

Acid House & Eix Comercial Poblenou

# Dissenyem Comerç

Promogut per



Disseny Hub  
Barcelona

Desenvolupat per







# Índex

6	Introducció
8	Equip
10	Objectius
13	Procés / Design Thinking
18	Recerca
32	Diagnòstic
40	Ideació
44	Prototipat + Testatge
59	Propostes
78	Conclusions

# Introducció

Acid House és un centre de disseny i formació, impulsat per Folch Studio, on la creativitat i la innovació són el motor del projecte. Situat al barri de Poblenou, és el lloc perfecte per explorar, crear i produir iniciatives innovadores en el marc del districte creatiu i tecnològic del 22@.

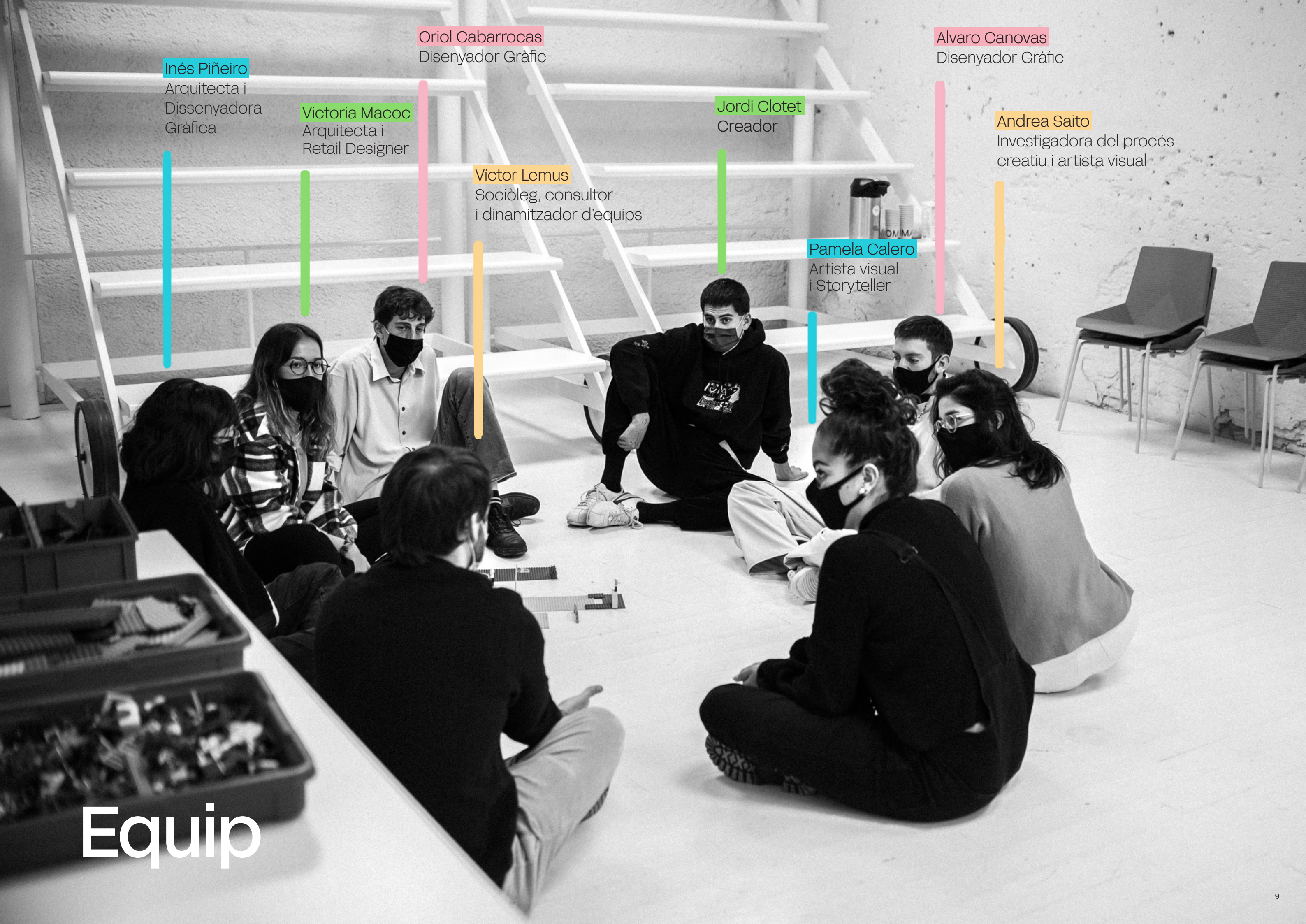
En els últims mesos, Acid House s'ha sumat a la iniciativa Dissenyem Comerç, un projecte impulsat per l'Ajuntament de Barcelona, la Regidoria de Comerç, la Regidoria de Turisme i Indústries Creatives, el Disseny Hub i Barcelona Activa, que reuneix estudiants multidisciplinaris al voltant del món del disseny per a treballar conjuntament amb el teixit comercial de la ciutat i elaborar propostes de dinamització i potenciació del comerç de barri.

El petit comerç ha estat un dels sectors més afectats per la crisi sanitària derivada de la COVID-19. La caiguda del turisme, les diferents restriccions imposades per a controlar la pandèmia i el canvi de dinàmiques que ha provocat el teletreball, han obligat a nombrosos comerços a abaixar la persiana per sempre. Els tancaments han impactat amb molta força en zones molt dependents del turisme com Ciutat Vella o com el barri Gòtic, però també en barris amb un comerç de proximitat molt arrelat, com Sants o Poblenou.

Durant aquests tres mesos, sis alumnes amb perfils creatius de diferents disciplines, han estat investigant, a través de la metodologia del Design Thinking, les necessitats i oportunitats del teixit social i comercial del Poblenou, amb l'objectiu d'entendre i empatitzar amb el context actual i la història del barri.







**Inés Piñeiro**

Arquitecta i  
Dissenyadora  
Gràfica

**Victoria Macoc**

Arquitecta i  
Retail Designer

**Oriol Cabarrocas**

Disenyador Gràfic

**Víctor Lemus**

Sociòleg, consultor  
i dinamitzador d'equips

**Jordi Clotet**

Creador

**Pamela Calero**

Artista visual  
i Storyteller

**Alvaro Canovas**

Disenyador Gràfic

**Andrea Saito**

Investigadora del procés  
creatiu i artista visual

**Equip**



Els objectius principals del projecte  
Dissenyem Comerç consisteixen en:

# Objectius

El projecte parteix amb l'objectiu d'impulsar i reforçar el comerç local al barri de Poblenou, posant el focus en els comerços adherits a l'Eix Comercial.

A través d'un treball creatiu interdisciplinari i l'exploració del Design Thinking com a marc metodològic, es busca entendre el barri i col·laborar amb les persones que el viuen dia a dia, per a localitzar oportunitats d'acció, idear i desenvolupar propostes capaces de dinamitzar, potenciar i aportar valor al comerç.

- Apropar estudiants de disseny i comerços de la ciutat de Barcelona per a la visibilització dels valors del comerç de proximitat i del disseny, en ambdues direccions.
- Elaborar propostes per a impulsar el comerç de proximitat a la ciutat de Barcelona a partir d'una mirada transversal que inclogui temes de comunicació, serveis, esdeveniments, senyalització, amb especial èmfasi en la reactivació del comerç post-COVID 19.
- Incloure en el procés de disseny als diferents agents, estudiants, comerciants i veïns a través d'accions/tallers creatius que es puguin desenvolupar en espais públics/municipals del territori.
- Donar visibilitat al projecte i compartir el procés amb la ciutadania.





Design Thinking

# Procés

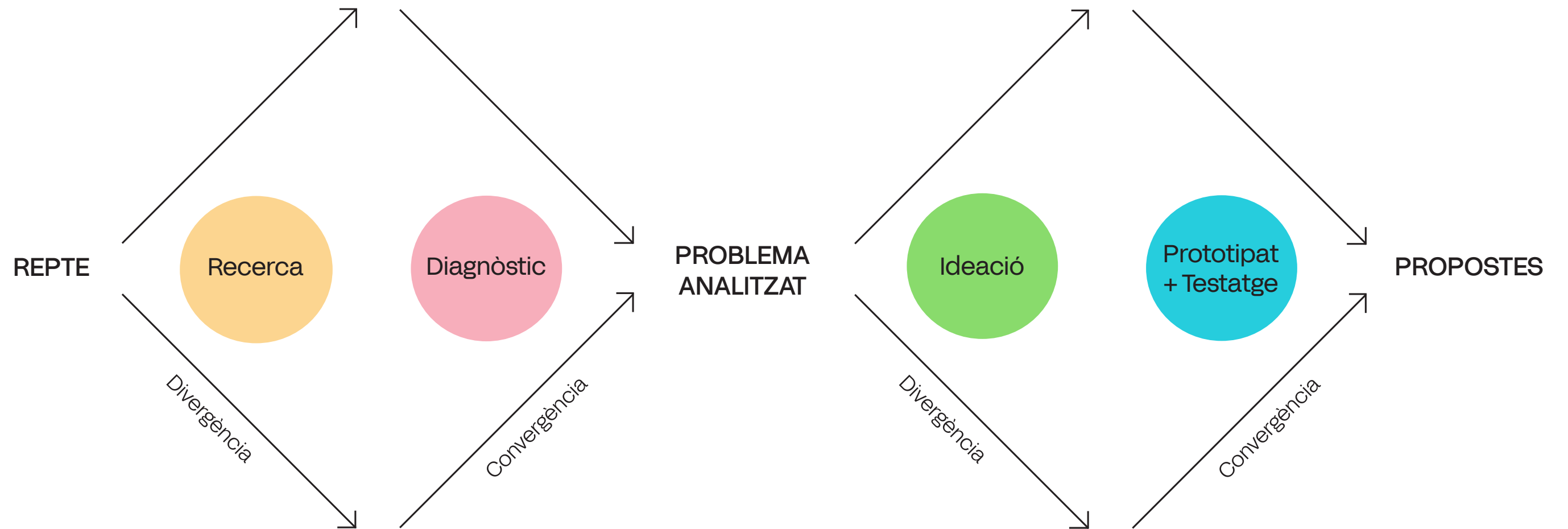
El Design Thinking és un procés iteratiu en el qual busquem comprendre a l'usuari, desafiar suposicions i redefinir problemes en un intent d'identificar estratègies i solucions alternatives que poden no ser evidents instantàniament amb el nostre nivell inicial de comprensió. Al mateix temps, el Design Thinking proporciona un enfocament basat en solucions per a resoldre problemes. És una manera de pensar i de treballar, així com una col·lecció de mètodes pràctics per generar solucions innovadores.

