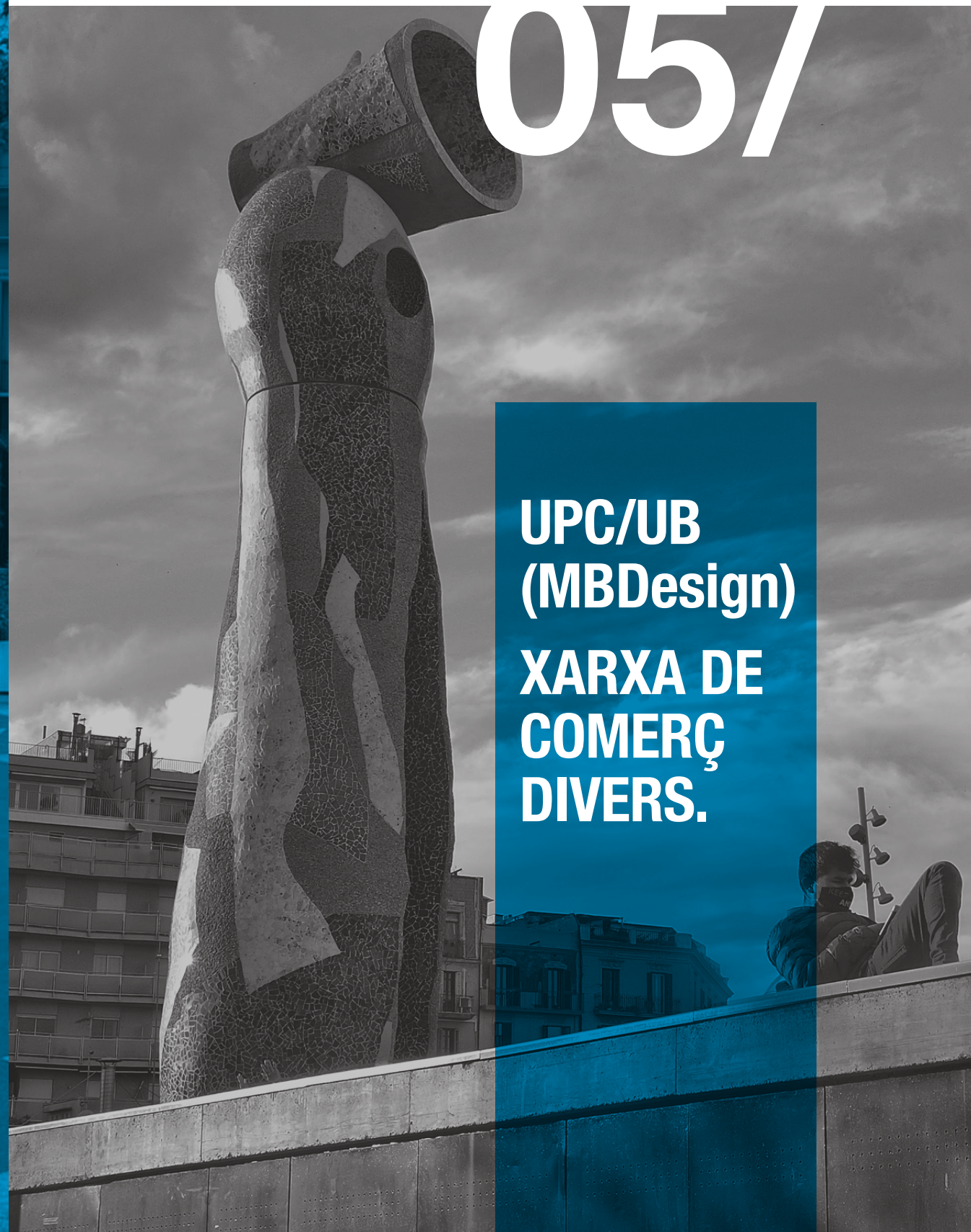
Calendari mensual i mapa amb recopilació de tallers, promocions a botigues i col·laboracions entre comerços i agents de Gràcia. Es podria fer en format cartell, presentar-se encartat al diari *L'Independent de Gràcia*, etc.





057

**UPC/UB
(MBDesign)
XARXA DE
COMERÇ
DIVERS.**



PARTICIPANTS.

El MBDesign (UPC-UB) ha participat a 'Dissenyem comerç' amb un equip multidisciplinari i internacional.

Equip.

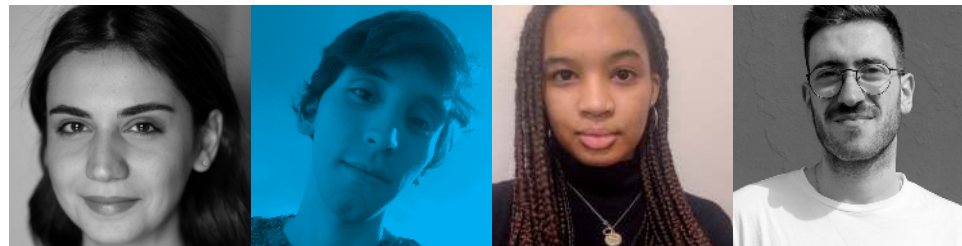


Josep M. Fort.
Professor, coordinador del MBDesign (UPC/UB).

Francesc Valls.
Professor.

Giovanny Becerra.
Estudiant, arquitecte.

Thomas Stempka.
Estudiant, artista.



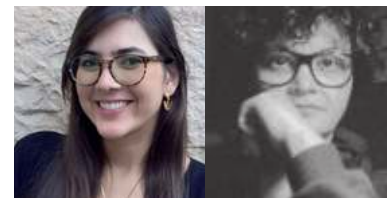
Matin Darabi.
Estudiant, arquitecta i dissenyadora.

Antonio Pineda.
Estudiant, arquitecte.

Halimatou M'Ballo.
Estudiant, dissenyadora Industrial.

Gonzalo Cordón.
Estudiant, dissenyador gràfic.

AMB LA COL·LABORACIÓ DE:



Verónica Noguera.
Estudiant i sociòloga.

Merehan Elamrosy.
Estudiant i dissenyadora.

Xarxa de comerç divers.

