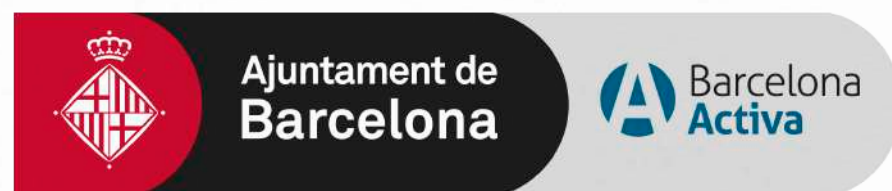


DISSENYEM COMERÇ. IED BARCELONA – EIX PASSEIG DE GRÀCIA.



PROMOGUT PER



Disseny Hub
Barcelona

DESENVOLUPAT PER





Disseny Hub
Barcelona



Índex

INTRODUCCIÓ

OBJECTIUS

PROCÉS

FASE 1: CONTEXT

FASE 2: RECERCA

FASE 3: DIAGNÒSTIC

FASE 4: IDEACIÓ

FASE 5: FORMALITZACIÓ

INTEGRANTS

LA MOTIVACIÓ PER LES IDEES AMB PROPÒSIT

INTRODUCCIÓ



L'IED Barcelona participa al programa ideant l'Eix comercial de Passeig de Gràcia com a col.laborador per a les propostes de dinamització del comerç de proximitat.

La comprensió del context, la detecció de problemàtiques, la co-creació en busca de solucions creatives i la ideació final, són la base del nostre enfoc.

La proposta coincideix, a més, amb la celebració dels 200 anys del Passeig de Gràcia i els 70 aniversari de l'Associació de Comerciants del Passeig de Gràcia.

Aquest document recull el procés d'ideació treballat durant els mesos d'abril, maig i juny de 2022 per l'equip multidisciplinari de sis estudiants i dos tutors de l'IED Barcelona amb la col.laboració de l'Associació de Comerciants de Passeig de Gràcia, dels comerços implicats i la participació ciutadana.

La presentació conclou amb les propostes presentades públicament davant de l'Eix comercial de Passeig de Gràcia i tots els implicats, a principis de juliol del mateix any.

FOMENTEM LA PROXIMITAT A TRAVÉS DE LA CO-CREACIÓ

OBJECTIUS



Els objectius principals per a la proposta de Dissenyem Comerç a l'Eix comercial de Passeig de Gràcia son:

Apropar el talent

Apropar el talent jove de les indústries creatives i comerços de l'Eix per a evidenciar els valors del comerç de proximitat i del disseny a la ciutat de Barcelona.

Proposar idees

Proposar idees per a fomentar el comerç de proximitat i el seu coneixement a la ciutadania de Barcelona a partir d'una mirada transversal que inclou temes com la comunicació, les activacions i la intervenció de l'espai, posant èmfasi en la recuperació del comerç dirigit als habitants de la ciutat.

Generar el debat

Generar el debat i la participació dels diferents involucrats en el procés (estudiants, comerciants, ciutadania i professionals del disseny) durant totes les fases del projecte, per tal de desenvolupar idees que responguin a reptes reals.

LA ITERACIÓ CONTINUADA DINS DEL SISTEMA

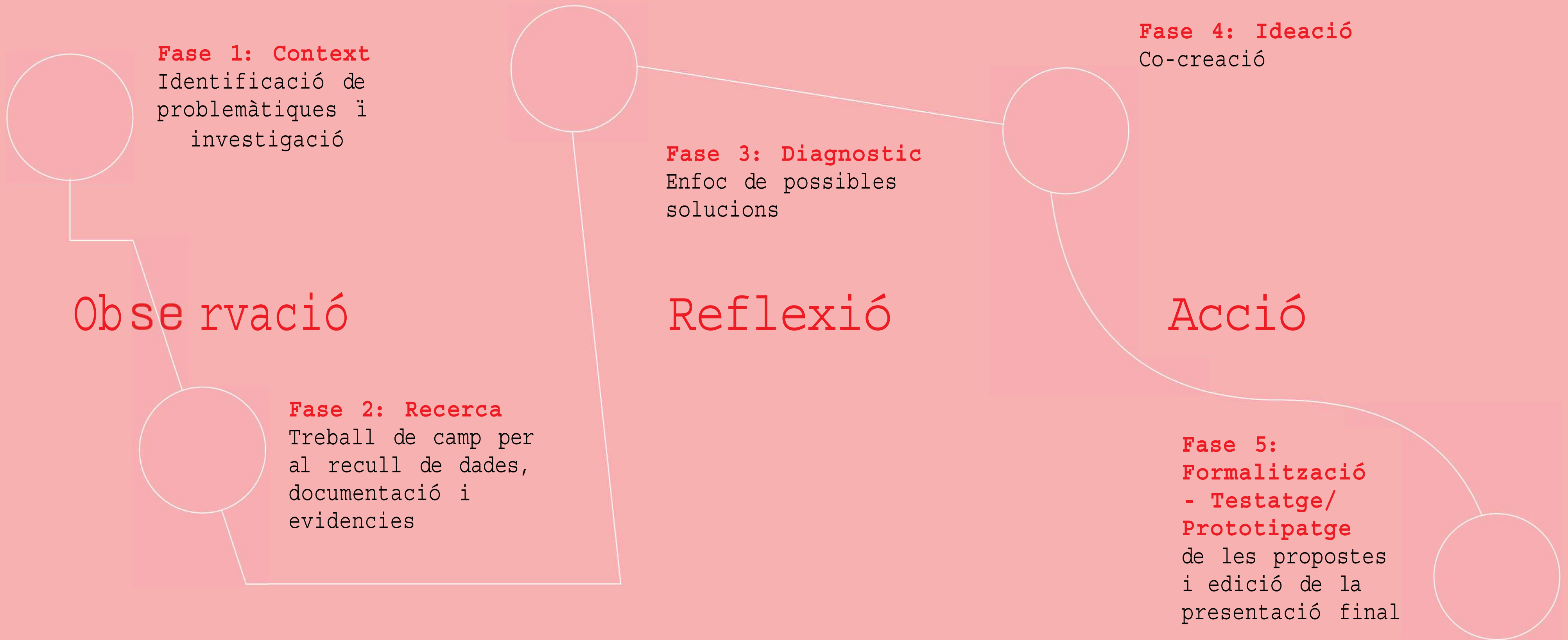
PROCÉS

El model metodològic utilitzat és el d'iteració
continuada: observació - reflexió i acció.
Consta de:

Aquest model s'utilitza a partir d'una visió sistèmica, on es tenen compte el context i els diferents actors, on les propostes i les solucions s'integren en un territori, tenint en compte els factors humans i d'ecosistema.

3 blocs

5 fases



FASE 1

OBSERVACIÓ

FASE 1: CONTEXT

OBSERVACIÓ

L'aproximació inicial al projecte feia incompatibles, aparentment, el Passeig de Gràcia amb el comerç de proximitat.

Així, vam centrar l'anàlisi en detectar què podia portar a la ciutadania de Barcelona a no trobar relació entre ambdós conceptes, que es va materialitzar en l'expressió de tres prejudicis:

“El Passeig de Gràcia és un carrer, no és un barri”

“El Passeig de Gràcia és per a turistes, no per al públic local”

“El Passeig de Gràcia és shopping de luxe i retail, no hi ha propostes de proximitat”

“ EL PASSEIG DE GRÀCIA COM A EMBLEMA DE LA CIUTAT



“ SOM
COMERÇ
DE
CENTRALITAT ”