Aquest procés gira entorn d'un profund interès per comprendre les persones per a qui dissenyem. Ens ajuda a observar i desenvolupar empatia amb l'usuari i a qüestionar-nos quin és el veritable problema amb el que es troba.

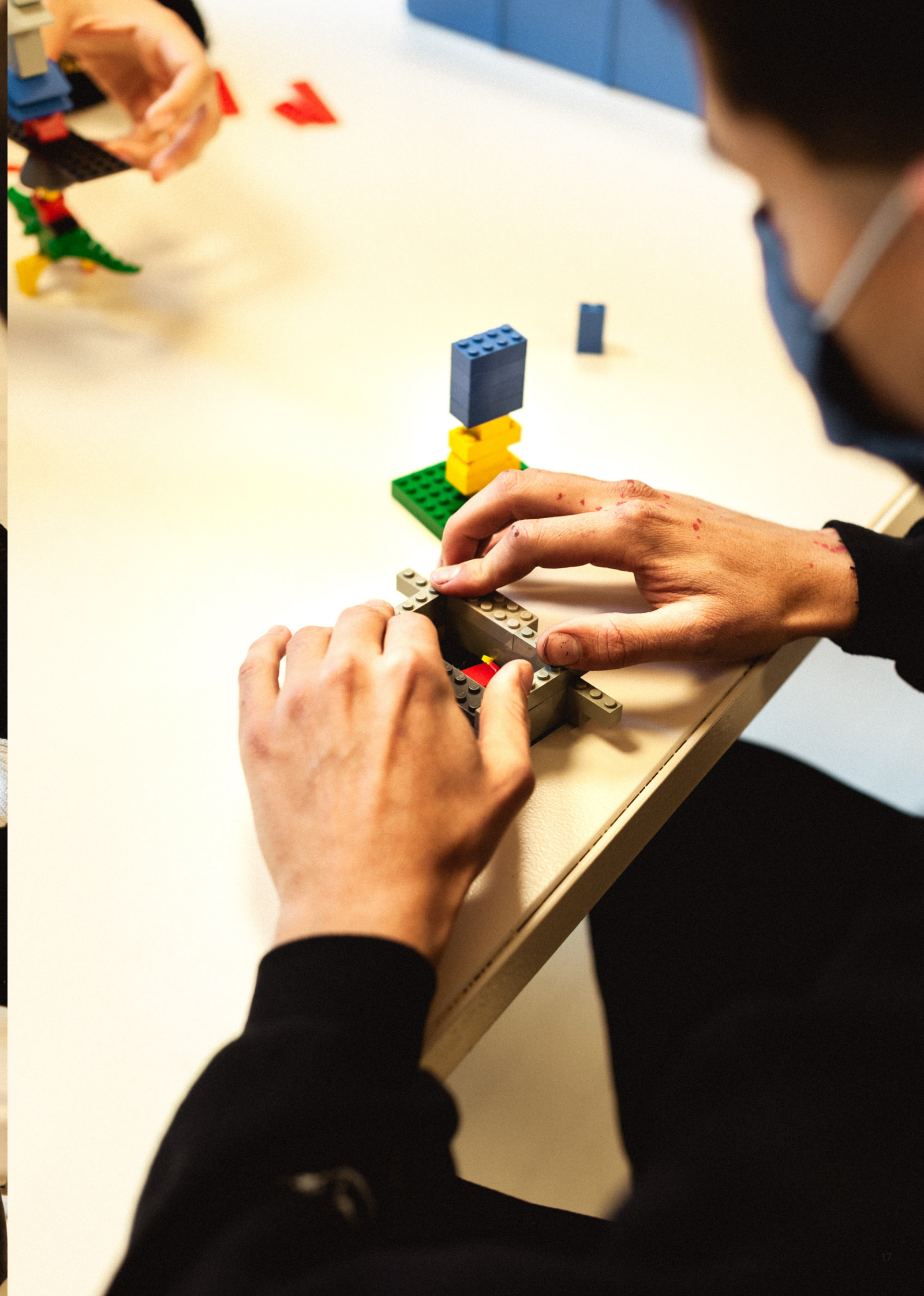
El Design Thinking és extremadament útil per a abordar problemàtiques en entorns volàtils, incerts, complexos i ambigus. Per aquest motiu, esdevé una eina ideal en el context actual.



# El procés del Design Thinking









# 1. Recerca

Aquesta primera fase consisteix a fer un treball de camp on s'investiga el context i s'identifiquen els actors que participen i intervenen en el teixit social, cultural i comercial del barri de Poblenou.

Per a aquesta primera etapa va ser fonamental l'empatia, que implica observar, escoltar i entendre les persones per a les quals s'està dissenyant. Aquesta empatia generada, permet comprendre les seves experiències i motivacions, així com submergir-se en el seu entorn per a tenir una comprensió més profunda dels problemes, necessitats i desafiaments involucrats.



Per a poder comprendre el context de la forma més fidel a la realitat possible, vàrem centrar el treball de camp en quatre perfils principals:

- Comerciants del barri
- Creatius i Coworkers
- Residents de Poblenou
- Eix Comercial

Els nostres esforços d'investigació es van centrar en entendre el conglomerat d'actors que conviuen al barri, tenint en compte la seva realitat i les seves necessitats funcionals, socials i emocionals.

Per a extreure aquesta informació, vàrem utilitzar diverses tècniques d'observació, des de convertir-nos en l'usuari i visitar els comerços per entendre l'experiència dels seus clients, fins a realitzar entrevistes en profunditat als diferents actors, passant per tècniques tan diverses com el Shadowing o el Fly on the Wall.



## — Comerciantes del barrio



\*Funcional: El público del barrio es más fiel y hay una concienciación de apoyo al comercio local. Hay un trato cercano y humilde, los clientes se convierten en amigos.

\*Emocional: Es un barrio con variedad de negocios y hay mucha relación entre los comercios. Muchos de los que forman parte del Eix se conocen entre sí.

\*Social: Es un "barrio de 3 calles", donde todo esta a mano, a 10 minutos andando.

## — Creatius i CoWorkers



\*Funcionalmente busca estar en una zona donde tiene proximidad y conectividad a un network de personas de disciplinas parecidas.

\*Emocionalmente busca el status que viene por añadidura de trabajar en Poblenu. Poblenu es un statement de lo emergente, de la creatividad, de las tendencias y el diseño.

\*Socialmente busca una comunidad para network. El hecho de que haya más personas con los mismos valores en la zona, le facilita el proceso de networking



## — Residents de Poblenou (+)



\*Funcional: Es el barrio de los 10 minutos, es accesible y puedes ir a todos lados en bicicleta. La infraestructura da tranquilidad.

\*Emocional: Existe una identidad muy marcada y los vecinos buscan extenderla, darla a conocer a las nuevas personas que llegan al barrio. Tener visibilidad.

\*Social: Sentimiento de comunidad.

## — Residents de Poblenou (-)



\*Funcional: Coexisten dos caras: el Poblenou interno, con actividad semejante a un pueblo y el industrial, con oficinas, talleres y estudios durante el día, en el que casi no vive nadie por la noche.

\*Emocional: Sensación de abandono por parte del ayuntamiento y los nuevos agentes. Desconexión con el centro de la ciudad de Barcelona. Existe una nostalgia por la memoria antigua del Poblenou, ven cambios negativos constantes que perjudican a la gente originaria del barrio.



## — Residents de Poblenou (-)

\*Social: Entre los nativos del barrio hay una convivencia que genera una comunidad, pero los foráneos no parecen observar ni respetar la identidad original.

El comercio es muy completo y adecuado para la gente de una edad avanzada, para los jóvenes es difícil encontrar ocio y comercios de ropa actualizados. Hay una mezcla de dos grandes superficies repletas de grandes franquicias con tiendas, locales pequeños y semi-especializados.

La llegada de la industria del siglo pasado al igual que la de las nuevas empresas tecnológicas ha producido una transformación en el tejido y la infraestructura del barrio. Segregándolo hasta borrar las partes externas al Poblenou nativo.

El barrio actúa como un microondas, funde distintos agentes relacionados. El barrio posee una herencia arquitectónica industrial que comporta su identidad visual, aunque pasa desapercibido y se invisibiliza para los nuevos llegados, esto aporta a veces un efecto sorpresa para los más atrevidos indagadores. Estos espacios han sido re-apropiados por nuevos agentes externos durante años, comportando un constante cambio. Esto hace que convivan lo antiguo y lo nuevo y a la vez requiere de una constante adaptación para la gente.

Las últimas reformas del barrio lo hacen menos peligroso.

## — Eix Comercial



\*Funcional: El eje comercial funciona de conexión con el ayuntamiento y su función es activar el comercio.

\*Emocional: Los propietarios de comercios que pertenecen al eje se conocen entre sí. Hay comunicación.

\*Social: Los negocios que forman parte creen que les ayuda a dar visibilidad y publicidad a sus comercios.



## 2. Diagnòstic

Després de la recollida d'informació a la primera fase de recerca, va ser el moment d'anàlisi i síntesi de totes les dades recopilades. Mentre l'anàlisi implica investigar i dividir conceptes i problemes complexos en components més petits i fàcils d'entendre, la síntesi implica unir de manera creativa les seves peces d'anàlisi i recerca per a formar idees completes.

Treballant amb totes dues i utilitzant el mètode DAFO, vam concretar les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats que detectem al barri per a actuar a partir d'aquestes. Per això, vam comptar amb l'ajuda de Lucho Domínguez, expert en Design Thinking.

Vam descobrir que Poblenou és un barri amb varietat de negocis, on hi ha molta relació entre els comerços i un tracte pròxim amb els clients.