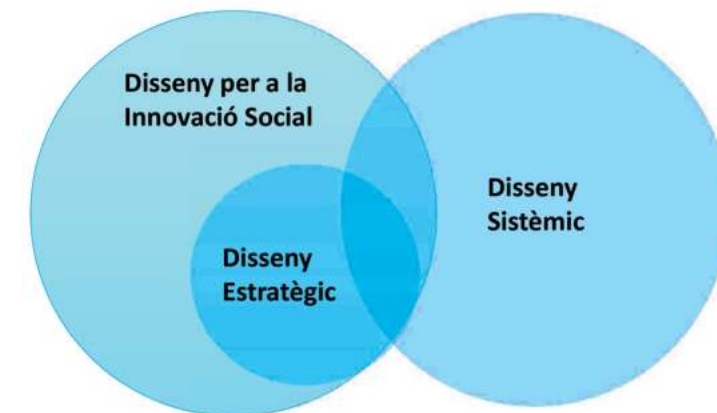
Nascuda el 2021, la Xarxa de Comerç Divers és l'evolució de l'Eix Comercial Gaixample. Té el seu nucli d'actuació a la Baixa Antiga Esquerra de l'Eixample, tot i que es connecta amb la resta d'espais diversos de la ciutat. 'Dissenyem comerç' es focalitza en la zona central, coneguda com a Gaixample.

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

S'ha abordat el projecte des de la perspectiva del disseny per a la innovació social, el situacionisme, la psicogeografia i el disseny estratègic. Aquesta aproximació des de la diversitat i la complexitat ha distingit tres escales: la percepció individual, la cartografia del lloc i els col·lectius i les entitats.

La PRÀCTICA DEL DISSENY en SISTEMES COMPLEXOS

Estratègies de Disseny Sistèmic davant el repte dels paradigmes existents



Tipus d'activitats:

- Entrevistes a grups d'interès
- Reflexió sobre experiències personals
- Anàlisi de les causes profundes
- Cartografia de sistemes
- Investigació en accions participatives
- Disseny de plataformes col·lectives
- Disseny Especulatiu
- Prototipatge de producte-servei-sistema

PROJECTE.

Investigació.

La primera fase del projecte va incloure la recerca de referents (programa Superilles i elements Singulars, Obrim carrers), contactes amb ACEGAL (Cambra de Comerç LGTBI+), així com recorreguts per la zona, imaginant com els espais es podrien transformar.

Es convoca la idea del comerç com a dinamitzador d'eixos verds i places, i laboratori per a una nova realitat.



Entrevistes.

La fase d'investigació va incloure entrevistes amb Marco Antonio García (Grupo Arena), Dani Morales (coordinador general d'ACEGAL) i Elisabeth Parés (Karakter Studio). Va quedar palès que la visualització de la comunitat LGTBI en comerços i activitats era un tema fonamental, així com la necessitat de creació de vincles entre totes les comunitats del barri perquè tothom participi de les accions a dur a terme.

“En aquest moment hem d'anar amb compte amb la sobreexposició i mercantilització.”

Elisabeth Parés.



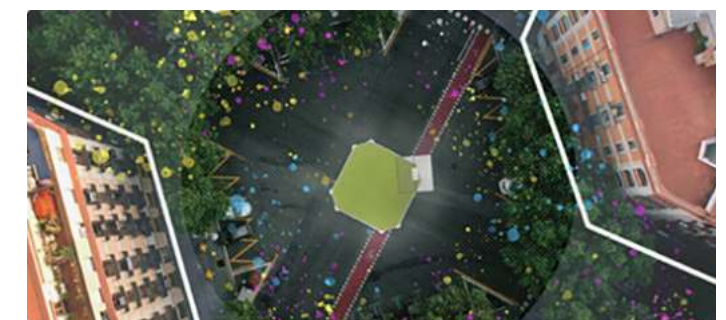
“Necessitem una identificació evident. Molts comerços a l'Eixample tenen la bandera de l'arc de Sant Martí, però no és suficient.”

Dani Morales.

PROPOSTES.

Capsa diversa: escenari inclusiu.

Antonio Pineda i Hallmatou M'Ballo proposen un mòdul multifuncional que catalitzi trobades, esdeveniments, activitats de difusió, etc. D'aquesta manera, s'atreu públic a la zona i es reforça la comunitat, la integració i la participació.



Patums i Eixample: monuments a la diversitat.

Thomas Stempka proposa intervencions urbanes per convertir els carrers del Gaixample en un monument viu, referent per a la comunitat. Malgrat el debat sobre els monuments, és vital tenir símbols tangibles i reals per buscar inspiració, permetre la reunió de la gent i activar els carrers. S'hi inclouen quatre intervencions participatives:

Pedestal “de vagos y maleantes”.

Situat a la cruïlla entre Enric Granados i Consell de Cent, aquest pedestal de pedra de Montjuïc inclou símbols que recorden la persecució històrica LGTBI+ (triangles rosa i negre, nom, etc.). El pedestal és una plataforma per a actuacions, discursos, etc..



Neo-envelat.

Verónica Noguera proposa aquest element per al comerç, la cultura i la construcció d'una identitat de barri. Consisteix en un mòdul de tarima i elements mòbils, amb una cortina que pot servir per a projeccions. Pot acollir tot tipus d'activitats, que atraurien públic al barri i als comerços de la zona, i podrien donar visibilitat a les botigues de proximitat.



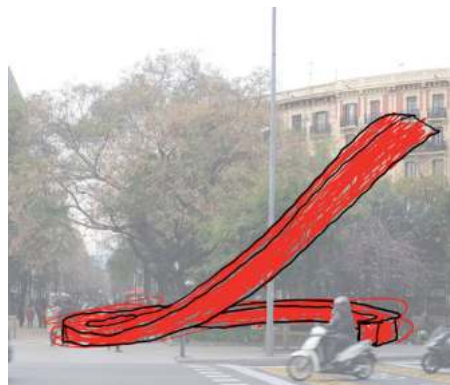
Passeig de l'arc de Sant Martí.

Sistema d'il·luminació que projecta sobre les voreres del barri els missatges que s'han recollit a les cintes de la 'Reixa pensant', amb els colors de l'arc de Sant Martí. Crearien un camí que atrauria visitants a tota la zona.



Bent, el llaç vermell.