ASSOCIACIÓ DE
COMERCIANTS
DEL PASSEIG
DE GRACIA



FASE 1: UN CONTEXT HISTÒRIC

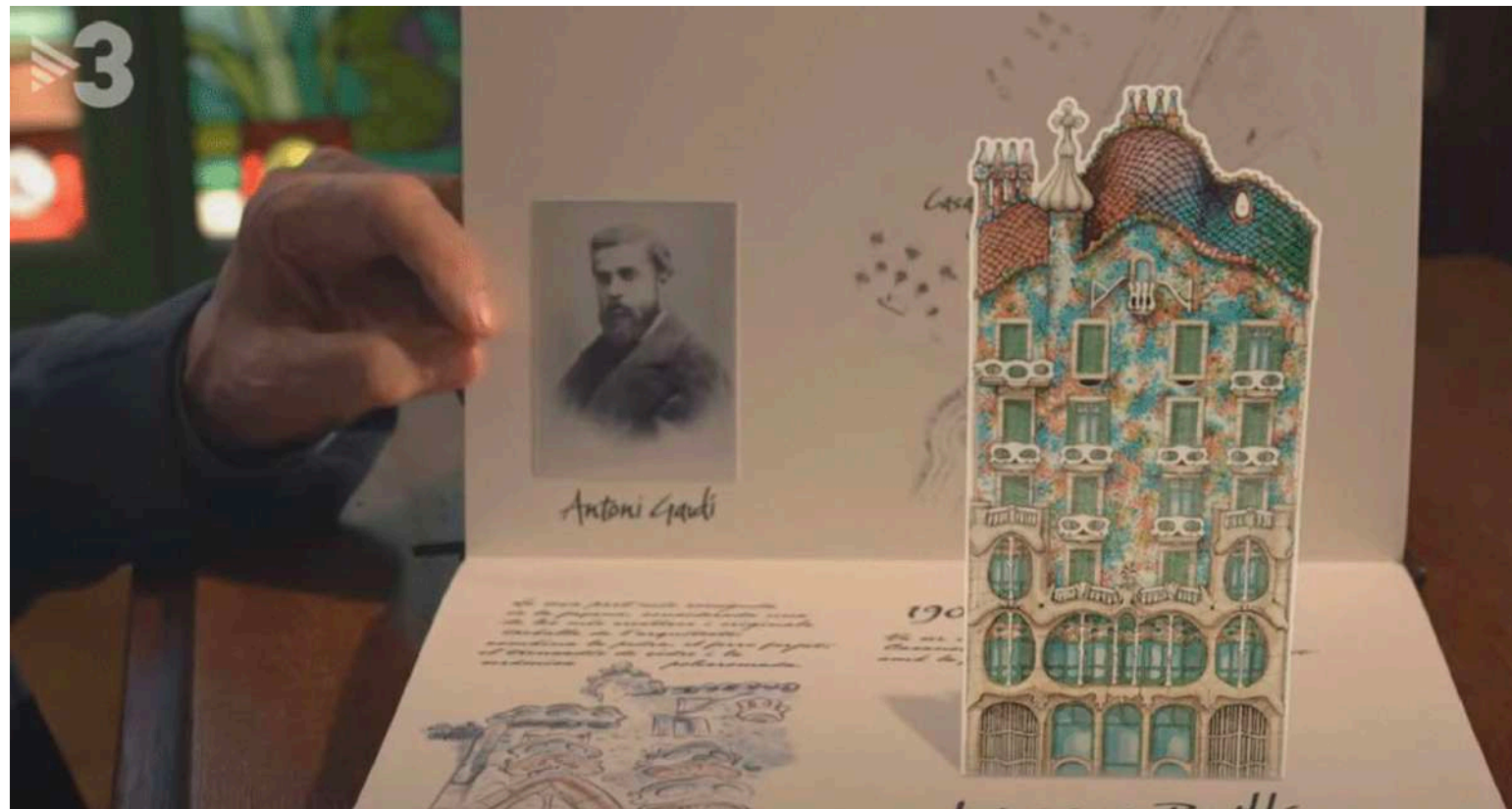
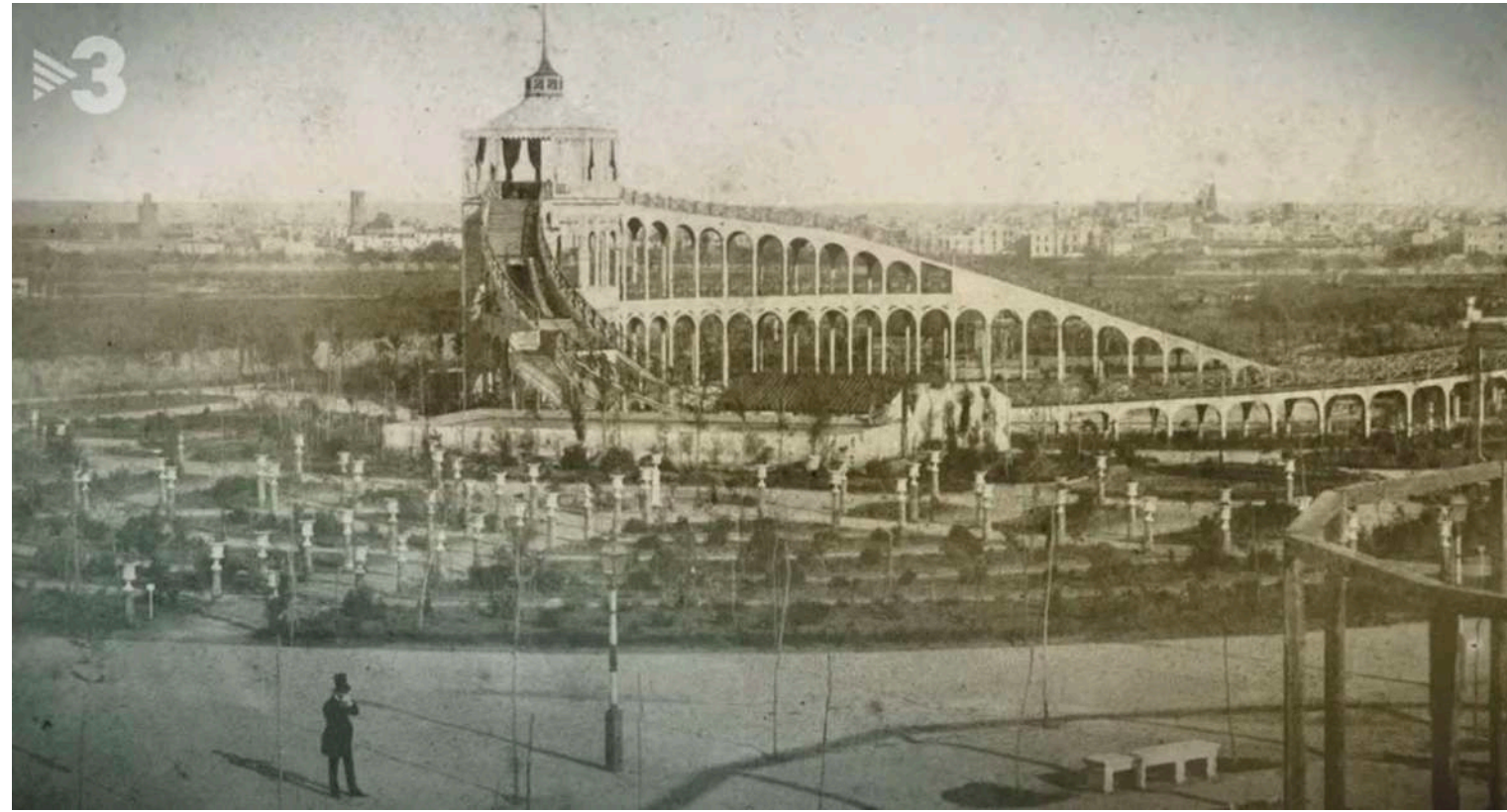
OBSERVACIÓ



La visualització i tertúlia posterior van donar una nova perspectiva a l'equip de treball, entenent el Passeig de Gràcia com un espai històric, un lloc d'ús i de trànsit, a tenir en compte qui l'utilitza i qui hi passa.

FASE 1: UN CONTEXT HISTÒRIC

OBSERVACIÓ




FASE 1: MASTERCLASS AMB THE PLACE BUREAU

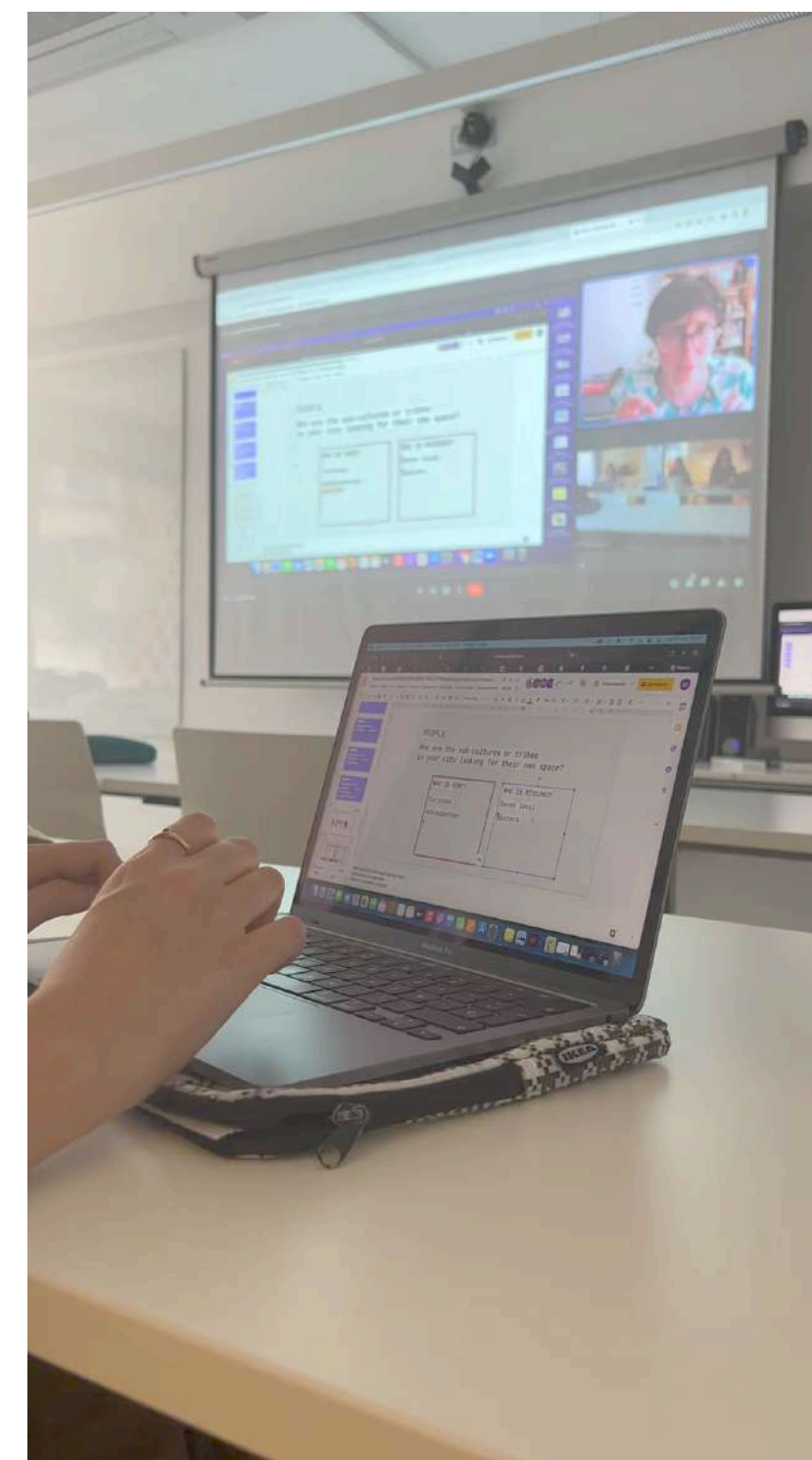
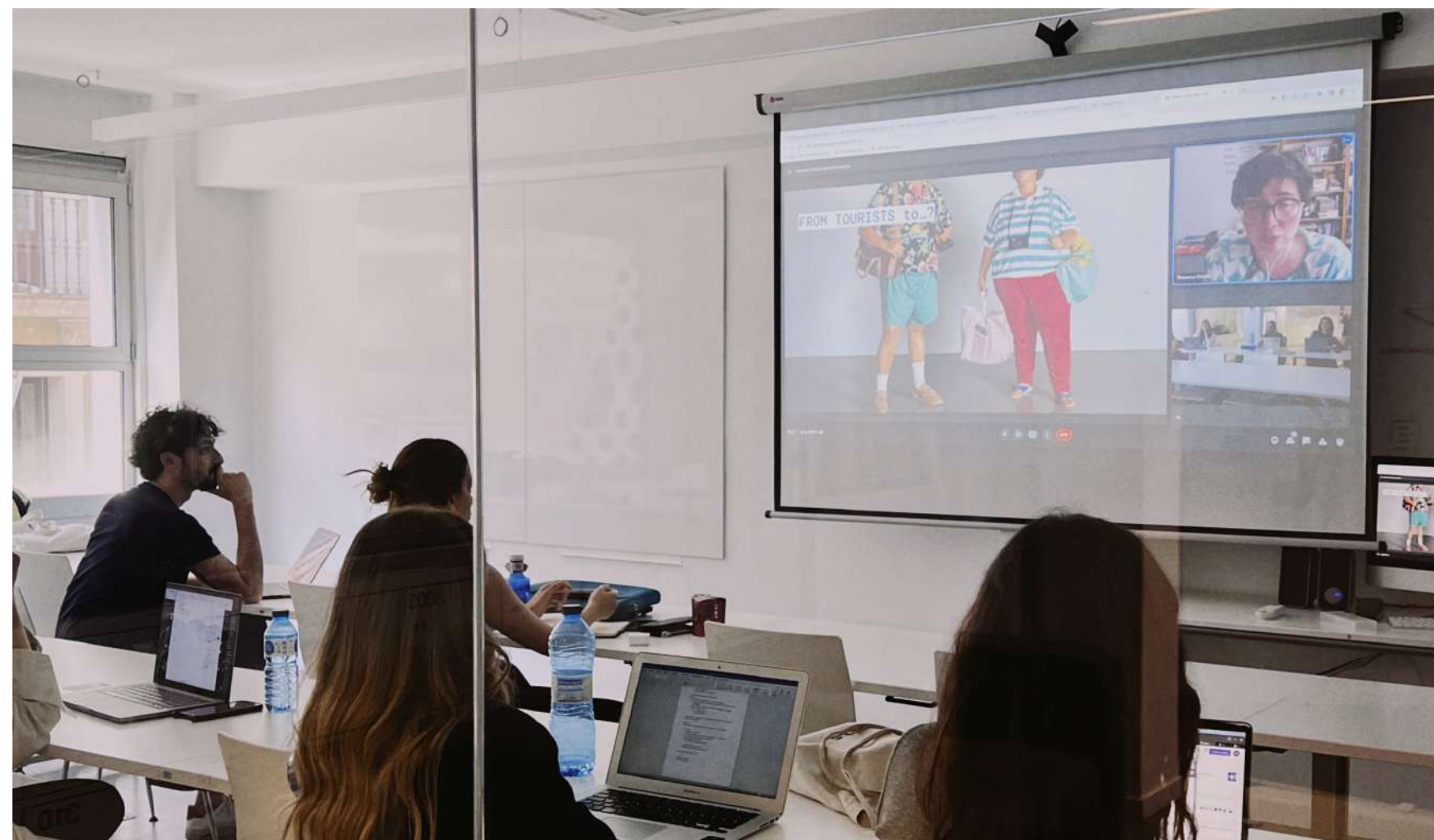
OBSERVACIÓ