Aquí 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.





Compromiso  
con las tiendas  
del barrio en  
COVID.

MEDRA  
COMERCO  
DURANTE  
COVID

TODO MUY  
A MANO EN  
EL BARRIO

DIFERENCIA  
FLUJO DE GENTE  
DEI DE COVID

ADAPTADO  
A LA CRISIS  
SANITARIA

EXPLOTACIÓN  
DE LA "MARC"  
POBLENOU

Sensación  
de  
COMUNIDAD.

GENTE CON  
VALORES  
PARECIDOS

LÍMITE  
BORROSOS  
BARRIO

22 @  
segrega al  
barrio.

CALLES  
DESCUIDADAS

Tots dos perfils tenen un sentiment arrelat de pertinença i comunitat amb el barri. Els primers són les persones que han format part de Poblenou tota la seva vida, aquells que tenen un vincle estret amb la gent local i amb els negocis.

Els segons, són aquells que per treballar a Poblenou se senten part d'una comunitat cool de creatius, però que només estan vinculats a l'entorn immediat del seu espai de treball i no tenen interacció amb els comerços de l'Eix Comercial.

A més, dins del barri trobem que alguns carrers que envolten la rambla tenen poca il·luminació, estan deserts de negocis i de vida social, la qual cosa genera sensació d'inseguretat. Aquest motiu, sumat al xoc d'identitats, fa que aquestes zones es converteixin en "fronteres invisibles" que generen desconexió entre 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.

Si bé és principalment la gent local la que busca mantenir i potenciar la seva identitat, tots dos perfils coincideixen en una cosa: l'essència de Poblenou s'ha de protegir.



En aquesta instància aconseguim definir els agents i entendre el seu comportament, per a passar a l'etapa d'ideació amb una pregunta en ment:

Com podem potenciar el comerç de proximitat al barri de Poblenou?

### Fortaleses

- Major independència del turisme
- Públic local molt fidel

### Debilitats

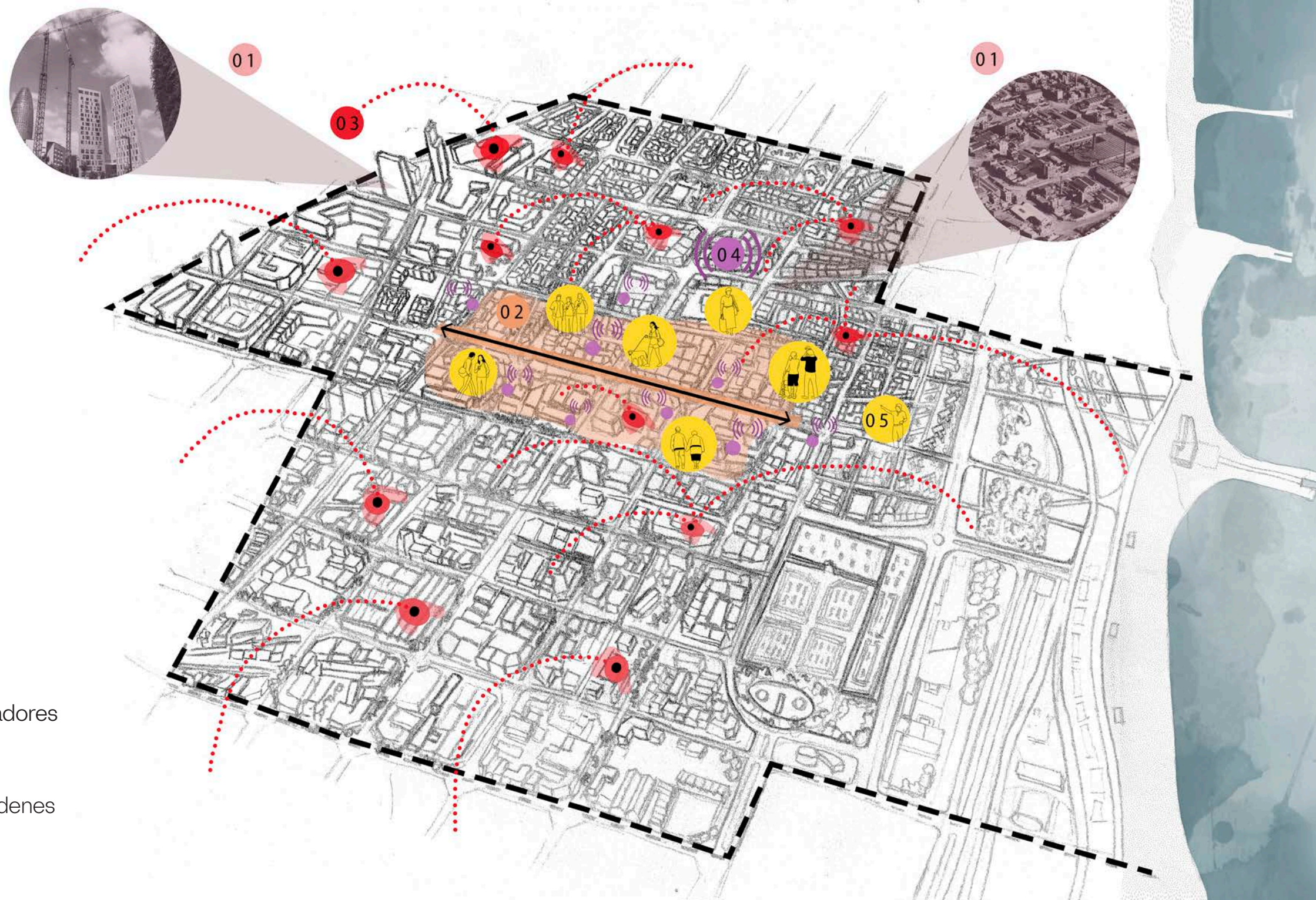
- Resistència al canvi
- Dependència de l'Ajuntament per a executar propostes disruptives i innovadores

### Amenaces

- Competència generada per grans cadenes d'e-commerce
- El repte de l'habitatge assequible

### Oportunitats

- Repte geogràfic
- Repte de la identitat
- Repensar la proposta de valor dels negocis





### — **Repte de la identitat / Actors que conviuen:**

Existeix tota una identitat del Poblenou antic que contrasta i a vegades xoca amb un Poblenou modern, representat per les grans empreses i el col·lectiu del 22@.

El barri posseeix una herència arquitectònica industrial que conforma la seva identitat visual, encara que alguns d'aquests espais han estat reapropiats per nous agents externs, generant un constant canvi en el seu entramat. Això fa que convivin l'antic i el nou, obligant a les persones locals a una constant adaptació.

A Poblenou conviuen artistes, creatius, grans empreses tecnològiques, comerços de barri, comerços hipsters i co-workings... amb la gent local. Els negocis del barri estan molt connectats amb la gent del barri, al mateix temps que existeix una barrera invisible amb el col·lectiu que representa al nou Poblenou.

### — **Repte geogràfic / Estructura del barri:**

El barri dels 3 carrers, on tot es veu concentrat en la Rambla, des de Ramon Turró fins a Pallars i des de Bilbao fins a Llacuna. La majoria de les activitats es localitzen en aquest radi i es troba saturat.

Més enllà de la rambla, hi ha carrers més pròxims als límits del barri que actuen com a barreres invisibles, són més fosques, no es troben molt concorregudes i necessiten més infraestructura, la qual cosa les converteix en zones poc segures. Això genera desconexió amb la resta de la ciutat, sumat al fet que és difícil arribar a Poblenou i no existeix un reclam evident que convidi a la gent a arribar al nucli del barri.

### — **Competència / Proposada de valor:**

Una competència cada vegada més gran i més canviant, sumada a un context social d'incertesa, empeny als comerços i a l'eix comercial a repensar les seves propostes de valor per a poder continuar sent competitius i continuar aportant valor als seus clients i usuaris.

A més, en aquesta competència entre el comerç local i les grans empreses de venda en línia com Amazon, la venda en línia ofereix comoditat i immediatesa. Amb la qual cosa, ara més que mai, el comerç local ha de poder oferir un valor diferencial per a poder continuar sent competitiu.

En el context de la pandèmia, els comerços locals van haver de reinventar-se i repensar les seves propostes de valor, portant a alguns a modernitzar-se i a uns altres, a bloquejar-se en la inacció.

### — **Major independència del turisme / Públic molt fidel:**

Els comerços de Poblenou no depenen tant del turisme com passa a altres barris de la ciutat. Això els ha permès continuar funcionant en el context de la crisi sanitària actual. Durant la pandèmia, els comerços situats en barris com el Born o Ciutat Vella, es van veure severament afectats, ja que el seu públic habitual és principament turístic.

El públic de Poblenou és majoritàriament local, la qual cosa el converteix en un públic fidel. Hi ha una consciència de barri i de suport al petit comerç i això representa una de les majors fortaleses de Poblenou.

### — **Resistència al canvi:**

Dins dels comerços de l'Eix, trobem alguns que han aprofitat la crisi sanitària actual per a repensar els seus models de negoci, molts d'ells digitalitzant-se i actualitzant les seves propostes de valor. En contraposició, existeixen altres comerços que tenen una resistència al canvi i, sigui per falta de coneixement, o per por de perdre la seva essència, es mostren reticents a adoptar noves estratègies.

### — **El suport de l'Ajuntament:**

Existeix una necessitat en el barri de generar solucions innovadores i disruptives per a desfer les barreres invisibles, generar sinergies entre els diferents actors, potenciar una identitat compartida i facilitar que la gent del barri de tota la vida pugui continuar vivint en el barri.

Per això, el suport institucional de l'ajuntament és clau. Existeix una percepció generalitzada que és imprescindible que l'administració faciliti aquest procés donant llibertat a les organitzacions i a la ciutadania local.

### — **El repte de l'habitatge assequible:**

L'escalada de preus en el mercat immobiliari, afectat per la gentrificació, el lloguer turístic, l'alta demanda, etc. impossibiliten que la gent del barri, que porta tota la seva vida aquí, pugui fer front al cost de l'habitatge.