Monument que recorda el llaç vermell de la lluita contra la sida. Format per un mosaic de trencadís que podria provenir d'una acció col·lectiva: trencar plats per alliberar la ràbia i recordar les persones que han mort per la malaltia. Es situaria al carrer d'Aragó.



Reixa pensant.

Cintes de colors que s'ofereixen durant els esdeveniments col·lectius portats a terme al pedestal per escriure-hi una frase o missatge. Es poden deixar lligades a les reixes del carrer d'Enric Granados.



Col·laborem: plataforma de reunions i desenvolupament de serveis.

Giovanny Becerra i Merehan Elamrosy proposen una plataforma digital de participació ciutadana. Permetria posar en contacte a grups de joves per desenvolupar projectes de millora dels serveis de comerços i empreses del barri, amb mentories que supervisessin el procés. Les joves generacions, més integrades al món digital, podrien ajudar els comerços a potenciar la seva presència digital, introduir-los en tendències actuals, etc. D'aquesta manera, la ciutadania contribuiria a la recuperació econòmica.





067

EINA
L'EIX DE
SARRIÀ.



PARTICIPANTS.

Eina, Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona, és un centre universitari de disseny i art adscrit a la Universitat Autònoma de Barcelona. Fundada l'any 1967 a Barcelona, va ser una de les primeres escoles de disseny d'Espanya. Té la seu al barri de Sarrià.

Equip.

Anna Bach. [Arquitecta i docent.](#)
 Anna Majó. [Dissenyadora i docent.](#)
 Sara Barrull. [Estudiant de disseny.](#)
 Noelia Candón. [Estudiant de disseny.](#)
 Martí Delclòs. [Estudiant de disseny.](#)
 Aura Olivan. [Estudiant de disseny.](#)
 Amir Rodergas. [Estudiant de disseny.](#)
 Mònica Ruiz. [Estudiant de disseny.](#)

AMB LA COL·LABORACIÓ DE:
 Sit Cantalòps. [Il·lustradora.](#)
 Nil Vila. [Programador.](#)
 Cansons Studio.
 Marc Mittenhoff. [Editor de vídeo.](#)
 Pau Vinyals. [Narrador.](#)



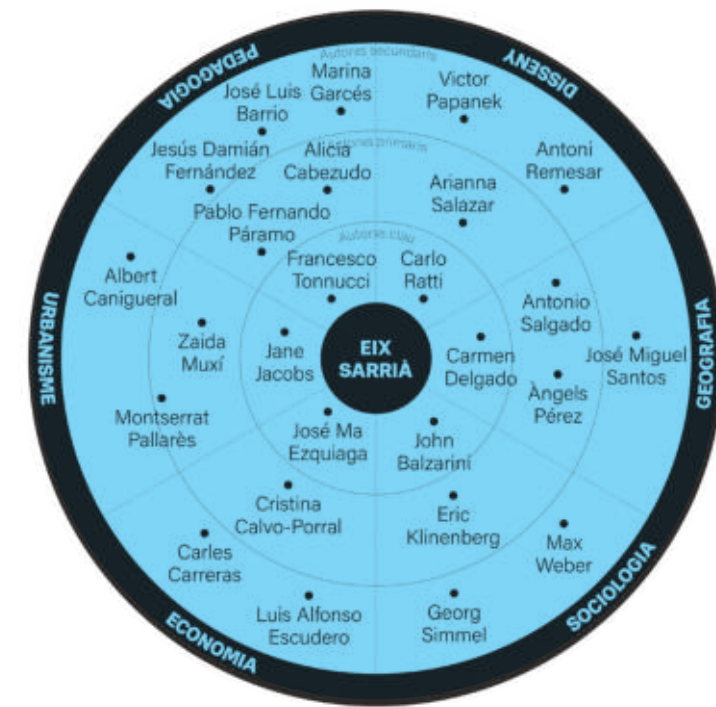
L'Eix de Sarrià.

L'associació de comerciants de Sarrià, Eix Sarrià, va néixer el 1987 i, des d'aleshores, promou i dinamitza el teixit de proximitat. L'eix vertebrador és el carrer Major de Sarrià, que en concentra l'activitat, juntament amb alguns carrers adjacents. El 2020 tenia més de 150 socis i sòcies.

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

El treball va partir d'entendre els adjectius 'de barri' i 'de proximitat' per la relació que el comerç estableix amb l'espai públic. Ambdós elements -espai públic i activitat comercial- són un dels fonaments de la ciutat i es necessiten mútuament. La idea força de les propostes és enfortir la utilització de l'espai públic com a base social de comunicació ciutadana, expressió col·lectiva i engranatge urbà que contribueixi a la dinamització del comerç.

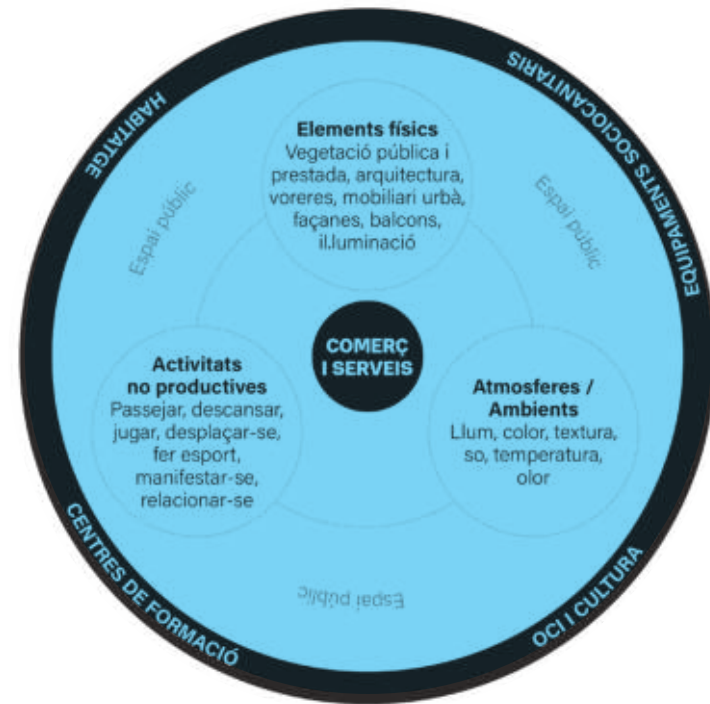
Per aconseguir-ho, es va situar l'Eix Sarrià en el centre d'interrelacions entre diferents àmbits del coneixement, permetent actuar sobre les fronteres de disciplines tradicionalment definides com l'urbanisme, la sociologia, el disseny, la geografia o l'economia.