Com recuperar el comerç al Passeig de Gràcia dirigit a la ciutadania de Barcelona?

Rosana Vitiello va utilitzar la sessió per ajudar a contextualitzar què cal re-programar a l'espai, des del "què hi ha", el "què hi falta" i el "què hi volem", oferint diversos exemples de com poder fer una consulta participativa amb la ciutadania, ja que "un gran carrer és la conversa entre ciutat i ciutadans".

“UN GRAN CARRER ÉS LA CONVERSA ENTRE CIUTAT I CIUTADANS”

 Rosana Vitiello



FASE 1: CONCLUSIONS DE L'OBSERVACIÓ

OBSERVACIÓ

Combatre els tres supòsits /prejudicis per part de la ciutadania sobre la proximitat a l'Eix del Passeig de Gràcia.

Verificar la necessitat de retornar el Passeig de Gràcia a la ciutadania de Barcelona.

Dialogar amb comerciants i ciutadania sobre comerç, proximitat i usos del Passeig de Gràcia.

FASE 2

OBSERVACIÓ

FASE 2: DIÀLEGS SOBRE COMERÇ I PROXIMITAT

OBSERVACIÓ

Comerç que es dirigeix
al públic local.

Comerç que no es troba ubicat en el
Passeig de Gràcia directament i que
pertany a l'Eix.

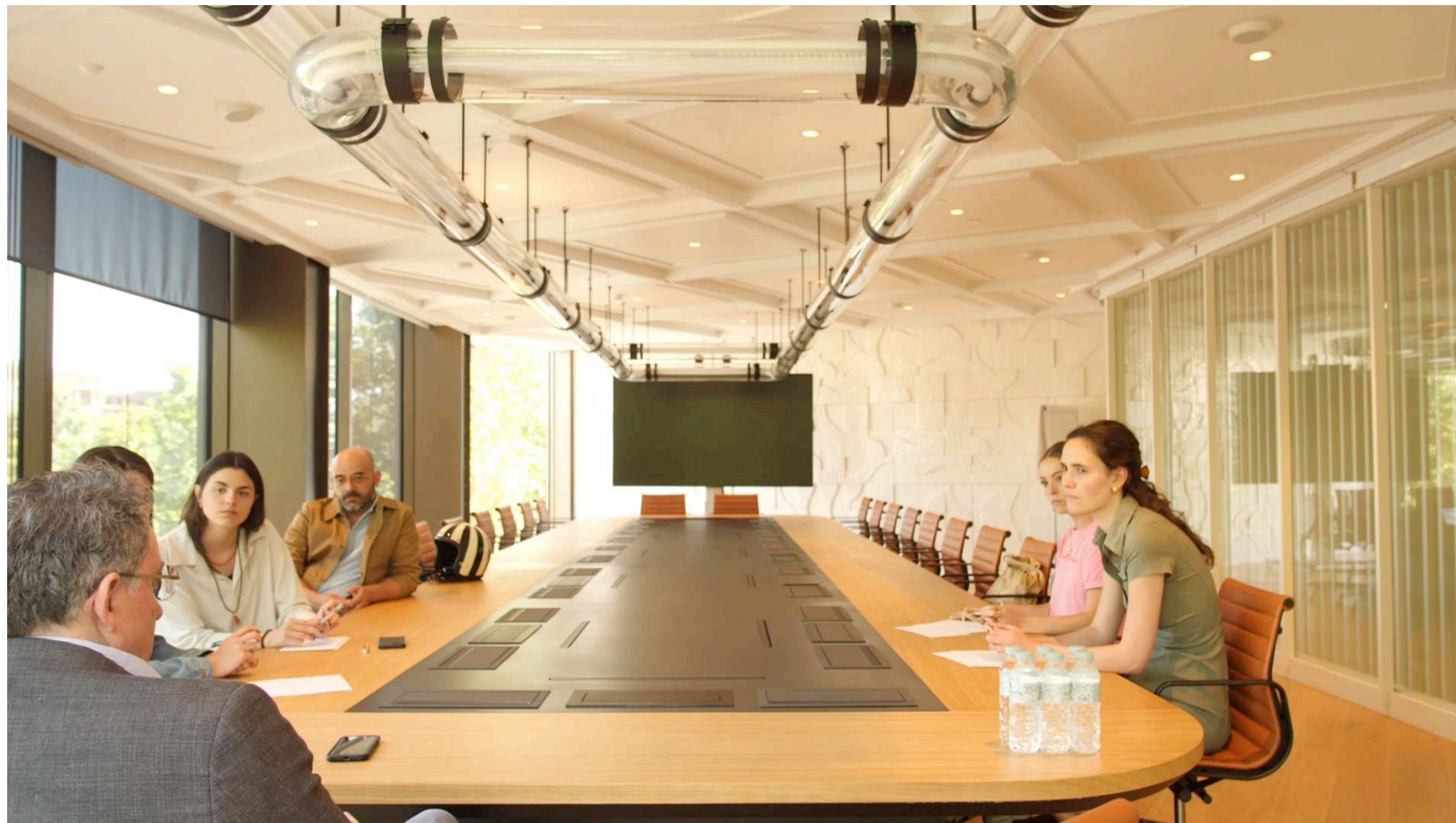
Comerç que pertany a un negoci
familiar / autòcton.

S'estableixen els paràmetres de la investigació, tenint en compte com a eixos:

- Què és la proximitat
- Què vol dir proximitat aplicada al Passeig de Gràcia
- Quin ús en fa la ciutadania de l'espai.

Acordem amb l'Associació de Comerciants del Passeig de Gràcia iniciar la investigació visitant i establint converses amb diversos comerços, que complissin certs aspectes que lluitessin contra els prejudicis inicials detectats en l'anàlisi.





DIÀLEGS SOBRE COMERÇ I PROXIMITAT



Vam parlar amb tres comerços diferents:

CASA SEAT, ubicat a la cantonada de Passeig de Gràcia amb Diagonal, a l'inici dels Jardinetes de Gràcia.