A més, existeix un canvi d'ús no formal, de locals comercials a habitatges (fins i tot sense trobar-se habilitats per a tal ús). Aquests dos aspectes amenacen l'essència del barri i els seus habitants, provocant que aquests últims hagin de deixar Poblenou.



# 3. Ideació

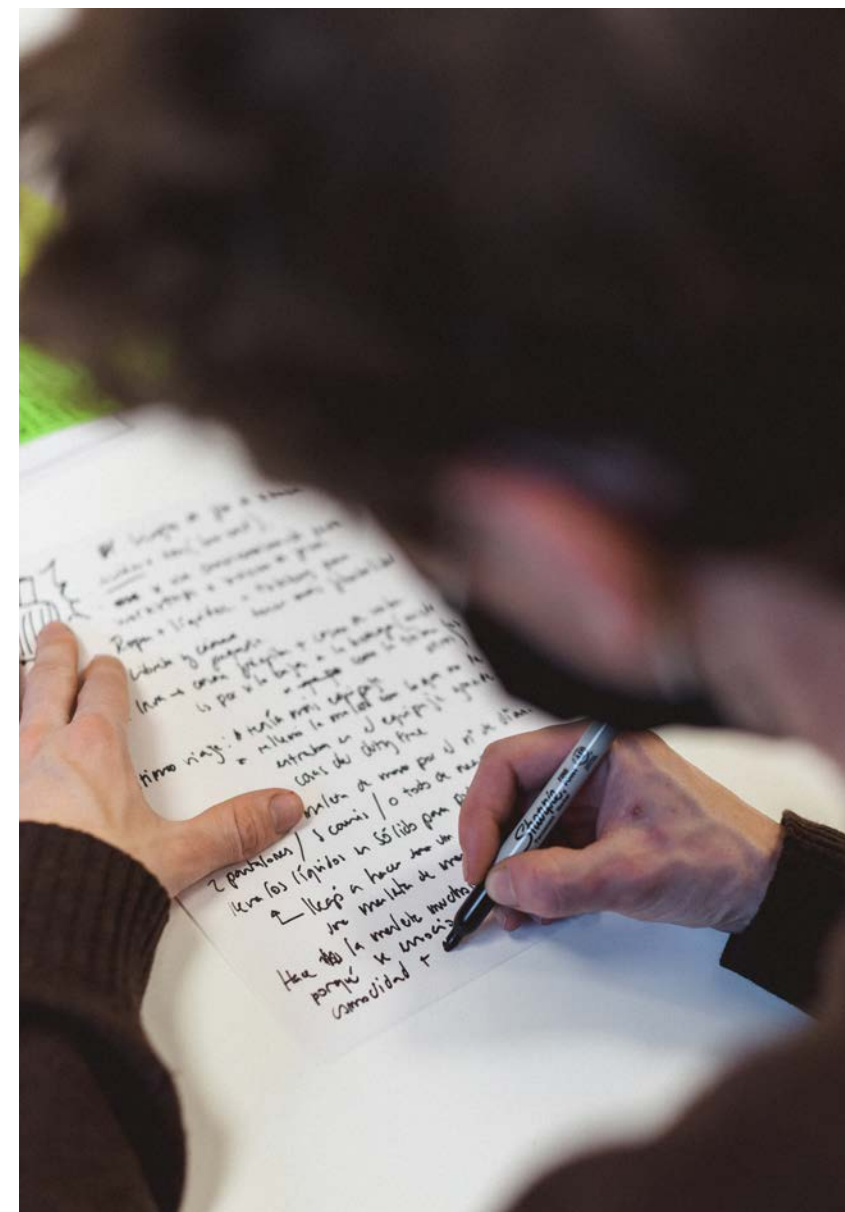
Conegut el diagnòstic de la situació del comerç al barri de Poble Nou, treballem en la creació d'unes propostes que solucionin certes problemàtiques; com la falta de visibilitat de les diferents identitats del barri, una absència de sinergies entre els actors (creatius, petits comerços, empreses, gent local i no local...) i la falta d'adaptabilitat al canvi per part d'alguns comerços, entre d'altres.

En aquesta etapa, va ser molt important centrar-nos en generar idees de tota mena, realistes, somiadors, possibles, impossibles... Ens va tocar apartar els judicis i posar tota la creativitat al servei del projecte. Per a fer-ho, vàrem comptar amb l'acompanyament de Lucho Domínguez, que ens va brindar dinàmiques molt pràctiques del món del Design Thinking. També vam comptar amb l'Andrea Saito, que a través d'un laboratori creatiu, ens va ajudar a empatitzar encara més amb els nostres targets mitjançant dinàmiques de teatralització, experimentació i role-play.

Al llarg de la fase d'ideació van anar naixent idees que, un cop definides, vam poder compartir amb els comerciants de l'Eix a través de l'esdeveniment: "Fem un cafè? Poble Nou Convida"



Sessió d'Ideació amb Lucho Domínguez





## Laboratori Creatiu

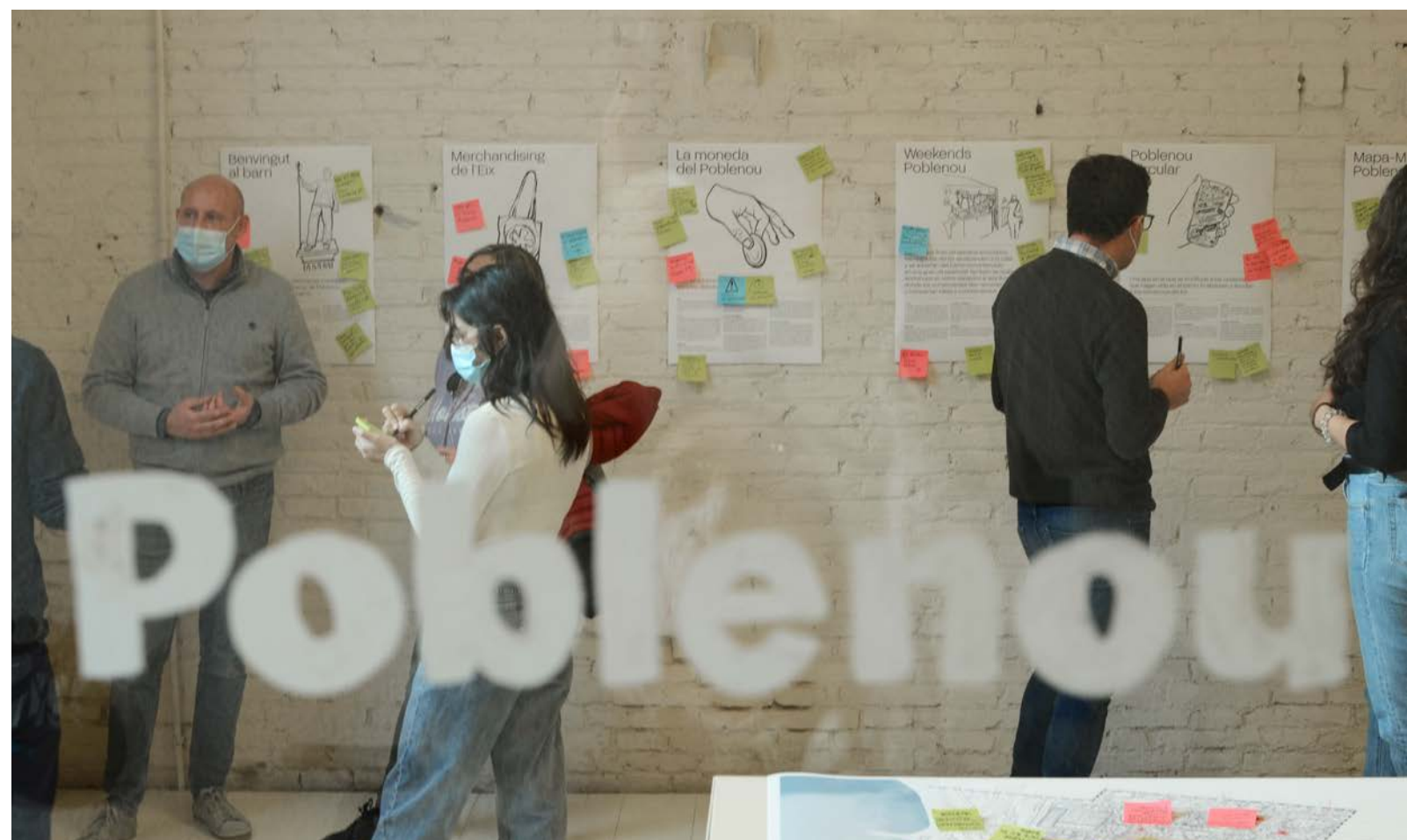
Aquesta va ser una sessió d'exploració del procés creatiu i de portar l'empatia i la comprensió dels nostres targets a un nivell més sensorial.





# 4. Prototipat i testatge

“Fem un cafè? Poblenou Convida” va ser una acció performàtica que ens va servir per a rebre feedback i recollir noves dades. Mitjançant prototips, vam poder compartir les nostres idees amb comerciants, de l'Eix, treballadors i creatius del barri, veïns i veïnes de Poblenou... El seu feedback ens va ajudar a trobar nous punts de vista, a més de generar un debat molt enriquidor sobre el futur del barri i les seves possibilitats.





# Fem un cafè?

## Poblenou convida.

Carrer d'Àvila, 84, 08005.  
Dijous 28 de Gener de 2021.



Som un grup interdisciplinari de dissenyadores i dissenyadors que estem ideant propostes per impulsar el comerç de proximitat al barri, des d'Acid House, en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona.

Ens encantaria convidar-te a l'Acid House, per presentar-te el projecte **Dissenyem Comerços** i que ens expliquis les teves idees i la teva opinió, mentre fem un cafè.

La trobada s'efectuarà complint amb totes les mesures de seguretat envers el context sanitari actual.