PROJECTE.

Hipòtesis de treball.

L'equip va treballar per desenvolupar diverses hipòtesis en forma de preguntes: Estem davant d'un model de consumisme en crisi? Què determina la bona salut del comerç del barri de Sarrià? Què entenem per entramat social viu/ agradable/curós/funcional? Al barri de Sarrià, n'hi ha? Quants? Com són?

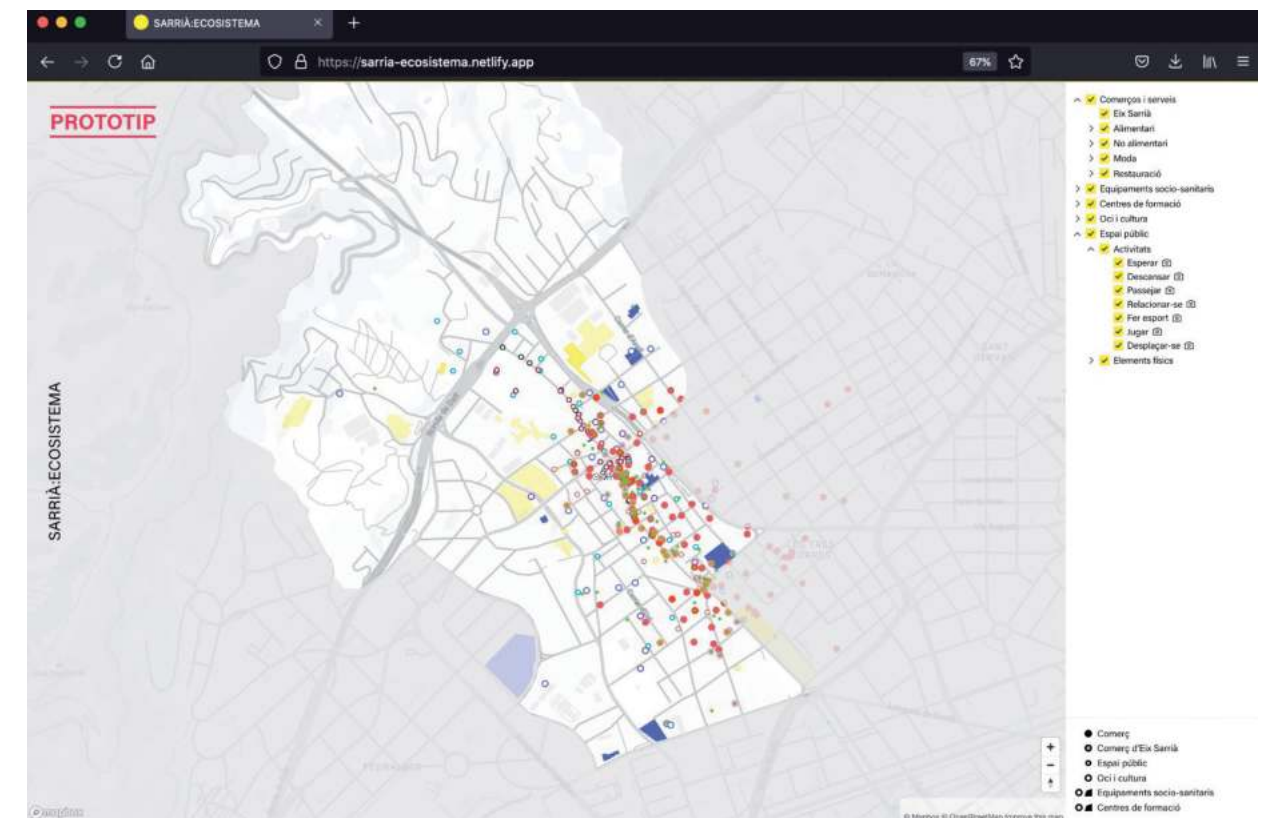


Prototipatge.

Per tal d'explorar la relació entre comerç i espai públic del barri de Sarrià s'ha desenvolupat el prototip SARRIÀ: ECOSISTEMA, una eina digital que permet una aproximació a la realitat urbana del barri flexible i dinàmica. Gràcies a les dades introduïdes i a un sistema de filtratge, permet visualitzar les diverses activitats que tenen lloc al barri, fent evident

les dispersions, els desbordaments i les discontinuïtats pròpies de la zona.

La investigació i el prototipatge de l'eina digital van permetre cinc oportunitats de disseny per activar l'espai públic i, així, impulsar el comerç del barri de Sarrià.



Vegetació pública.



Vegetació prestada.



Entorn construït.



Desplaçar-se.



Relacionar-se.



Descansa.



PROPOSTES.

Sistema de coberta vegetal.

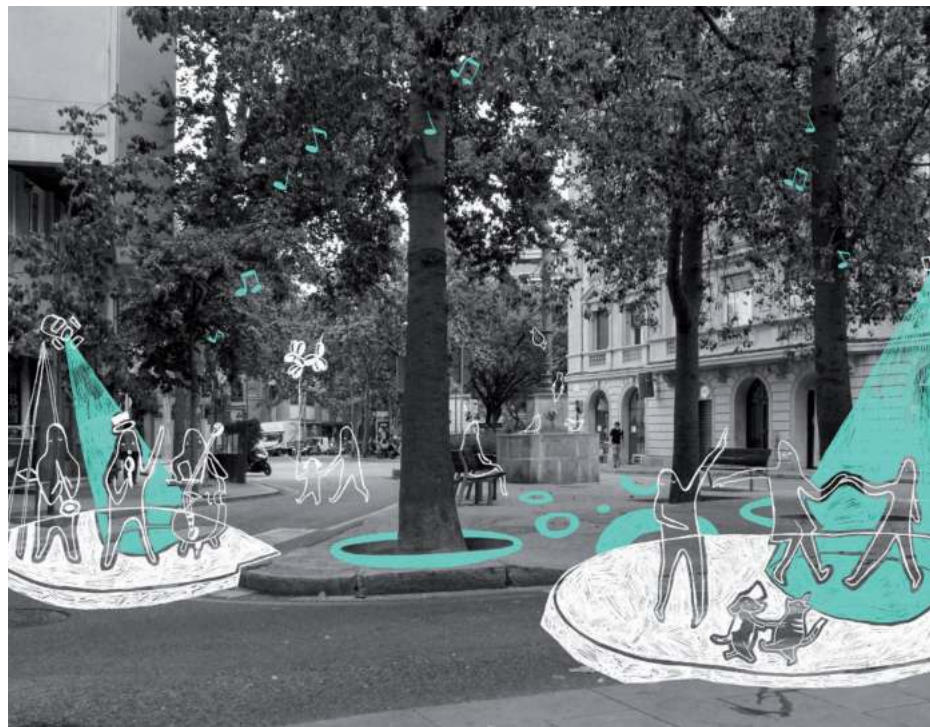
A carrers amb poc arbrat es podria instal·lar una estructura de tensors que donin suport a una coberta vegetal de fulla caduca. Durant la primavera i l'estiu donaria ombra al carrer, rebaixant la temperatura, i permetria l'entrada del sol a la tardor i a l'hivern. Aquest element natural dotaria els carrers d'un caràcter molt particular, reforçant la imatge de Sarrià com un barri verd.