El Nacional, restaurant ubicat a la part inferior del Passeig;

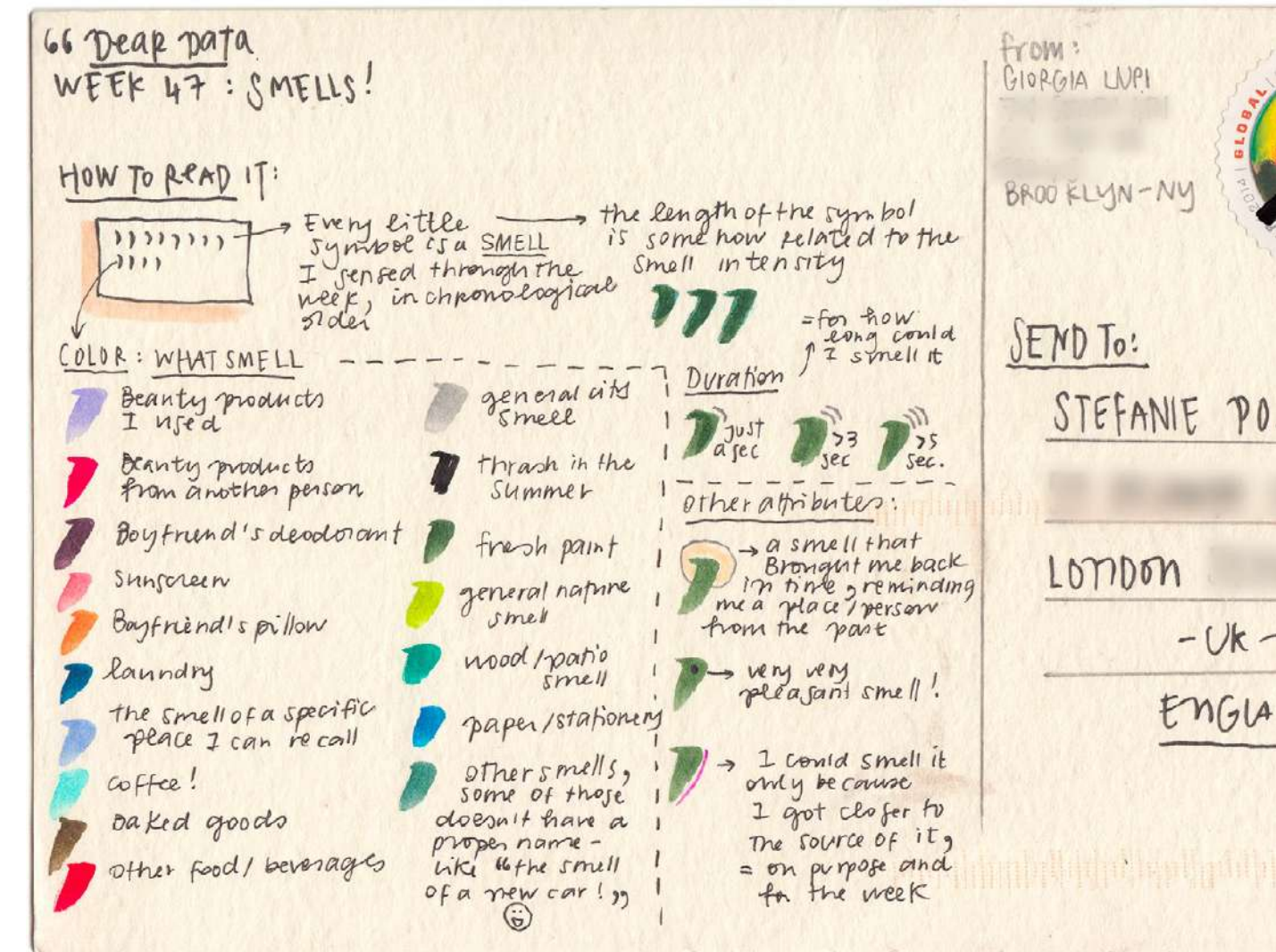
B-Travel & Catai, l'agència de viatges ubicada al Carrer València 266.

FASE 2: “ESTIMADES DADES”

OBSERVACIÓ

“Dear Data”

És un projecte de dibuix de dades analògic d'un any de durada entre Giorgia Lupi i Stefanie Posavec, dues dissenyadores d'informació guardonades que viuen a diferents costats de l'Atlàntic i que recollint i dibuixant a mà les seves dades personals i enviant-se-les entre elles en forma de postals, es van fer amigues.



FASE 2: “ESTIMADES DADES”

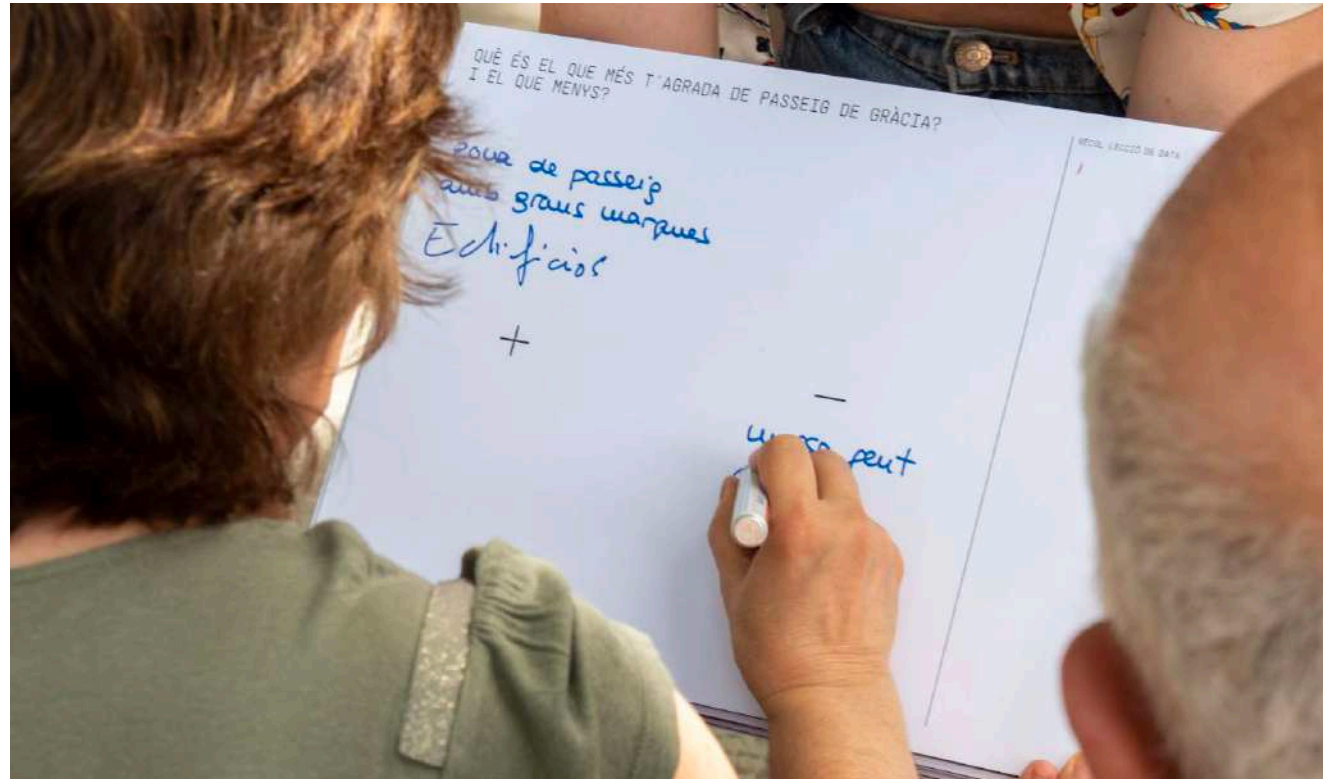
OBSERVACIÓ

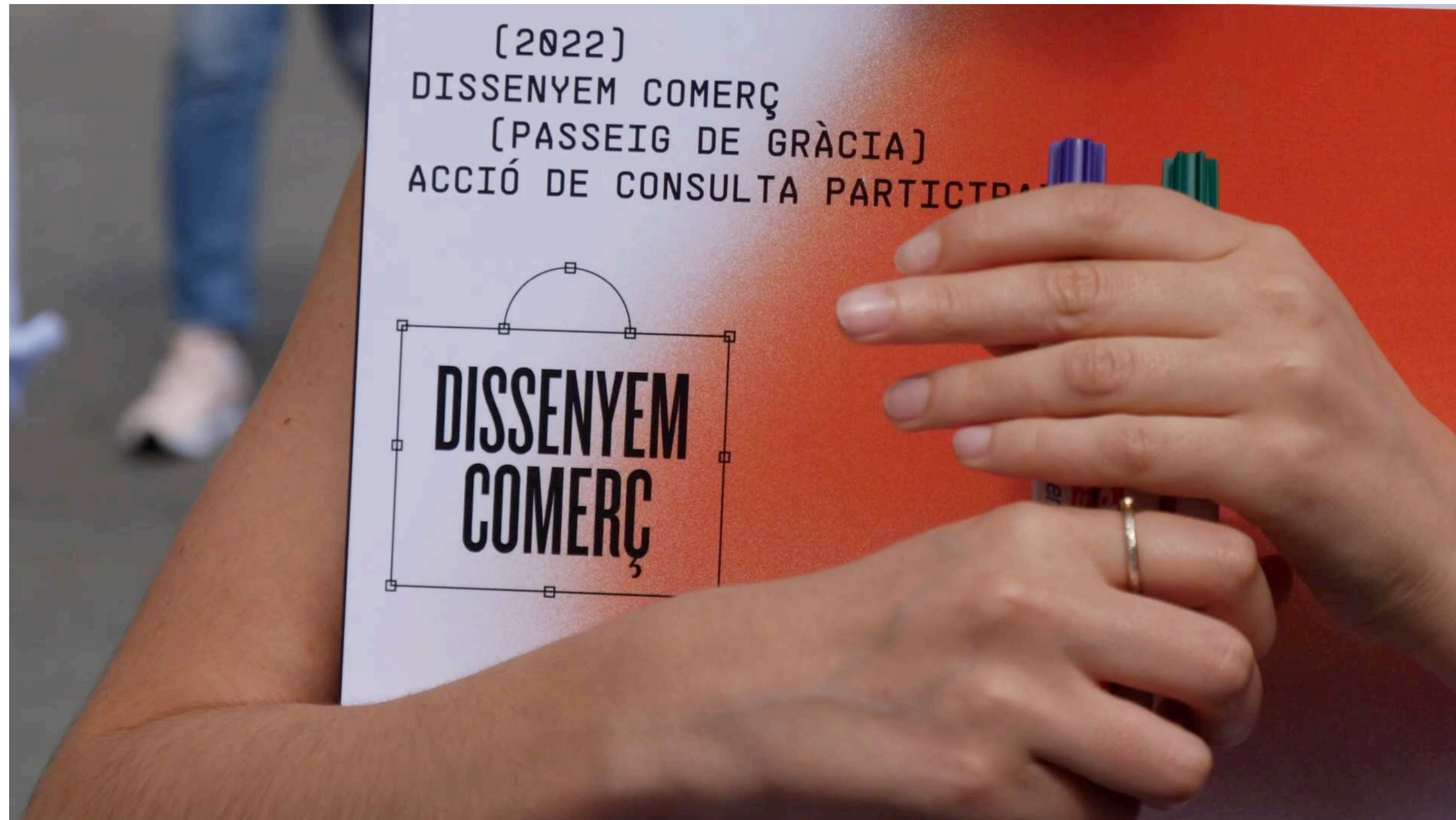
Què fas normalment al
Passeig de Gràcia

L'adaptació d'aquest projecte a la nostra consulta es convertí en la generació de 6 panells amb informació esquemàtica i una guia clara per a codificar les respostes de les persones entrevistades, que participaven amb enganxines, gomets, dibuixant línies o escrivint paraules clau, que responien a 6 situacions.