[victor@folchstudio.com](mailto:victor@folchstudio.com)

## 28.01.2021

Després d'un llarg procés de recerca, d'anàlisi i d'ideació, l'equip va dissenyar una sèrie de propostes per a aportar valor a l'Eix Comercial i a la gent del barri. El mètode del Design Thinking proposa comprovar que el que sigui que estem suggerint, sigui validat i contrastat pels diferents actors involucrats. És per això, que l'equip va organitzar un esdeveniment puntual on exposar de manera creativa les diferents fases del projecte, les propostes i el diagnòstic del comerç local a Poblenou i hi va convidar oficialment als comerciants i a la junta directiva de l'Eix Comercial.

L'esdeveniment, sota el nom: "Fem un cafè? Poblenou convida", va esdevenir un espai per obrir el diàleg entre els integrants de l'equip i els diferents actors identificats. Aquestes converses havien d'aportar feedback a les propostes plantejades i, a partir d'aquest feedback, crear les definitives. Per a dinamitzar aquestes converses amb els usuaris es va dissenyar un espai dividit en 5 estacions. Abans d'entrar, s'oferia un bloc de post-it i un rotulador a cada assistent, per convidar-lo a deixar les seves idees allà on ho cregués convenient dins del recorregut.



# Estació 1.

La primera estació sintetitzava, en un text introductori, el contingut de recerca que, com a nous veïns, havíem fet del barri. L'acompanyava un fragment d'àudio on s'escoltàven algunes de les entrevistes que vam fer durant el treball de camp. Aquestes entrevistes explicaven, desde la perspectiva dels veïns i comerciants del barri, la història de Poblenou i la seva realitat actual.

## Estamos aquí

Poblenou fue históricamente una zona de pantanales que por su ubicación y características geográficas se estableció como centro de la revolución industrial en Barcelona. Con el paso del tiempo se consolidó como barrio residencial, obrero e industrial.

El pasado industrial del barrio dejó numerosas fábricas que fueron abandonadas y posteriormente recuperadas para diferentes usos, como lofts, estudios, coworkings, y como sede de diferentes entidades.

Hoy en día, las diferentes influencias se siguen percibiendo en el barrio y en su tejido social, pues se funden agentes relacionados donde cohabitan diferentes grupos de comercios y personas. Coexisten dos caras del barrio: el Poblenou interno con actividades locales, y el Poblenou industrial en el que casi no hay vida en la noche.

Hemos identificado diferentes targets, en donde encontramos el comercio del barrio que cuenta con un público fiel, variedad de negocios, cercanía geográfica, y la posibilidad de pertenecer al Eix Comercial de Poblenou.

Se encuentra también la gente local que lleva mucho tiempo viviendo en Poblenou y quienes tienen un vínculo emocional con el barrio, aunque por otro lado hay personas locales quienes tienen una sensación de abandono y desconexión dentro del mismo.

Por otro lado, se encuentran los creativos, artistas y coworkers que vienen a trabajar al barrio en búsqueda de una comunidad para hacer network con personas con los mismos valores, aunque esta comunidad está un poco desconectada de su contexto geográfico.





Explora nuestro proceso de trabajo a través del material generado.

Mueve las imágenes para verlas todas

EL EJE ACTIVA EL COMERCIO DEL BARRIO

Crear una ruta que te invite a recorrer todo el barrio con diferentes líneas (como el metro) ASJuga

Barrio con gran diversidad y variedad -todo a mano-

Barrio con gran diversidad y variedad -todo a mano-

COMERCIO MUY

CONTRASTE

CONTRASTE DE OPINIONES SOBRE EL EJE COMERCIAL

PASEA SOLO POR LA RAMBLA.

TRABAJAR + VIVIR EN EL MISMO SITIO

RESPECTO A LA IDENTIDAD DEL BARRIO

QUE PROPONGA CAMBIAR LOS COMERCIOS MAS ANTIGUOS (REMODELAR)

CLIENTES EN PROXIMIDAD

Zonas verdes que cuenten historias/ representen una novela que pase en Barcelona

LA GENTE MAYOR NO NECESITA SALIR DEL BARRIO

FORMA LLEVA

POTENCIANDO LA VENTA ONLINE DE

LA GENTE MAYOR NO NECESITA SALIR DEL BARRIO

FAVORECE LOS RECORRIDOS CON SU ILUMINACION

EVOLUCION CONSTANTE INFRAESTRUCTURA Y VIVIENDA DE HACE 100 AÑOS

CREAR UNA IDENTIDAD/MARCA QUE UNA TODOS LOS COMERCIOS SIN INDIVIDUALIDAD

GENERAR UN EVENTO QUE INCLUYA A TODOS LOS COMERCIOS QUE FORMAN PARTE DEL EJE.

REAP DE

DO UNA ITAFOPAIN A QUI Hacer actividades con los actores del barrio en las espacios verdes.

RELACIONADOS

ALGIA

OBJETOS SEGUROS?

CREAR UNA IDENTIDAD/MARCA QUE UNA TODOS LOS COMERCIOS SIN INDIVIDUALIDAD

① Comercios

② Creativos y coworkers

③ Gente local

④ Eje comercial

## Estació 2.

La segona estació, consistia en una gran pantalla on vam volcar el nostre procés de recerca i anàlisi i el contingut generat al llarg de les sessions. L'assistent, podia navegar per una mar de post-its i alhora entendre els diferents targets i objectius que ens havíem proposat.





## Estació 3.

La tercera estació era el nostre D.A.F.O. de Poblenou (p36-37). Acompanyat d'un pla aeri del barri, il·lustrat per a facilitar la comprensió, aquesta estació va esdevenir el punt de debat per excel·lència dins del recorregut. En aquest cas, les converses generades al voltant de la taula pels diferents assistents, ens van ajudar a entendre molt millor les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats percebudes per veïns i comerciants.





## Estació 4.

La quarta estació, reunia les 8 propostes de projectes a desenvolupar, obertes a tota mena d'aportacions. L'objectiu era captar la primera impressió dels assistents respecte les propostes i, alhora, crear un espai per a poder complementar-les amb les seves aportacions.



## Estació 5.

La cinquena estació, l'última, era un gran espai en blanc en el qual es proposava, a cada visitant, deixar almenys dues idees relacionades o no amb el contingut que havien vist en tot l'espai.

L'esdeveniment va resultar un èxit, la participació dels assistents i la seva interacció amb les diferents estacions ens va sorprendre molt positivament. I és que, si hi ha alguna cosa que ens queda clara després de la nostra acció performàtica, és que el comerç, la ciutadania i el col·lectiu creatiu, s'enriqueixen mutuament quan tenen l'oportunitat de trobar-se.





# Weekends Poble Nou



...ante los fines de semana acordados, los negocios del Eix se expanden a la calle y se adueñan del barrio convirtiéndolo en una gran vía peatonal. También se realizarán workshops en estos espacios al aire libre, donde los comerciantes den recomendaciones y compartan ideas y conocimientos.

**Cómo**  
Se asignan democráticamente espacios en el barrio para cada negocio, se les proporciona un sistema de escaparate o stand, y se les acerca a la gente con tal de crear un mercado exterior en el que la circulación de gente sea más continua y cercana.

**A quién va dirigido**  
Va dirigido a la gente local del barrio y los interesados en asistir a nuevas experiencias en la ciudad, quienes tienen una oportunidad para visitar Poble Nou, y a los turistas más lejanos que podrán vivir una experiencia única.

**Por qué / Para qué**  
Para rediseñar la experiencia de compra en el Eix, y aprovechar los espacios transitables del barrio. Este tipo de eventos y espacios generan comunidad porque fortalecen las relaciones entre vecinos, y crean lugares de encuentro.  
La propuesta tiene como objetivo atraer a agentes externos a consumir en el barrio y a fidelizar el consumo de los clientes habituales porque las calles peatonales incentivan al comercio.

**Organiza**  
Ofrecido por el Eix Comercial junto con el Ayuntamiento del barrio. Cada comercio diseña su stand y las actividades a desarrollar para crear una experiencia de compra lúdica y novedosa.

**Cuándo**  
Se celebra los fines de semana acordados por el Eix Comercial y durante las fechas festivas que se consideren apropiadas.

COMPLICADO según tipo de comercio - No puedes salir con todo el pueblo

Los sábados los comercios abren y no se puede estar en dos sitios a la vez. Solo dominicos!

Poble Nou Poble Nou - Visión Comercio Poble Nou y otros emprendedores

Intensante Pura Cambi de Jilosa Comercial

HA HABIDO COMERCIOS EN LA RAMBLA POR REORGANIZACIÓN

DESCOBRIRAN PUNTO UNO GRAN CAPACIDAD RUTA ALTERN.

DEBERIA Asumir el Ayuntamiento y Ayuntamiento de los comercios

INCENTIVAR a hacerse el mercado

EN COMERCIO DE PROXIMIDAD KINDE + PERO QUE NUNCA MÁS SE GUSTE

+ INTERESANTE UN PROY + GLOBAL NO EXCLUIR COMERCIO EIX COM

que funcione phone comercios del Eix.

Quando Una vez implementada la app su uso puede entenderse el tiempo que se considere. Para incentivar su uso el lanzamiento debería ir acompañado de una campaña de difusión donde se explicaran los beneficios de su uso y se mostrará que las empresas forman parte.

Por qué / Para qué Para hacer del Eix Comercial parte de la identidad del barrio, aportar por ellos de una forma novedosa y acercar al sector empresarial, que hasta el momento ha estado muy desconectado de la vida del barrio del Poble Nou, a sus vecinos y su comercio. Una mayor sinergia entre los distintos agentes que habitan el barrio resultará en una mejor convivencia.

Muchas veces a los Eix de Poble Nou se le llama el Ayuntamiento

En el futuro de Poble Nou ES GUAY PARA ESTIMULAR EL VIVIR DE CALA A BAY

Comercio Calle Sábado = DE BASTA CAL. COMO LA GENTE LO E

LA MISMA FERIA DE SIEMPRE.

PENSADO + PI LA GENTE DE POBLENOU, NO PI LO DE ARJEN (QUE PUEDEN VER AL LO MERCIO COMO TIENE - CATEGORIA

LOS FINES DE SEMANA DISFRUTAN DE LA FAMILIA, NO ABREN.