50

Eixamplament tàctic de voreres.

Col·locació estratègica de tarimes mòbils en alguns passos de vianants, per tallar provisionalment alguns carrers durant els caps de setmana. Aquests espais pacificats podrien acollir activitats de joc i lleure. També es planteja una intervenció més permanent, però subtil, en espais ja convertits en zona de vianants. Pintar cercles o emprar un paviment diferenciat convidaria a utilitzar les voreres d'una manera imaginativa.



Estratègia d'il·luminació.

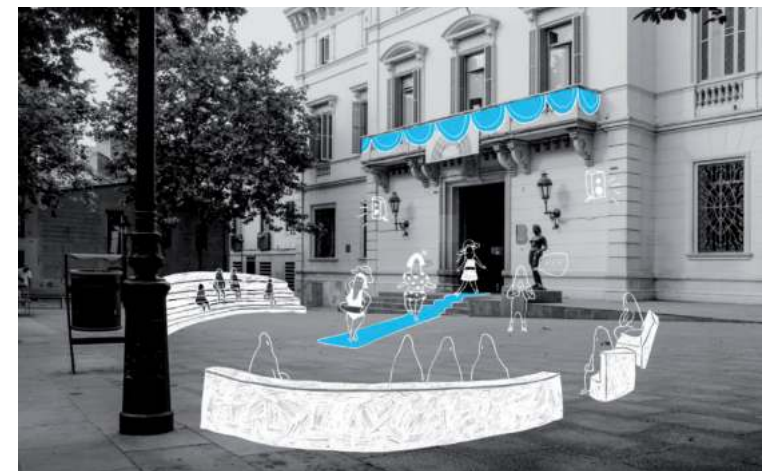
Suavitzar la il·luminació existent mitjançant elements, com ara pantalles translúcides de colors càlids. Aquests 'núvols' de llum conviden a apropar-se i activen llocs que, aparentment, no tenen un atractiu o caràcter específic. L'objectiu és crear llocs amb una identitat potent i una capacitat de convidar a gaudir de l'espai públic de Sarrià.



Programa d'activitats per compartir coneixement.

Amb l'objectiu de compartir coneixement expert i establir noves relacions interpersonals al barri basades en l'aprenentatge recíproc, es proposa dissenyar un programa d'activitats basat en els diferents camps de coneixement professional que tenen els i les comerciants del barri (jardineria, pastisseria, etc.). L'ús de l'espai públic i obert, per exemple la plaça de Sarrià, obre i apropa aquest coneixement a la ciutadania.

51



Nou mobiliari urbà.

Creació d'objectes que conformin un nou mobiliari urbà, lleuger i mòbil, amb capacitat de potenciar l'activitat cultural i ciutadana. El mobiliari formaria un conjunt a base de fragments, que poden funcionar com a grades o d'escenari on muntar petits actes, espectacles o assemblees. Afegint cadires o movent les peces, aquest mobiliari s'adapta a múltiples formats.



077



L'IDEM
BARCELONA
ASSOCIACIÓ
DE
COMERCIANTS
DE LA
RAMBLETA.

PARTICIPANTS.

L'Idem Creative Arts School és una escola internacional especialitzada en arts creatives, en especial, animació i disseny digital. Compta amb campus a França i Barcelona.



Equip.

- Pablo Garcia.
Docent coordinador del projecte.
- Guido del Solar.
Docent director del projecte.
- Richard Billard.
Estudiant de disseny digital internacional.
- Justine Bournet.
Estudiant de disseny digital internacional.
- Lala Pashayeva.
Estudiant de disseny digital internacional.
- Tomàs Robres.
Estudiant de disseny digital internacional.
- Rubén Oses.
Estudiant de disseny digital internacional.
- Mariona Jiménez.
Estudiant de disseny digital internacional.

Associació de Comerciants de la Rambleta.

L'Associació reuneix a comerciants de La Rambleta de Joaquim Valls, al districte de Nou Barris. És una associació petita en extensió, molt arrelada al barri de la Prosperitat.

Entre els reptes a afrontar destaca la proximitat de grans centres comercials i l'envelliment de la població del barri.



METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

Treballant conjuntament amb tots els actors involucrats en el comerç del barri, a través de diverses metodologies d'estudi i recerca de l'àrea urbana, les necessitats dels i les comerciants i les necessitats dels i les vianants,

es genera un diagnòstic i posterior desenvolupament de propostes, que ajudarien no només a aquests comerços de l'eix, sinó a tot el barri. Després d'una recerca sobre els actors fonamentals de la zona, el context

i la història del barri, es va iniciar un treball de camp amb observació i enquestes.

PROJECTE.

Treball de camp i entrevistes.

Es va dur a terme treball de camp amb enquestes i es van realitzar sis entrevistes a comerciants de la zona per conèixer la valoració de l'entorn i la situació actual: Alfredo Ramírez (Viajes Páramo), Esther Rodríguez (Esther Salón de Belleza), Dámaris Rasero (Clínica Dental Dra. Dámaris Rasero), Lucas Tome (APP Informática), Manuel López (Restaurante Rincón Galego), i Juanma Callejo (Taller Floral Camí de Roses).