FASE 2: “ESTIMADES DADES”

OBSERVACIÓ





“ESTIMADES DADES”

“
Amb l’acció de consulta ciutadana, combinant el formulari online i la participació en el terreny de camp, realitzats a finals de maig de 2022, es van recolectar un total de **844 respostes**, amb la participació de **128 persones**.

Comerç local en l'Eix de Passeig de Gràcia

Hola!

Som un grup d'estudiants de diferents disciplines de l'IED Barcelona. Estem participant en el projecte DISSENYEM COMERÇ, promogut pel Disseny Hub, Barcelona Activa i l'Ajuntament de Barcelona, en el que treballam propostes per incentivar el comerç i la proximitat a l'Eix de Passeig de Gràcia. Agraïem molt la vostra participació, no us romandrà més de cinc minuts.

Moltes gràcies :)

jeaantunesmoreiraalves@gmail.com (not shared)

Switch account

Què fas normalment al Passeig de Gràcia?

Comprar

Passejar

De pas / de trànsit

Quan acostumes a venir al Passeig de Gràcia?

Entre setmana

Cap de setmana

Què et falta al Passeig de Gràcia?

Zones verdes

Zones per seure

Terrasses

Espais lúdics

Other: _____



FASE 2: CONCLUSIONS DE LA RECERCA

OBSERVACIÓ



USUARIS

Passeig de Gràcia és un espai plural, per a tothom i on el que més hi fem és, com el seu nom indica, passejar.

“La proximitat al Passeig de Gràcia és donar resposta al que la ciutadania necessita”.

COMERÇOS



FASE 3

REFLEXIÓ

FASE 3: DIAGNÒSTIC

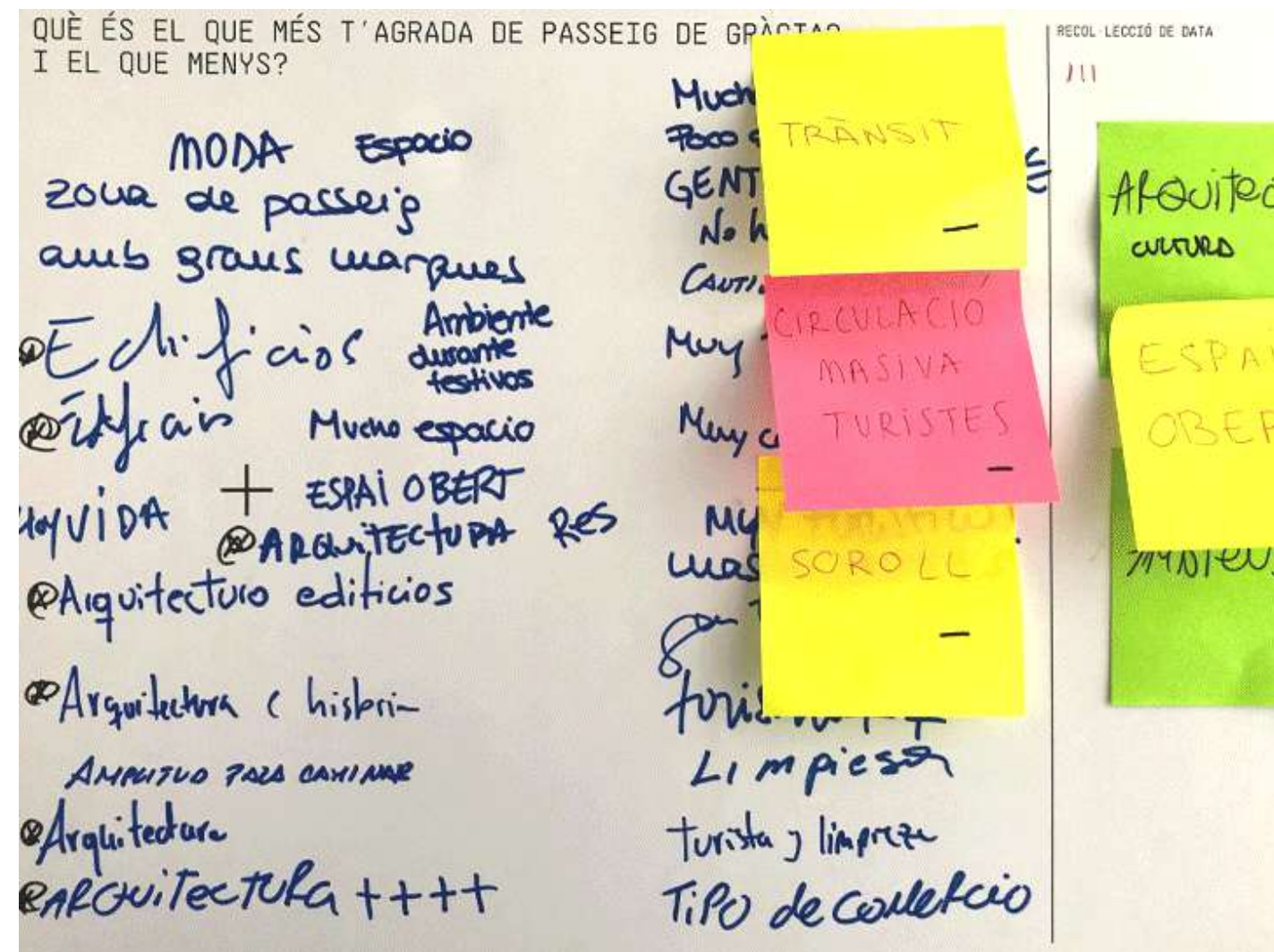
REFLEXIÓ

Les respostes obtingudes durant la Fase de Recerca necessitaven d'un anàlisi, filtratge, identificació i búsqueda de sinergies entre les respostes obtingudes per part de les diferents fonts d'informació consultades, tant en la recerca com en la Fase de Context inicial.

ANÀLISI DE DADES I IDENTIFICACIÓ DE PROBLEMES

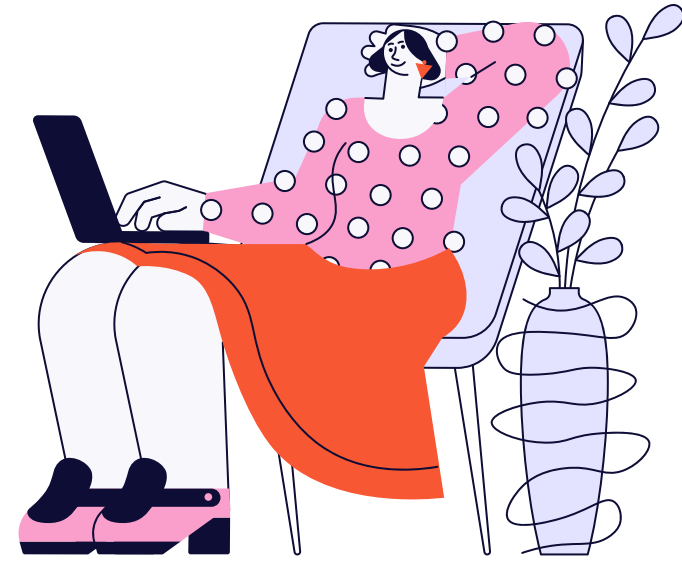


Sintetitzar conceptes clau.
Unificar respostes



FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?” .

REFLEXIÓ



Què tenim



Què falta



Què volem

Les dades analitzades es van agrupar en 5 conceptes clau: Espai Públic, Proximitat, Públic, Comerç i Oferta, sota tres variables, tres “Q”: Què tenim, Què falta i Què volem, entenent el plural com la unió de comerços i ciutadania de Barcelona, que van generar els següents discursos/enunciats:

FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?”.

REFLEXIÓ

El Passeig de Gràcia és un espai obert,

una zona ideal per al passeig i per a gaudir de la cultura i l'arquitectura, a més de ser una artèria comercial de la ciutat i un emblema representatiu de la ciutat de Barcelona.

La seva fama ha fet que sigui un espai al que li falta silenci, zones verdes, seguretat i accessibilitat.

El Passeig de Gràcia ha de ser un espai amb menys trànsit i menys circulació massiva de turistes, que aposti per la cultura i la mobilitat.

ELABORACIÓ
D'ENUNCIATS



FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?”.

REFLEXIÓ

El Comerç de Proximitat al Passeig de Gràcia, s’ha d’entendre dins del context únic de la zona: com un comerç de centralitat per a ciutadans.

La proximitat al Passeig és oferir serveis i productes segons la demanda local, dirigint-se al públic barceloní, on ja comença a haver-hi propostes de kilòmetre 0 i productes de temporada, però que requereixen de donar-les a conèixer a través de campanyes que fidelitzin al públic autòcton.

ELABORACIÓ
D’ENUNCIATS



FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?”.

REFLEXIÓ

El públic barceloní entén que el Passeig de Gràcia és un espai emblemàtic

de la ciutat i que atrau als visitants, això aconsegueix ser un dels carrers més transitats, on sempre hi ha ambient i que el públic local aprofita per a passejar-hi en cap de setmana o dinar entre setmana.

La ciutadania evita el consum als comerços, en alguns casos per les aglomeracions de gent en temporades i horaris concrets i, d'altres, perquè hi ha comerços que no són assequibles per a tothom. És per això que es reclama incentivar el producte propi i crear activacions per a atraure al públic familiar.