# 5. Propostes

Després d'un llarg procés de recerca, d'anàlisi i d'ideació, seguit de l'acció performàtica, dissenyem una sèrie de propostes per a aportar valor a l'Eix Comercial i a la gent del barri. Gràcies al feedback que rebem durant l'esdeveniment "Fem un cafè? Poble Nou Convida", podem reformular les propostes inicials, tenint en compte les aportacions dels diferents participants que van assistir a l'esdeveniment i el diagnòstic presentat prèviament.

Les propostes a continuació, s'estructuren sobre la base de la informació que vam recollir en el nostre treball de camp i que hem bolcat en el DAFO del punt DIAGNÒSTIC (pàg. 14-17).



# Poblenou Circular



---

Implantació d'un sistema de rutes urbanes senyalitzades per tot el barri que donin a conèixer les zones més especials de Poblenou.

---

**Organitza:** El projecte ha de partir del consens i la col·laboració entre l'Ajuntament de Barcelona i l'Eix Comercial. Mentre que l'Eix Comercial s'encarrega del disseny de les rutes en col·laboració amb especialistes de cada temàtica, l'Ajuntament integra la senyalística en la via pública per donar vida al projecte.

**Com:** Creant un sistema de senyalística urbana, es pot dividir el barri per rutes temàtiques. La ruta verda inclou els parcs i jardins, la ruta de l'art inclou el mapa-museu (proposta 6), la ruta dels comerços de l'Eix, la ruta arquitectònica o la ruta industrial, que repassen la història del barri, etc.

La senyalització pot ser integrada al mobiliari públic, com als fanals, semàfors o passos de vianants i comptar amb un codi QR que permeti a l'usuari exportar la ruta al seu navegador i identificar comerços de l'Eix Comercial pròxims a la seva ubicació.

**A qui va dirigit:** Va dirigit al conjunt de la ciutadania, especialment a aquelles persones no residents del barri i que trobaran en les rutes una eina per a descobrir el Poblenou i la seva història.

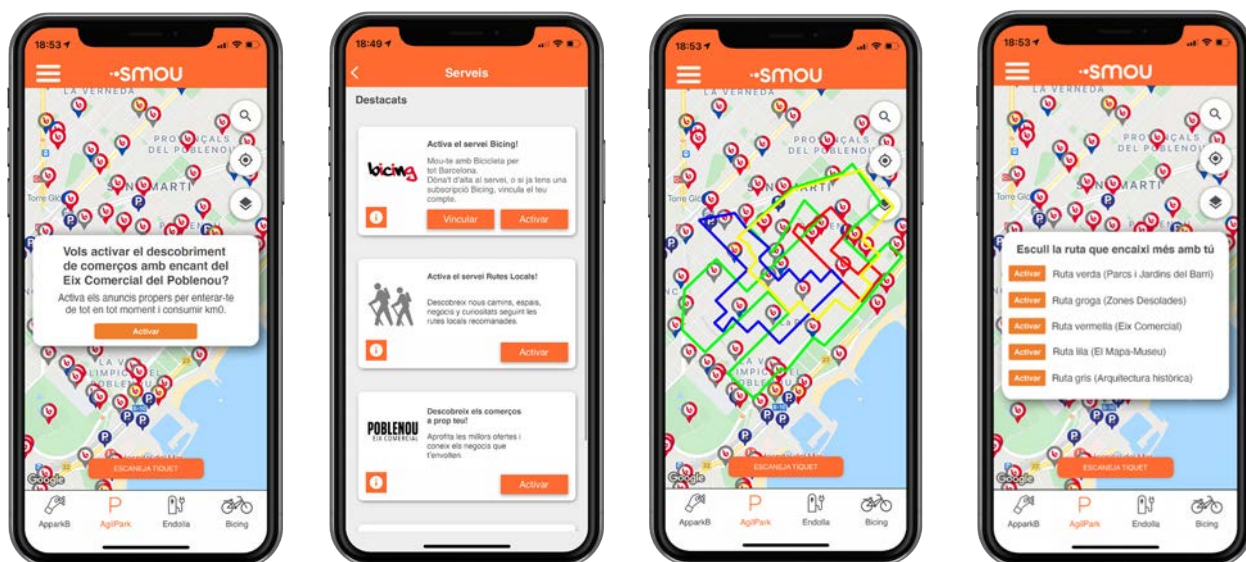
**Quan:** La implementació pot ser gairebé immediata, ja que arran de les restriccions per la situació sanitària actual, el turisme local i les passejades com a activitat quotidiana d'esbarjo s'han generalitzat.

**Per què / Per a què:** Aquesta proposta pretén potenciar el flux de vianants als carrers del barri, acostant a la ciutadania a totes les zones, perquè puguin descobrir Poblenou i incrementar les relacions i la interacció amb els negocis de l'Eix Comercial.

Al seu torn, proposa una nova manera de descobrir la ciutat i els seus espais més especials.



# Poblenou Smou



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

En una versió més avançada, un cercador per continguts permet a l'usuari explorar l'eix comercial del barri i descobrir nous llocs a través de les rutes plantejades en la proposta Poblenou Circular.

**Organitza:** Barcelona Activa en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona i l'Eix Comercial de Poblenou. Mentre que el rol de Barcelona Activa seria liderar la part tècnica de desenvolupament de l'app, l'Ajuntament ha d'aprovar la iniciativa i facilitar la integració de les noves funcionalitats. El paper de l'Eix Comercial, consisteix a facilitar la informació relativa a comerços i rutes.

**Com:** La implementació requereix afegir algunes funcionalitats a la ja existent app de l'Ajuntament de Barcelona: SMOU. En aquest sentit, Poblenou pot representar l'escenari perfecte per a desenvolupar una primera prova pilot de la iniciativa i, sobre la base de l'anàlisi dels seus resultats, optimitzar el servei per a poder extendre'l a la totalitat dels eixos comercials de la ciutat.

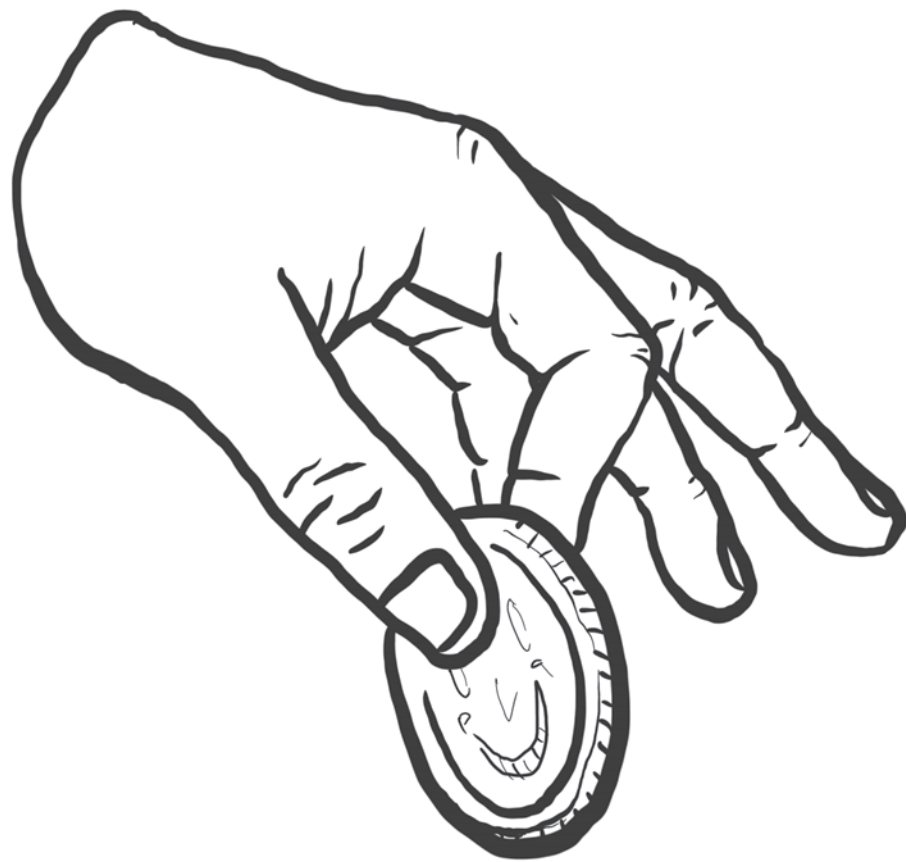
**A qui va dirigit:** A totes aquelles persones que usen la plataforma SMOU per a gestionar la seva mobilitat per Barcelona i als nous usuaris interessats en aquest servei renovat, tant les rutes com les ofertes que rebran. Poblenou representa un escenari ideal, ja que la disponibilitat de places d'aparcament al carrer a la seva zona perifèrica és molt elevada i al mateix temps disposa de 15 parades de bicings distribuïdes per tot el barri.

**Quan:** Aquesta iniciativa podria dur-se a terme immediatament després d'aplicar les millores a l'app SMOU. Durant el desenvolupament tecnològic de les millores, la proposta Poblenou Circular podria anticipar i introduir aquestes dinàmiques.

**Per què / Per a què:** Per a aprofitar el flux d'usuaris que utilitzen l'app de SMOU al barri i canalitzar-lo en benefici de l'Eix Comercial.



# POM (Poblenou Moneda)



---

Una moneda digital d'ús exclusiu als negocis de l'Eix Comercial de Poblenou.

---

**Organitza:** L'Eix Comercial del Poblenou en col·laboració amb Barcelona Activa, seran els promotors d'aquesta proposta. Barcelona Activa coordinarà el desenvolupament de l'app, amb la possibilitat de crear sinergies amb propostes ja existents com el Rec, la moneda ciutadana de l'Eix Besòs.

L'Eix Comercial s'encarregarà que l'app continuï funcionant al barri, comunicant la proposta a establiments, empreses i possibles ciutadans interessats i formant als comerciants per al seu ús. També serà imprescindible el suport institucional de l'Ajuntament de Barcelona per donar continuïtat al projecte.

**Com:** La proposta se centralitzarà a través d'una app de descàrrega gratuïta. En ella, cada usuari tindrà un compte propi amb les seves monedes digitals. L'app, a més, inclourà un mapa amb els negocis adherits a l'Eix Comercial per a la seva ràpida ubicació.