“A los vecinos les gusta comprar en su barrio.”

Alfredo Ramírez.

“El comercio de proximidad es confianza”

Manuel López.



“Fomenta la economía circular: lo que se consume aquí, va a quedar aquí.”

Juanma Callejo.



Taller de cocreació.

Sessió de pluja d'idees, on els diferents actors de la zona van poder conèixer i valorar les primeres idees, sorgides de la investigació, per incidir en els punts clau: millora de la neteja del barri, actualització digital, manca d'elements de comunicació de l'associació, etc.



PROPOSTES.

56

Mapa de comerços.

Creació d'un mapa desplegable amb els llocs més importants de la zona, els comerços de l'Associació, altres comerços i esdeveniments, que inclou un espai per a publicitat dels negocis. Permet donar visibilitat més enllà del barri i arribar a tota la ciutat.



Pàgina web i xarxes socials.

Creació d'una pàgina web i unes xarxes socials unificades, on tots els comerços poguessin tenir el seu espai. La gestió conjunta faria més senzilla l'actualització i n'augmentaria l'abast. Significaria un pas endavant en la digitalització dels comerços i l'apropament a un públic més jove.



Escombraries per a gossos.

Estructura amb paperera i dispensador de bosses per recollir els excrements dels gossos, que a la vegada actua de recordatori perquè la ciutadania mantingui net l'entorn. Reforçaria la imatge de compromís de l'Associació amb el barri.



Estructura urbana.

Composta per tres panells mòbils, aquesta estructura, que se situaria a La Rambleta, oferiria espai per a informació, anuncis, promocions, etc. Seria un punt de trobada per a la ciutadania i de referència per als nous i les noves visitants.



Targeta de fidelitat.

La clientela pot accedir a descomptes i altres beneficis si aconsegueix una sèrie de fites. La targeta reforça la imatge de l'Associació, aporta valor a la clientela i fidelitza les compres. Costa cinc vegades més adquirir nova clientela que retenir l'actual.



Artistes locals.

Exposicions d'artistes emergents als aparadors dels comerços. Serviria per atraure a clientela més jove. Es podria crear un mapa amb la ruta per visitar tots els comerços que segueixen la iniciativa.



57

Botigues al carrer.

Acció on les botigues prenen el carrer i treuen una taula a l'exterior per atreure possibles nous consumidors i noves consumidoras. Marcaria un punt d'unitat entre comerços, reforçant l'esperit de proximitat i tracte personalitzat.



Manual de disseny.

Distribució entre els membres de l'Associació d'un manual breu sobre conceptes de disseny, per tal que els i les comerciants puguin ser més autònoms en la detecció de necessitats del seu negoci (logotips, xarxes socials, disseny d'un menú, etc.).



Rebranding.

Millora de la gestió de la marca de l'Associació per crear identitat, aconseguir més rellevància i difusió.



Adhesius.

La senyalització exterior dels comerços de l'Associació amb uns adhesius reforçaria la imatge d'unitat envers els consumidors i les consumidoras.



087



**ELISAVA
SAGRERA
ACTIVA
ASSOCIACIÓ
DE
COMERCIANTS.**

PARTICIPANTS.

Elisava, Facultat de Disseny i Enginyeria de la UVic-UCC, forma professionals amb capacitat per dissenyar productes, serveis i entorns per crear una societat responsable amb el medi ambient, inclusiva i amb impacte social.



Danae Esparza.
Docent tutora.

Ramon Faura.
Docent tutor.

Lia Alsina.
Estudiant de disseny de producte.

Clàudia Anguera.
Estudiant de disseny d'espai.

Equip.



Irene Domínguez.
Estudiant de disseny gràfic.

Marcel Galtés.
Estudiant de disseny gràfic.

Gabriel Pérez.
Estudiant de disseny gràfic.

Xavi Pons.
Estudiant d'enginyeria del disseny.

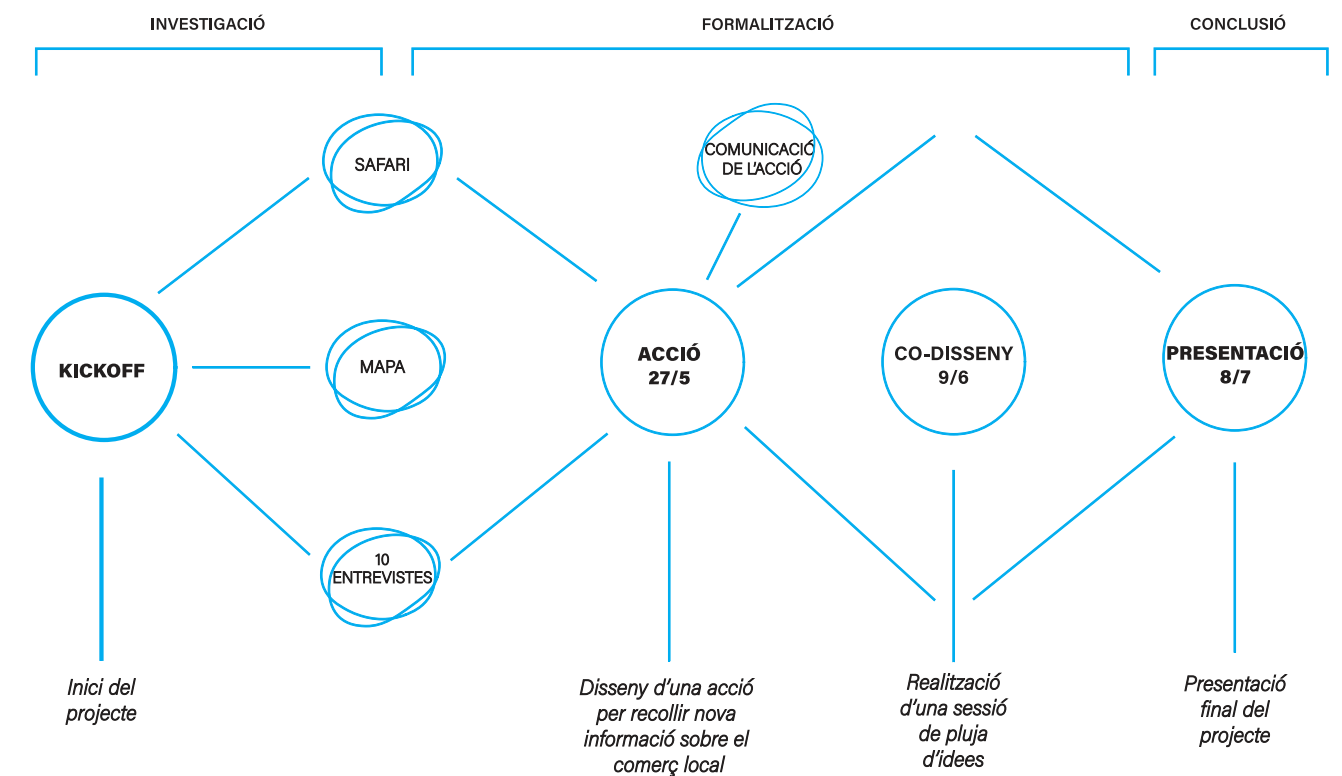
Sagrera Activa Associació de Comerçants (SAAC).