ELABORACIÓ
D'ENUNCIATS



FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?”.

REFLEXIÓ

**Els Comerços de l'Eix del Passeig de Gràcia
creuen en les sinergies comercials,**

i valoren la feina que es fa per a exportar el Passeig de Gràcia al món.

Tot i així, es comuniquen poc amb la ciutadania i es poden convertir en una comunitat que comparteix els mateixos valors.

ELABORACIÓ
D'ENUNCIATS



FASE 3: DEL “QUÈ TENIM?” AL “QUÈ VOLEM?”.

REFLEXIÓ

El Passeig de Gràcia s’ofereix com un punt de trobada per a la ciutadania,

a qui cal recordar que el Passeig sempre ha estat d’ella, des de l’origen. Mirant a l’avui i al demà, ha d’oferir experiències, cultura, mobilitat i punts de diàleg i connexió: un emblema de la ciutat que també es pugui convertir en un espai promotor de la proximitat.

ELABORACIÓ
D’ENUNCIATS



FASE 3: CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC REFLEXIÓ

FASE 3: CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC



FASE 4

ACCIÓ

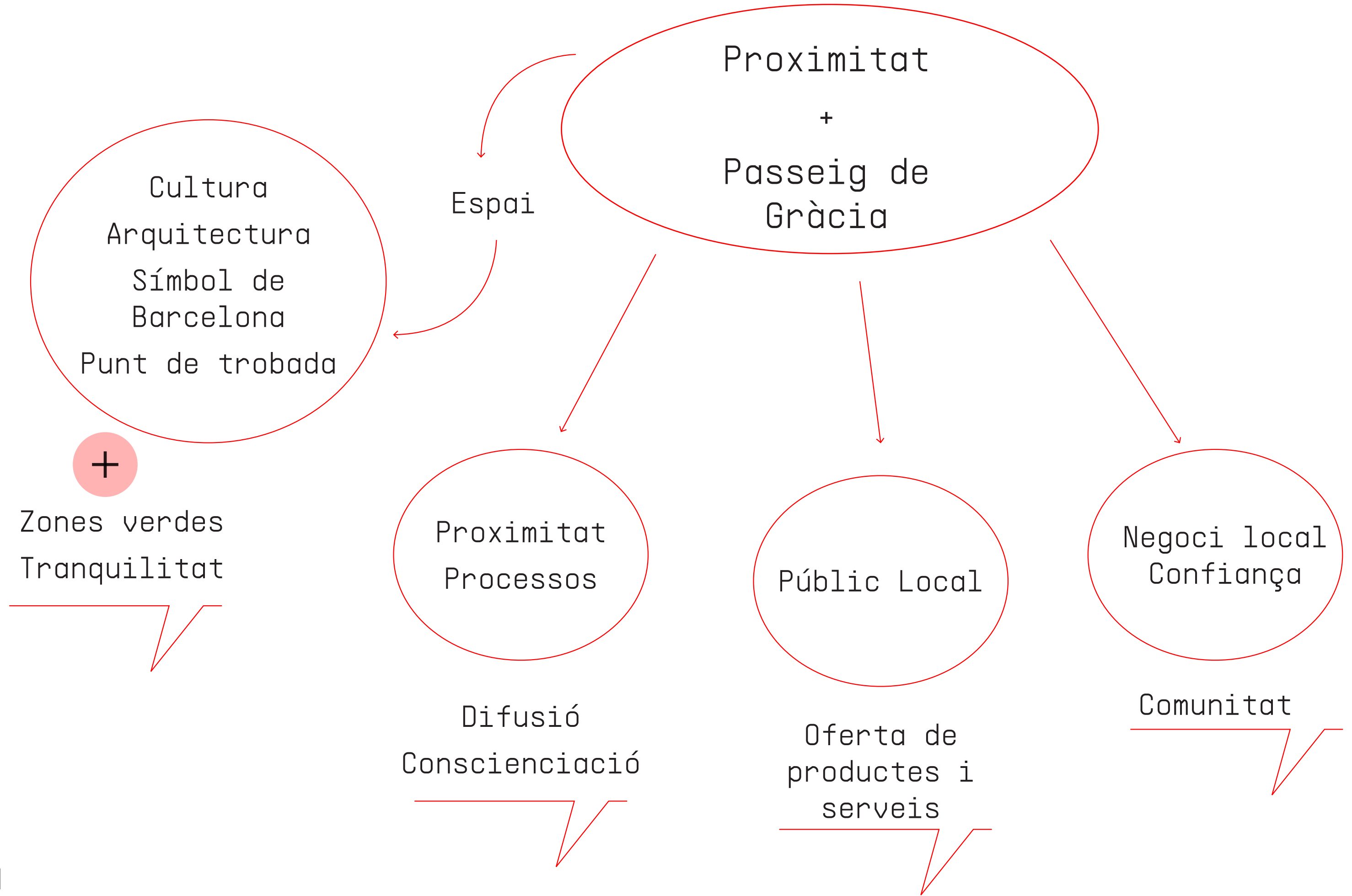


Les sessions d'Ideació giren al voltant del concepte de Proximitat propi i únic del Passeig de Gràcia, responent a tres eixos fonamentals i que formen part del model d'iteració continuada aplicat durant tot el procés, tenint en compte tant els usuaris com l'ecosistema propi de l'Eix:

- Els negocis locals
- Els usuaris locals
- L'espai comú, cultural i públic que representa el Passeig de Gràcia.

FASE 4: DEFINICIÓ DE PROXIMITAT AL PASSEIG DE GRÀCIA

ACCIÓ



FASE 4: PLUJA D'IDEES

ACCIÓ

Les idees i propostes inicials es treballen en dues línies:

Idees que volen emfatitzar propostes ja existents al Passeig de Gràcia

formulades sota principis de proximitat (productes de temporada, sostenibilitat o kilòmetre 0, a més de serveis dirigits a públic resident a la ciutat) i que no tenen una gran visibilitat.

Idees que volen posicionar al Passeig de Gràcia

com un espai que promou la proximitat com a valor universal, tenint en compte l'audiència local i oferint continguts i accions més enllà de les activacions comercials.

FASE 4: CONCLUSIONS DE LA IDEACIÓ

ACCIÓ

Durant el procés d'ideació
s'escullen 6 idees,

que responen a 5 necessitats detectades:

Recuperar el sentit de pertinença

Generar sensació de barri

Crear un lloc on estar

Donar visibilitat a la proximitat

Crear relacions usuari local/comerç local

FASE 5

ACCIÓ

MIRADORS AL PASSEIG

01

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

PUNT DE
TROBADA

RECUPERAR EL
SENTIT DE
PERTINENÇA

CREAR UN LLOC ON
ESTAR

FACILITADORS DE
PERSPECTIVES

PRODUCCIÓ
SOSTENIBLE

Els Miradors al Passeig de Gràcia són estructures efímeres, que permeten als usuaris veure el Passeig i l'arquitectura més icònica des d'un punt de vista diferent.

A més a més, creen punts d'ombra, descans i de socialització: un lloc on estar i no només passar.

MIRADORS AL PASSEIG

PUNT DE
TROBADA

RECUPERAR
EL SENTIT DE
PERTINENÇA

CREAR UN LLOC ON
ESTAR

FACILITADORS DE
PERSPECTIVES

PRODUCCIÓ
SOSTENIBLE

EN QUÈ CONSISTEIX?

S'ofereix un recorregut seguint el Passeig i es col·loquen els miradors en punts estratègics, com per exemple: Casa Amatller, Casa Batlló, Casa Milà, Palau Robert o els Jardinetes de Gràcia.

Les instal·lacions es col·locaran durant el període d'una setmana, cada dos o tres mesos.

Les estructures són realitzades de manera sostenible, no només gràcies als materials seleccionats, sinó també perquè, un cop finalitzat l'esdeveniment, les diferents parts es podran desmuntar i reutilitzar.



01

Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.

MIRADORS AL PASSEIG

COM FUNCIONA?

Per a fer l'esquelet es poden aprofitar materials que les indústries implicades al Passeig de Gràcia utilitzen en la seva producció i que poden acabar en el rebuig:

- Fusta reciclada
- Aglomerat fet amb residus compactats (teixits i plàstics presents en la indústria de la moda o la gastronomia).

PUNT DE
TROBADA

RECUPERAR EL
SENTIT DE
PERTINENÇA

CREAR UN LLOC ON
ESTAR

FACILITADORS DE
PERSPECTIVES

PRODUCCIÓ
SOSTENIBLE



01

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



MIRADORS AL PASSEIG

PUNT DE TROBADA

RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA

CREAR UN LLOC ON ESTAR

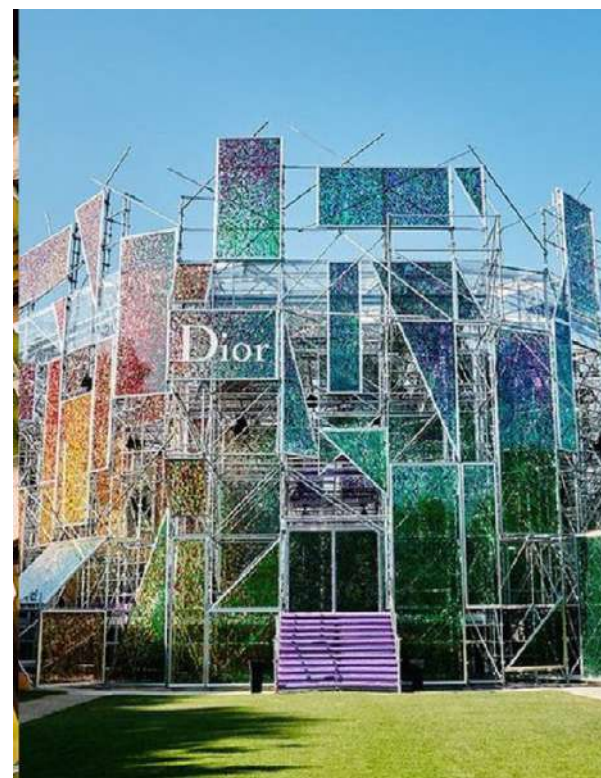
FACILITADORS DE PERSPECTIVES

PRODUCCIÓ SOSTENIBLE

Els sostres o cobertures es poden fer amb materials de rebuig: bosses de plàstic, ampolles de plàstic, ampolles de vidre, teixits reciclats...