Hi ha diferents formes mitjançant les quals els usuaris poden obtenir monedes; canviant euros per POMs, a través de la mateixa app, o completant algun dels reptes que l'Eix proposi per a incentivar el seu ús, per exemple: després de caminar "X" quilòmetres al barri, assistint a algun esdeveniment, o fent alguna activitat que repercuteixi positivament en el barri.

Per a incentivar el seu ús es proposen diferents accions:

- Promocions específiques per a dates assenyalades com per exemple; Sant Jordi, Nadal o rebaixes. En convertir una quantitat de diners a POMs, se't bonificarà amb un percentatge extra per gastar en les teves compres.
- Establir els POMs, com únic mètode de pagament en diferents festivals i/o Markets que succeeixin al barri. D'aquesta manera, es podrà familiaritzar a nous públics amb el seu ús.
- Realitzar una campanya dirigida a les empreses que tenen seu a Poblenou per a incentivar-les a pagar una prima als seus treballadors amb la nova moneda del barri. D'aquesta manera l'eix comercial ampliarà el seu públic i se generaria un punt d'unió entre diversos actors del barri: treballadors, empreses i comerç local.



**A qui va dirigit:** Als veïns i veïnes de Poblenou, que tindrien una manera d'afermar el seu compromís amb els negocis del seu voltant. La moneda seria un element d'identitat i orgull, una manera d'apostar pel comerç de proximitat. A més, gràcies a les propostes d'incentius que desenvolupi l'Eix, podrien obtenir beneficis a través d'accions que comportin una millor relació amb el barri.

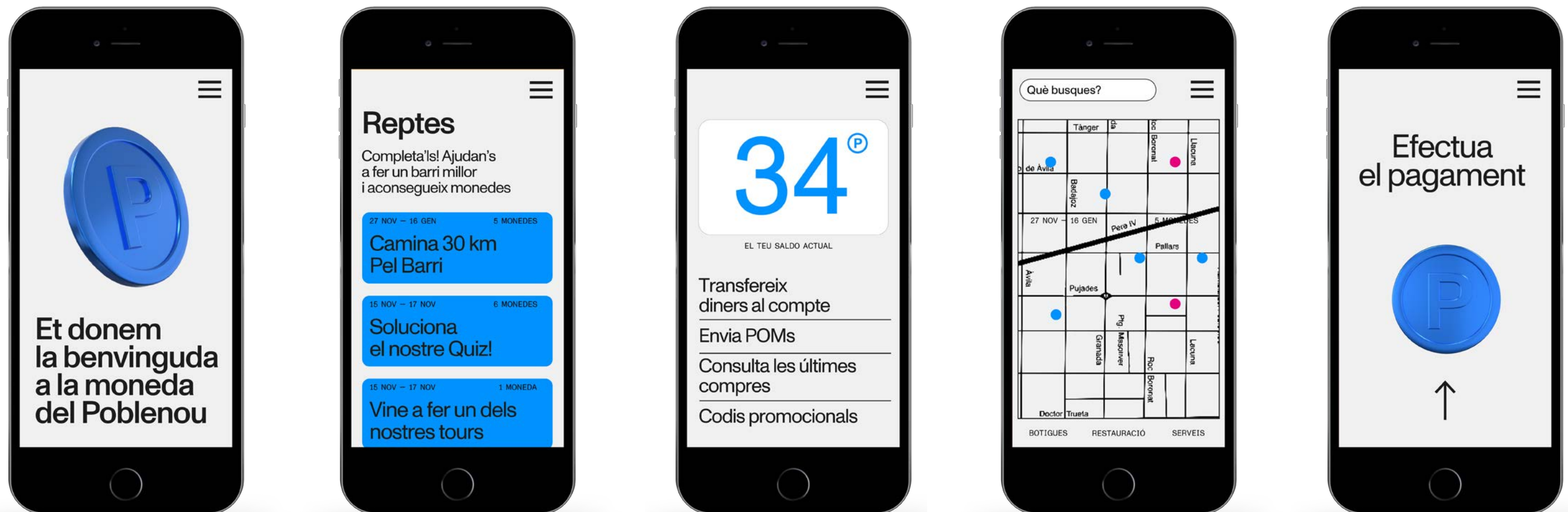
Als treballadors de les empreses assentades al Poblenou. Si les empreses aposten per la moneda, trobaran una manera de repercutir positivament en el seu entorn i connectar-se a la vida del barri, de la qual fins ara no en formen part activa.

Als comerços de l'Eix, ja que, nous públics apostaran per ells i guanyaran en visibilització. Un major flux de gent també comportarà un esforç per a millorar la proposta de valor dels negocis desactualitzats.

**Quan:** Una vegada implementada l'app, el seu ús pot estendre's el temps que es consideri. A través de les campanyes específiques plantejades anteriorment, podria mantenir-se útil i, a poc a poc, es podria anar implementant en l'ús habitual dels ciutadans.

Per a incentivar el seu ús, el llançament hauria d'anar acompanyat d'una campanya de difusió, on s'expliqués els beneficis del seu ús i es convidés a les empreses a formar-ne part.

**Per què / Per a què:** Perquè l'Eix Comercial formi part de la identitat del barri. Aquesta proposta busca crear una relació clara entre el caràcter únic del Poblenou i la proposta dels petits comerços. Acostarem, a més, al sector empresarial, que fins al moment ha estat molt desconnectat de la vida del barri, els seus veïns i els seus comerços. Confiam que una major sinergia entre els diferents agents que habiten el barri resultarà en una millor convivència.





# Poblenou D.O.

Una campanya que destaca els millors productes dels comerços del barri, que es converteixen en productes amb “Denominació d’Origen Poblenou”

**Organitza:** L’Eix organitza una convocatòria a diferents estudis i espais d’art del barri per a crear el disseny de la bossa. Es crearà una col·lecció de bosses de cotó que reivindicui amb orgull la pluralitat de negocis de l’Eix. Cada temporada es farà un disseny de bosses amb una tirada curta, per a crear expectació i sensació d’exclusivitat. D’aquesta manera també es diversifica el treball per als diferents dissenyadors del Poblenou.

**Com:** Cada comerç adherit a la campanya tria un producte estrella per a representar al seu negoci i al barri. Per exemple; una fleca podria triar la seva barra de pa més venuda per a convertir-la en la barra D.O. POBLENOU o en altres comerços, l’entrepà D.O. Poblenou o les calces D.O. Poblenou (proposta de una comerciant en l’esdeveniment “Fem un cafè? Poblenou convida”).

Per reforçar aquesta acció, l’Eix produeix unes bosses reutilitzables amb la gràfica de la campanya, que et regalen en comprar un dels productes de la D.O., on pots guardar les teves compres dels comerços de proximitat.

A més, en cada bosseta s’afegiria una targeta de recomanació aleatòria d’un altre comerç que participa en la campanya. Per exemple; en comprar el sabó D.O. Poblenou rebries la bossa sostenible de l’Eix en la que trobaries la targeta de recomanació d’un altre comerç, com una merceria i el seu producte o servei D.O. Poblenou.



**A qui va dirigit:** Als clients i habitants del barri, els qui tindran l’oportunitat de tenir una peça d’edició limitada com a expressió identitària. A més, tracta d’enganxar al públic conscienciat amb el medi ambient mitjançant una proposta sostenible.

**Quan:** Es llança en un dels esdeveniments/festes del barri per a donar-li visibilitat a la campanya.

**Per què / Per a què:** Per a empoderar al petit comerç i convertir-lo en un motiu d’orgull i d’identitat al barri. Volem lligar la imatge de Poblenou als negocis que el conformen perquè la gent aposti pel producte local. Aquesta proposta també busca generar sinergia entre diferents sectors del barri i connectar a la comunitat creativa, que sovint es troba ‘desconnectada’ del seu context geogràfic.



# Poblenou, un secret molt ben guardat



---

Un tour guiat amb una ruta proposada per la gent local, on l'interessat podrà conèixer secrets del barri i recórrer zones d'interès, més enllà dels llocs més populars.

---

**Organitza:** L'Eix Comercial coordina una convocatòria per a joves locals en desocupació amb interès per donar a conèixer els secrets del seu barri. Els posa en contacte amb Aethnic, l'associació de turisme sostenible amb la qual ja treballen l'Eix i l'Ajuntament, perquè proporcioni una formació com a guies turístics als joves locals. En aquestes formacions s'elaboraria una ruta pel barri que faci valdre el passat industrial de Poblenou, el seu caràcter de constant renovació i la història darrere dels comerços de proximitat del barri.

**Com:** Les rutes es difondran en una campanya a la resta de la ciutat, als mitjans tradicionals i a les xarxes, animant a la resta de Barcelona a conèixer el secret tan ben que representa del Poblenou. Accedint al web [www.unsecretbenguardat.barcelona.cat](http://www.unsecretbenguardat.barcelona.cat), l'usuari interessat podria inscriure's en una de les rutes programades aquell mes.

**A qui va dirigit:** A gent local de Poblenou, i a persones de la resta de barris de la ciutat i llocs pròxims, que tinguin un interès a conèixer una altra Barcelona, una menys turística on es pugui entendre el passat industrial de la ciutat. A joves Poblenouencs en situació de desocupació.

**Quan:** Cada cap de setmana, les rutes començarien a l'inici de la rambla de Poblenou, eix de vida del barri, i tindrien una durada d'una hora.

**Per què / Per a què:** Per a conservar i divulgar la cultura del Poblenou i atraure gent nova al barri per oferir noves perspectives del seu context. A més, aquesta proposta li ofereix al barri un turisme conscient i de la més immediata proximitat.

D'altra banda, és una manera de donar oportunitats als joves que porten vivint tota la seva vida al barri i que, pel seu procés de gentrificació, han estat a poc a poc expulsats de Poblenou.



# Mapa Museu de Poblenou

Un esdeveniment que busca unir els comerços i els artistes del barri en el qual, a través d'una col·laboració, s'estableix un recorregut que convida al ciutadà a visitar les obres exposades en els diferents comerços de l'Eix.

**Organitza:** L'Eix Comercial del Poblenou en col·laboració amb els hubs creatius que es troben al barri, com l'Escocesa, l'Hangar, Niu, Apocapoc, i/o les escoles de disseny.