Més de 70 comerços de la Sagrera estan associats al SAAC, en una zona delimitada aproximadament pels carrers de Felip II, Concepción Arenal, Rovira i Virgili i les vies del ferrocarril. La major part dels comerços pertanyen al sector de la restauració (16), l'alimentació (11) i els serveis (11). Per opinions recollides entre el veïnat durant la investigació, queda palès que

falten comerços de roba, 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.

METODOLOGIA I ENFOCAMENT.

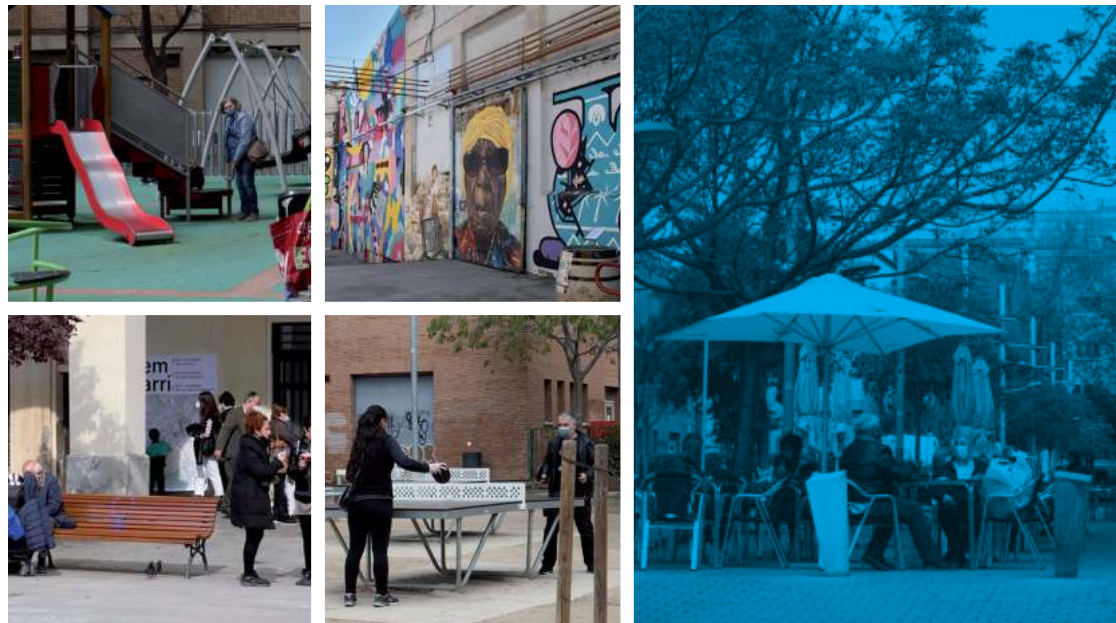
El projecte s'ha dividit en tres fases: investigació, formalització i propostes a manera de conclusió. Per a cada fase, s'han proposat activitats per recollir informació sobre el barri provinent de veïnat i comerciants. Es parteix d'una visió on el disseny es duu a terme colze a colze, tractant d'entendre les necessitats de les persones que es beneficiaran de les propostes finals.



PROJECTE.

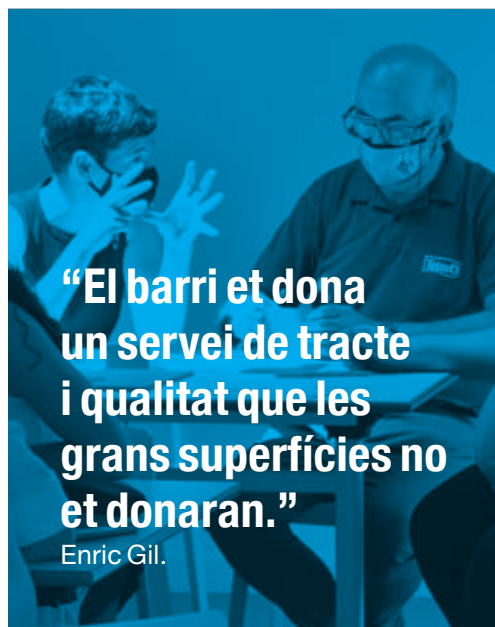
Investigació.

Recerca sobre la història i l'actualitat del barri, un safari fotogràfic o un mapa dels comerços associats van ser alguns dels elements inicials. També es va preguntar a les persones del barri pels seus recorreguts quotidians i, així, incorporar la seva mirada.



Entrevistes.

Es van entrevistar a deu actors de la vida comercial del barri: Anna Arbós (Ortopèdia Arbós), Enric Gil (Meridiana Aquarium), Sergi Díaz (Bcn Fusió), Susana (Patisserie Bareche), Jordi (Aromes Cafeteria), Sara (Ferdeòptics Pre-Visió), Txell (Trabookaire), Isabel Loscos (consellera de Comerç del Districte), Helena Serrasola (responsable de Promoció del Districte), Núria Pérez (dinamitzadora del SAAAC) i Sara (veïna). La conclusió de les trobades va ser que hi ha molta conscienciació envers el fet que cal tenir cura del petit comerç, ja que protegint-lo es protegeix el barri.