(L'ús d'ampolles reciclades, seria particularment interessant, perquè no només oferiria protecció del sol, també permet afegir una barreja d'aigua i lleixiu, barreja que reflecteix la llum. A través d'aquesta tècnica es poden realitzar petits espais coberts a les estructures)

Els Miradors poden ser espais on poder explicar el nostre concepte de proximitat i sostenibilitat al Passeig de Gràcia.



01

Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.



MIRADORS AL PASSEIG

01

PUNT DE
TROBADA

RECUPERAR
EL SENTIT DE
PERTINENÇA

CREAR UN LLOC ON
ESTAR

FACILITADORS DE
PERSPECTIVES

PRODUCCIÓ
SOSTENIBLE

QUI ESTÀ IMPLICAT?

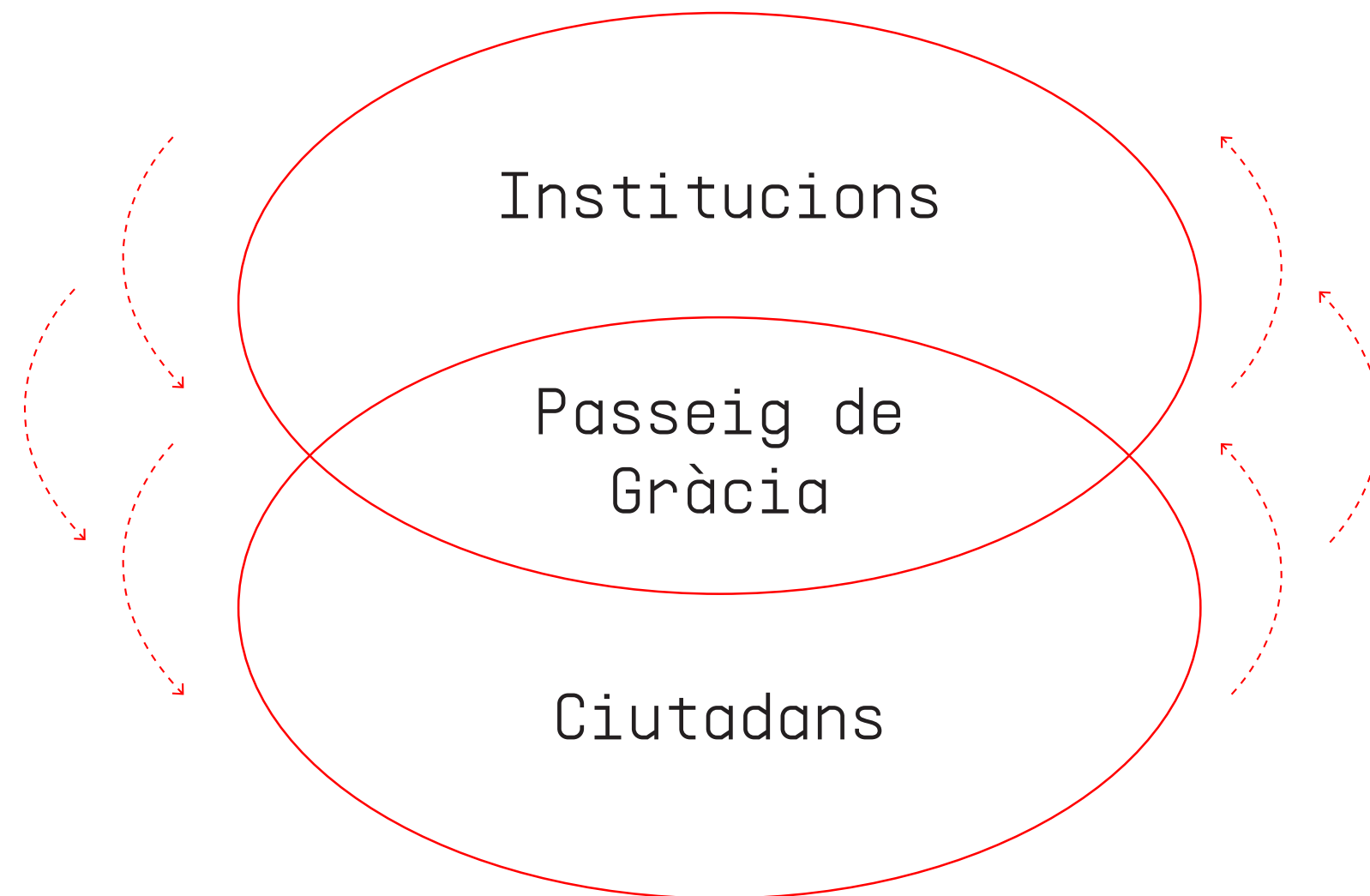
El projecte està dirigit a l'atenció dels museus i comerços que gestionen els edificis històrics i les activitats; també a l'Ajuntament i l'Associació Passeig de Gràcia amb la finalitat d'associar la imatge del Passeig a un barri sostenible (i de proximitat en aquest sentit).

A QUI S'ADREÇA?

Son nous espais per a gaudir sobretot pels ciutadans.

PERQUÈ ES FA? A QUIN PROBLEMA RESPON? QUIN OBJECTIU COMPLEIX?

La idea és fer que els barcelonins reconeixin el Passeig de Gràcia com un espai que els pertany, que no s'hi dirigeixin només per a les compres i que no sigui només una zona de pas. Fer de manera que els ciutadans vulguin viure realment el barri.



CO-CREEM JARDINS VERTICALS

02

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

CREAR RELACIONS

USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

SOSTENIBILITAT

ZONES
VERDES

GENERAR SENSACIÓ
DE BARRI

A partir de les dades obtingudes, hem pogut observar una preferència cap als Jardinetes de Gràcia per part de la gent de Barcelona, no només com a zona verda, si no també per la seva calma. Per altra banda, una dada interessant obtinguda va ser la demanda d'activitats aptes per a famílies i la necessitat de crear comunitat.

CO-CREEM JARDINS VERTICALS

02

EN QUÈ CONSISTEIX?

Com el seu nom indica, l'acció consisteix en estendre l'ànima dels Jardinetes a través de jardins verticals* mòbils. La pròpia acció es realitzarà a través d'una gimcana, connectant al públic local amb els comerços.

La intenció d'aquesta acció és convertir el Passeig de Gràcia en un espai polivalent i dinàmic, més enllà de les compres i el passeig, que es caracteritza pel seu sentiment de comunitat, on la gent vulgui estar i quedar- s'hi, a més de crear consciència social i mediambiental.

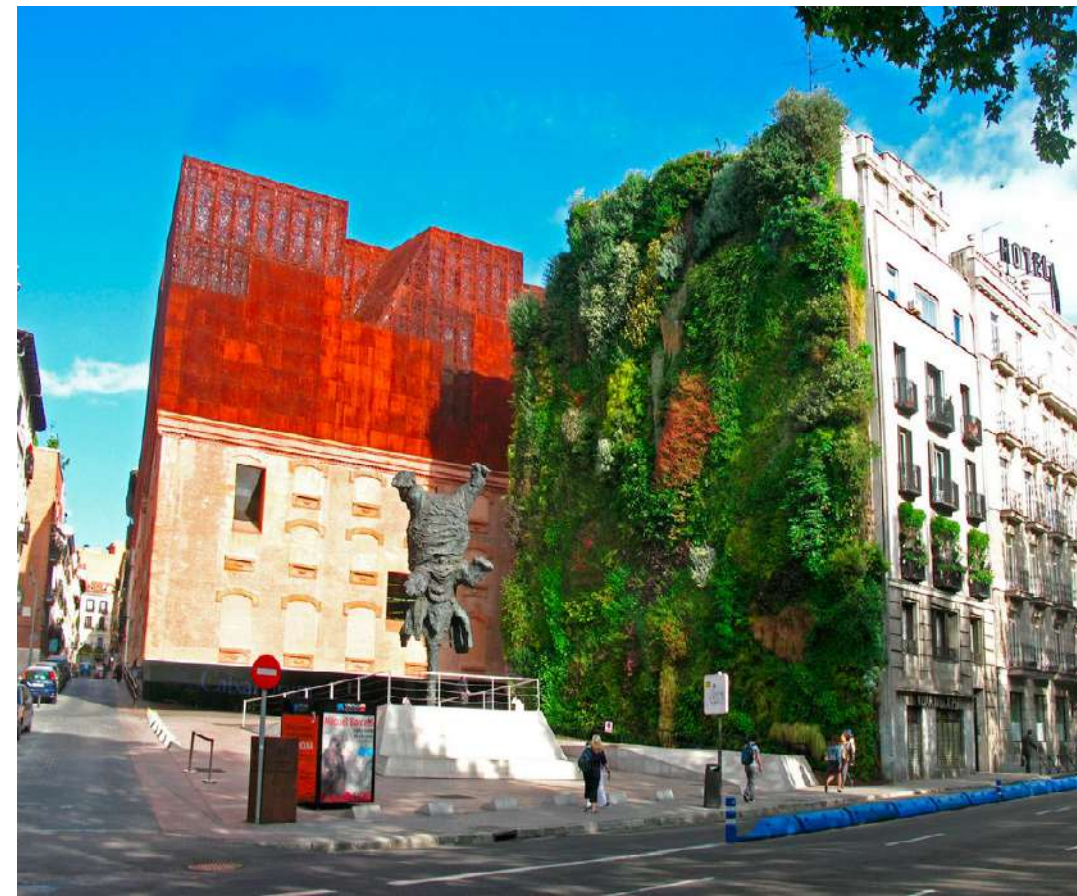
Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

SOSTENIBILITAT

ZONES
VERDES

GENERAR SENSACIÓ
DE BARRI



Caixa Forum Madrid May 2010



→ **Jardí vertical:** una instal·lació vertical coberta de plantes de diverses espècies que són cultivades en una estructura especial donant l'aparença de jardí.

CO-CREEM JARDINS VERTICALS

COM FUNCIONA?