**Com:** A través d'una convocatòria pública, en col·laboració entre "L'Escocesa", fàbrica de creació de Poblenou, i els comerços de l'Eix Comercial.

L'Eix seleccionarà a un grup de creadors per a generar un circuit d'instal·lacions artístiques que s'exposaran en aparadors o espais cedits pels comerços durant dues setmanes. Aquestes propostes han de tenir un storytelling potent; que combini la història de Poblenou i l'essència del comerç, amb el potencial creatiu del barri.

L'itinerari de circulació es veurà reflectit en un mapa (imprès i digital) que servirà com un Mapa-Museu de Poblenou.



**A qui va dirigit:** Va dirigit als comerços de l'Eix que vulguin ser part del circuit. Alhora, es crea una experiència artística única per a un públic interessat en el teixit cultural de la ciutat de Barcelona i que vindrà a recórrer Poblenou per descobrir el seu potencial creatiu i el seu teixit comercial.

**Quan:** L'esdeveniment principal es durà a terme dues vegades l'any amb una durada de dues setmanes. Per a fixar la data, és necessari tenir en compte el període de temps on el flux de persones als comerços és menor i així poder generar tràfic quan més es necessita.

**Per què / Per a què:** Els hubs artístics i les fàbriques de creació presents al barri representen perfectament l'esperit creatiu de Poblenou. Confiam que en crear col·laboracions entre artistes i comerços, portant l'art de Poblenou al cor de l'Eix Comercial, el flux de vistants s'incrementarà de forma notòria.



# Benvingut al Barri



---

Creació d'intervencions artístiques instal·lades en carrers limítrofs del barri de Poble Nou que assenyalen la seva entrada.

---

**Organitza:** L'Eix Comercial fa una convocatòria pública per triar als creatius residents del barri que vulguin participar en el projecte. Els habitants de Poble Nou, a través dels seus vots, són els que seleccionen les obres guanyadores que es duran a terme amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona.

Per comunicar el projecte i aconseguir la participació de la quantitat més gran de gent possible, l'Eix Comercial desenvoluparà una campanya gràfica informant i convidant a l'esdeveniment. Per la seva màxima difusió, la campanya és llançada també des de l'Ajuntament, com a activitat en la qual col·labora.

**Com:** A través d'una convocatòria pública, creatius de Poble Nou ideen intervencions artístiques amb l'objectiu de ser realitzades en carrers limítrofs del barri.

A aquests creatius (artistes, dissenyadors, arquitectes, il·lustradors, fotògrafs...) se'ls demana idear i desenvolupar una intervenció artística de disciplina lliure, a partir de la temàtica; la identitat del Poble Nou o la idea d'aquesta com a concepte.

Mitjançant una votació a través de l'instagram de l'Eix Comercial, els habitants del barri que vulguin participar triaran les millors propostes. Les 5 més votades seran les que es realitzin i s'instal·lin als carrers limítrofs que donen entrada al barri. Amb una data fixada, i a través d'una campanya comunicativa des de l'Eix Comercial i l'Ajuntament de Barcelona, s'anima a la gent del barri a participar en la realització d'aquestes obres, però amb el creatiu autor de la peça en concret i, si és necessari, tècnics professionals.

**A qui va dirigit:** Tot creatiu resident o que treballi a Poble Nou que vulgui participar pot presentar la seva proposta a l'Eix, de manera individual o col·lectiva.

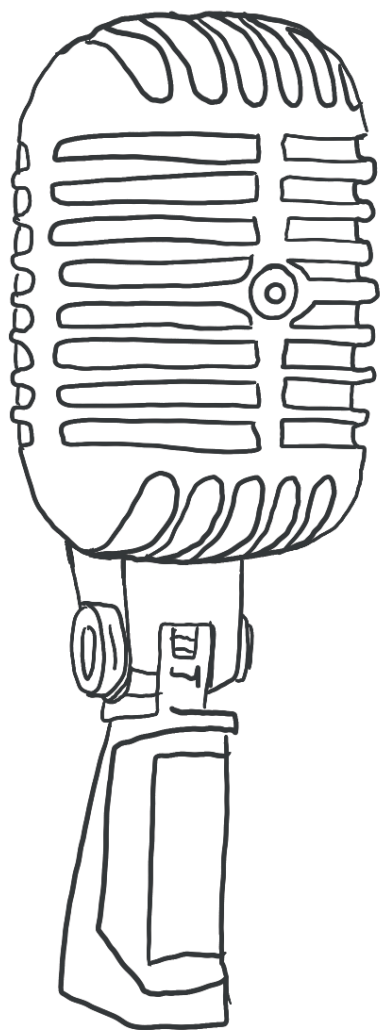
**Quan:** El projecte es duu a terme com a esdeveniment dins del programa d'activitats de les "festes de Maig de Poble Nou" durant el mes de Maig. D'aquesta manera, les intervencions serien canviades anualment, en cada edició de la festivitat, a través d'una nova convocatòria.

**Per què / Per a què:** L'apropiació del nom Poble Nou per part de diferents esdeveniments desenvolupats fora del perímetre del barri, ha generat confusió, al llarg dels últims anys, sobre el que constitueix el barri en la seva estructura, però també en la seva identitat.

Amb aquesta proposta, es vol definir i assenyalar tot allò que és Poble Nou; 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 dels seus veïns.



# A Poblenou Passen Coses



---

Una categoria dins del marc del Mecal-Festival Internacional de Curtmetratges i Animació de Barcelona\*, anomenada “A Poblenou passen coses” on es mostren històries, en format curtmetratge temàtic, que ens acosten a la realitat de les persones i els comerços que conformen el barri.

La temàtica d'aquesta categoria, convida als participants a narrar històries que capturen l'essència del barri de Poblenou.

---

**Organitza:** Mecal-Festival en col·laboració amb l'Eix Comercial de Poblenou.

**Com:** Des del Mecal-Festival, s'organitzarà una convocatòria per a la secció pilot de “A Poblenou Passen Coses”. L'Eix Comercial participarà com a patrocinador de la secció del festival i tindrà una cadira dins del jurat per a aquesta categoria. Es farà difusió dels curts guardonats a les xarxes de l'Eix Comercial, mitjançant una campanya de comunicació. Aquesta estratègia proposa visibilitzar el barri i els seus comerciants, posicionant l'Instagram de l'Eix, en compartir el contingut des de les xarxes socials i plataformes digitals del Mecal-Festival.

**Quan:** En el marc anual del Mecal Festival; entre els mesos de març i abril.

**Per què / Per a què:** La proposta busca acostar el barri i els seus comerciants a la resta de la ciutadania a través del cinema. D'igual manera, cerca generar empatia envers els agents de Poblenou i aportar visibilitat a històries del barri, enfortint la seva identitat i posicionant El Poblenou al mapa internacional.

Els curtmetratges es desenvoluparan al barri antic del Poblenou perquè la majoria de comerços de l'Eix es troben en aquesta zona. “A Poblenou passen coses” busca convidar a les persones a conèixer aquesta part del barri i que la gent s'acosti a Poblenou amb la intenció de conèixer-lo.

---

\*MECAL, Festival Internacional de Curtmetratges i Animació de Barcelona és un festival dedicat a les pel·lícules en format curt tant nacionals com internacionals. Mecal té la missió de promoure l'exhibició i circulació de la creació audiovisual en format curt, a través de diversos gèneres i seccions. Així mateix, està compromès amb el talent jove, per el que compta amb premis i activitats especials per a ajudar a impulsar-ho.

<https://mecalbcn.org/>



# 6. Conclusions

Els tres mesos de treball i col·laboració entre l'Eix Comercial de Poblenou i l'equip d'Acid House, han donat peu a un coneixement en profunditat de les necessitats actuals del teixit comercial del barri de Poblenou. Un barri que compta amb unes condicions molt especials i un context únic a la ciutat de Barcelona.

Si hi ha una conclusió que queda clara després del nostre treball, és la importància de la col·laboració entre els diferents actors que comparteixen l'espai geogràfic de Poblenou.

Mentre que en un principi la impressió general de l'equip era que l'heterogeneïtat del barri podia ser uns dels obstacles més grans per promoure i empoderar el comerç de proximitat, ara veiem que aquesta mateixa diversitat és la millor eina per enfortir-lo.

Reptes com "les barreres invisibles", generades per carrers buits de comerços i poc il·luminats, o la necessitat d'una identitat compartida entre el Poblenou tradicional i el nou Poblenou (per anomenar-ne un parell), són elements clau a tenir en compte per poder gestionar l'actual crisi del petit comerç.

Segons el punt de vista que hem anat construint al llarg d'aquest projecte, aquests elements clau han de ser abordats i gestionats en col·laboració i sinergia entre el teixit creatiu del barri, el teixit comercial i, per descomptat, l'administració pública.

El Design Thinking és una eina que ens permet observar la realitat amb uns nous ulls, per poder trobar solucions disruptives i innovadores en contextos complexos. No obstant això, aquestes solucions necessiten espai i llibertat, persones i organitzacions al darrere capaces de conviure amb el canvi sobtat i els errors de càlcul i, sobretot, la valentia d'atrevir-nos a fer les coses d'una forma diferent i la humilitat de saber que cap solució disruptiva es configura sense una dinàmica de prova i error.

Pel que fa al desenvolupament, dur a terme un projecte d'aquestes característiques en el context de la crisi sanitària actual, ens ha ajudat a empatitzar encara més amb la realitat d'incertesa i complexitat que afronta el petit comerç dia a dia.

Tot i les adversitats, l'equip ha estat capaç de mantenir-se connectat i productiu, tant quan hem treballat de forma presencial, com quan ho hem fet en remot.

Mirant enrere, tenim la ferma creença que la col·laboració i la implicació de l'Eix Comercial de Poblenou, ha estat un element clau que ens ha permès entendre la realitat del barri d'una forma transparent i precisa. Al mateix temps, el seu feedback ens ha permès anar acotant les nostres propostes per a convertir-les en veritables propostes de valor per al col·lectiu de comerços i la ciutadania del barri.



La creativitat no és més que una ment lliure.