“El barri et dona un servei de tracte i qualitat que les grans superfícies no et donaran.”

Enric Gil.



“Tot abans estava ple de petites botigues al carrer Gran de la Sagrera. Ara n’han obert algunes; tant de bo estiguin amb nosaltres molts anys!” Anna Arbós.



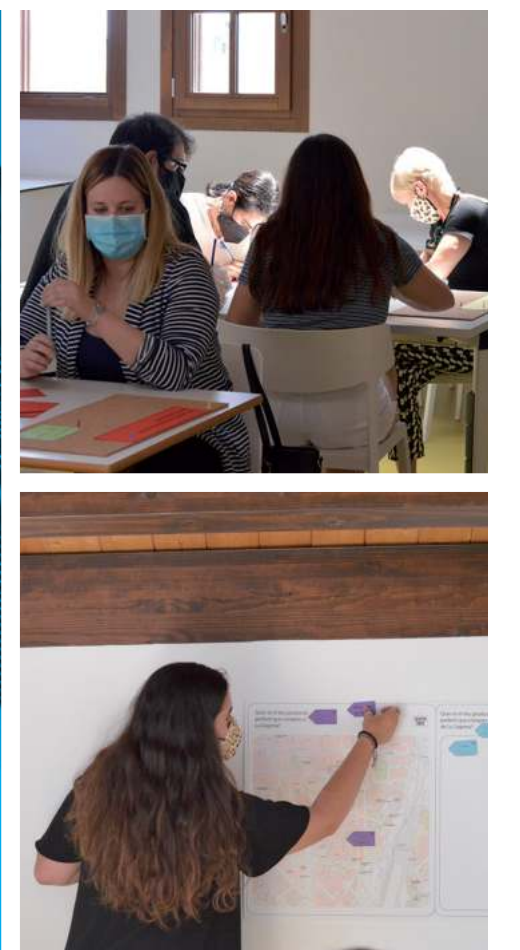
Sessió de cocreació.

L'objectiu d'aquesta sessió era generar idees a partir de la col·laboració entre els diferents agents implicats. És una pràctica que parteix de la base que el disseny és una activitat pròpia de l'ésser humà. A més, resulta especialment interessant en la mesura que inclou punts de vista diferents que amplien i enriqueixen la visió del dissenyador o de la dissenyadora professional. A la trobada es van treballar una desena d'idees, germen de les propostes finals.



Acció al carrer: Sagrerenc/a de l'any.

A la plaça Masades es va instal·lar una estructura amb dues cares diferenciades: una d'elles era una superfície de mirall on la gent s'hi veia reflectida; l'altra era un suro on deixar l'opinió sobre el comerç de proximitat. Entre els aspectes més destacats que hi van aparèixer destaca el tracte proper, la proximitat i la qualitat dels productes. L'atenció a la clientela és el factor més valorat.



PROPOSTES.

El comerç hi és sempre.

Decorar les persianes dels comerços amb grafitis personalitzats. A més d'evitar pintades no desitjades, pot ser una bona manera d'explicar l'essència de l'establiment fora dels horaris d'obertura i crear identitat de barri.



Capgròs del SAAC.

Disseny anual d'un capgròs del dedicat al Sagrerenc/a de l'any. La seva creació es podria vehicular a través d'un concurs entre les escoles del barri.

Premi "comerciant de l'any".

Distinció anual a un o una comerciant per reconèixer l'aportació a la millora de la vida del barri. El guardó potencia i reconeix el valor social del comerç local, a la vegada que dona visibilitat al SAAC.



Benvinguda al SAAC: el llibre que creix amb tu.

Creació d'un llibre amb informació sobre cada establiment del SAAC i les persones que l'integren, per potenciar l'experiència associativa. Es repartiria entre els comerços adherits i podria ser consultat per la clientela.



Mostra de cinema.

Organització d'un concurs de curtmetratges, en col·laboració amb centres educatius del barri i altres institucions. Les temàtiques es podrien vincular a la Sagrera. El resultat del concurs es presentaria en una mostra a l'aire lliure.



Vermuts estacionals a la Sagrera.

Promoció d'una fira amb espectacles i vermut a l'aire lliure, en col·laboració amb les escoles de música i arts escèniques locals. Permetria descobrir tant l'oferta gastronòmica del SAAC com el potencial artístic del barri.

Ruta de parcs singulars de la ciutat.

Senyalització d'una ruta per diferents parcs de tota Barcelona per fomentar-ne l'ús entre les famílies i donar a conèixer aquells espais singulars, sovint poc coneguts. S'hi inclouria el parc de la Pegaso, per incitar a visitar el barri.



Banc del temps.

Cada persona adscrita al Banc del Temps-SAAC disposaria d'un talonari de temps que utilitzaria cada vegada que invertís les seves hores a ajudar al SAAC amb alguna activitat. D'aquesta manera, es podrà quantificar l'esforç de cada associat o associada i es motivaria a qui menys participa a involucrar-se en més accions o esdeveniments.



El SAAC a l'intercanviador de metro de la Sagrera.

Pensant en l'elevat nombre de persones que transiten per l'intercanviador de l'estació del metro de la Sagrera, instal·lació d'un element visible que informa de l'existència del SAAC i del teixit comercial del barri. Inclou un mapa de la Sagrera amb tots els comerços del SAAC i altres punts rellevants.



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

Adequació d'un espai de trobada per als veïns i les 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 guinguetes amb la gràfica del SAAC per fer visible l'associació.



Mapa del comerç de la Sagrera.

Distribució d'un mapa de la Sagrera amb història, parcs, llocs significatius i, per descomptat, els comerços del SAAC. Així, la guia pràctica i el sentiment de barri conflueixen en un element atractiu i comprensible.

Dissenyem comerç és un projecte impulsat per la Regidoria de Turisme i Indústries Creatives amb la col.laboració de la Regidoria de Comerç, Mercats, Consum, Règim Interior i Hisenda, i coordinat per Disseny Hub Barcelona i Barcelona Activa.

Autoria de les imatges i projectes: els equips de treball de cada centre: Elisava, Acid House, LCI, MBDesign (UPC-UB), Eina, L'Idem

Disseny i maquetació: Géza Olasz

© Barcelona Activa 2021