La ruta consistiria en la recol·lecta dels materials necessaris (suro, palets, terra, corda i llavors o plantes) per a la creació dels jardins verticals. Una ruta on els comerços locals serien proveïdors dels materials.

Seria un esdeveniment de caràcter trimestral.

QUI ESTÀ IMPLICAT? A QUI VA DIRIGIT?

Els residents a Barcelona i els comerços de Passeig de Gràcia serien els involucrats. La ciutadania seria la participant de l'acció, de fer la ruta establerta i la posterior creació dels jardins verticals, mentre que, les entitats Passeig de Gràcia seran els organitzadors de dit esdeveniment i punts de recollida dels elements necessaris.



The Growroom, a plywood planter-pod from Danish innovation lab Space10

02

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



“Co-creem Jardins Verticals” està orientat al públic barceloní, principalment a famílies, les quals, com hem esmentat prèviament, reclamen activitats participatives orientades a les criatures i més zones verdes.

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

SOSTENIBILITAT

ZONES
VERDES

GENERAR SENSACIÓ
DE BARRI

CO-CREEM JARDINS VERTICALS

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL
SOSTENIBILITAT
ZONES VERDES

GENERAR SENSACIÓ DE BARRI

PER QUÈ ES FA?

La intenció final del projecte, dirigida al públic local, és resoldre els problemes de: falta de zones verdes, sentiment de comunitat i la carència d'activitats dirigides a famílies.

Pel que fa a les entitats de Passeig de Gràcia, l'objectiu és trencar la barrera dels estereotips que hi ha entre el públic objectiu i els comerços.

QUINS OBJECTIUS COMPLEIX?

“Co-creem Jardins Verticals” vol donar veu al públic local, adaptant el Passeig de Gràcia a les seves necessitats i peticions.

Principalment, creant un espai cooperatiu, on la gent i els comerços tinguin un paper actiu en la comunitat.

A més, és una altra forma per a què la ciutadania pugui gaudir de noves zones verdes que convidin a baixar el ritme.



02

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

INSPIRACIÓ [HTTPS://WWW.URBANGREENUP.EU/](https://www.urbangreenup.eu/)



TEMPORADA D'APARADORS

03

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

DIFUSIÓ DE
CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

La idea és llançar des de Barcelona Activa un concurs que premiarà la creativitat en els aparadors del comerç de l'àrea de Passeig de Gràcia, al voltant del concepte de proximitat. L'objectiu és enfortir els llaços entre comerços i ciutadania, difonent conceptes propis de la proximitat i, a més, dinamitzar l'economia local.

TEMPORADA D'APARADORS

DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/ COMERÇ LOCAL

EN QUÈ CONSISTEIX?

Els aparadors del Passeig de Gràcia són un dels reclams comercials més coneguts de les botigues de luxe i retail de tot l'eix comercial. La seva creativitat està dirigida a la venda i l'atracció d'usuaris a l'interior del comerç.

“Temporada d'Aparadors” es proposa com una iniciativa on tots els comerços puguin crear aparadors que vagin més enllà del vidre, creuin al carrer i es puguin convertir en un factor d'atracció.

La proposta no és només estètica: el fil conductor per a la creació dels aparadors ha de ser sobre la proximitat i han de poder generar un punt expositiu-explicatiu a l'interior del comerç, un “sabies que..” que serveixi per a detallar conceptes com l'origen local del producte, la producció manual, l'ús de materials sostenibles...



Metz / Le Pop'Up Store de la Semaine 2015 de l'Artisanat en Moselle

03

Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.

TEMPORADA D'APARADORS

DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

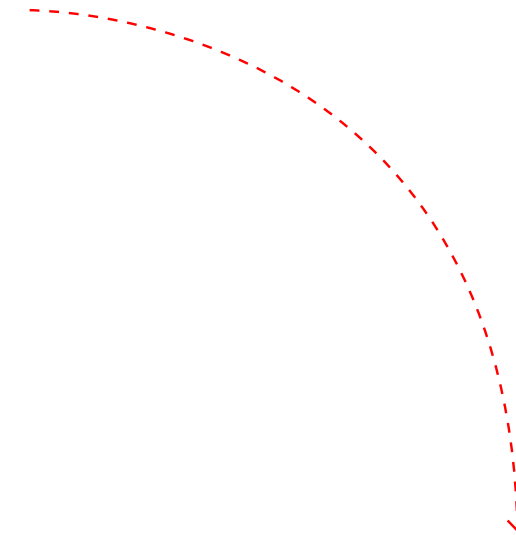
COM FUNCIONA

L'aparador serà el foc principal per captar al públic i encara que la temàtica no sigui exposada directament als carrers, un cop el públic es decideixi a entrar dins del comerç i viure l'experiència, podrà percebre durant tota la temporada l'ambient i la connexió directa amb l'aparador i conèixer de primera mà orígens, processos i productes de proximitat.

El concurs es durà a terme mitjançant una sèrie de votacions per part dels ciutadans les quals determinaran el 50% dels resultats finals, mentre que l'altre 50% formarà part d'un jurat que valorarà en funció l'impacte visual, la composició, la tradició, la creativitat i la dedicació. Aquestes seran via digital amb l'objectiu de què sigui un procés fàcil i ràpid.

03

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



QUIN OBJECTIU COMPLEIX?

Respon a la falta de consum local i de les campanyes per fidelitzar al públic local a través del concepte de proximitat.

Vol incentivar el producte de proximitat a través de la cultura, la mobilitat i els esdeveniments i finalment, a la idea de formar una comunitat.

L'objectiu final d'aquesta iniciativa és fomentar les vendes del comerç tradicional i incentivar les visites del públic barceloní.

TEMPORADA D'APARADORS

ACCIÓ - PROCÉS D'INVESTIGACIÓ: LLEIS GESTALT

03

Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.

DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/ COMERÇ LOCAL



1. LLEI DE LA PREGNÀNCIA

Basada en formes geomètriques senzilles, clares i netes que faciliten la lectura i la memorització d'un aparador. El cercle, el quadrat i el triangle i derivats com l'oval o l'hexàgon s'utilitzen per col·locar dins elements importants.



2. LLEI DE LA SEMBLANÇA

Amb l'objectiu d'agrupar i organitzar tot i fer ressaltar un element. Es pot dur a terme a través del color: podem fer ressaltar una camisa blava entre altres blanques. O bé creem la semblança a través de la repetició d'una qualitat (color, forma, textura o estampat) o del mimetisme.



3. LLEI DEL TANCAMENT

Es basa en el concepte de què "tan millor serà una forma, com millor tancat estigui el seu contorn", fa referència a la creació d'aparadors conceptuals on l'espectador ha de fer ús de la seva imaginació per tancar la idea. Involucra a l'espectador. Experiència.



4. LLEI DE LA PROXIMITAT

Composició de l'aparador i la distància entre els productes. L'espai és el protagonista. Funciona molt bé en joieries, òptiques, complements...

TEMPORADA D'APARADORS

DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/ COMERÇ LOCAL



PROPOSTA ESTACIÓ HIVERN

Per la temporada de Nadal, cada comerç haurà de crear un arbre de Nadal, sigui amb una estructura tradicional o una de més innovadora, en el qual es trobaran exposats els productes característics combinant la llei de la pregnància i la llei de la semblança.

Amb el fi que el Passeig de Gràcia sigui una zona d'estar, a l'exterior, descobrirem un taller dirigit a tots els públics el qual consistirà a plantar el teu "arbre". A més, et parlaran de la sostenibilitat i la importància de cuidar el medi ambient.



PROPOSTA ESTACIÓ PRIMAVERA

Cada comerç de proximitat durant la temporada de primavera dissenyarà el seu aparador amb la integració de la creació personal de rams de roses. En aquest, es podrà observar el producte de proximitat que ens ofereixen i a més aportarà una experiència sensorial (olor i vista) al públic de Barcelona.

03

Les imatges utilitzades són de referència per a la presentació de les idees.

TEMPORADA D'APARADORS

DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/ COMERÇ LOCAL



PROPOSTA ESTACIÓ ESTIU

Amb l'objectiu de donar suport a la idea de sostenibilitat i convidar a tothom a reciclar, la proposta d'estiu es basa en la creació d'un aparador original mitjançant les ampolles de vidre, fent referència a tota la brutícia que s'acumula a les platges a l'estiu i d'alguna manera conscienciar al públic.

Guanyarà un cop més l'aparador més creatiu i que millor sàpiga emportar-se la idea al seu comerç. A més, a l'exterior, hi haurà un taller per a totes les edats que animarà a experimentar amb la música mitjançant ampolles reciclades amb aigua al seu interior. Serà una experiència que es podrà continuar al mateix interior del comerç on es podrà aprendre a reciclar el vidre.



PROPOSTA ESTACIÓ TARDOR

Exposició del producte dins del seu propi espai, utilitzant elements constructius propis de la cultura catalana.

Exemple:
CAMPER Passeig de Gràcia
Volta catalana, tècnica de constucció tradicional.

03

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

PARLEM DES DE LA PROXIMITAT

04

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

PUNT DE
TROBADA

DIFUSIÓ DE
CONEIXEMENT

NOUS CONTINGUTS
PER A DIVERSOS
CANALS

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

La proximitat al Passeig de Gràcia existeix: processos artesanals, plats de temporada, productes de kilòmetre 0...

Per a donar-los visibilitat a la ciutadania, proposem generar converses, sortint a peu de carrer per explicar-ho. Una oportunitat per a generar confiança, comunitat i contiguts per a la difusió presencial i online.

PARLEM DES DE LA PROXIMITAT: PG TALKS

PUNT DE TROBADA

DIFUSIÓ DE
CONEIXEMENT

NOUS CONTINGUTS
PER A DIVERSOS
CANALS

DONAR VISIBILITAT A
LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

EN QUÈ CONSISTEIX?

Es faran xerrades (breus) d'aproximadament uns 15-20' en les que tots els establiments que formen part de l'Associació de Comerços Locals de l'Eix de Passeig de Gràcia explicaran com es du a terme la proximitat en el seu establiment.

La idea és enviar una sèrie de preguntes o una pauta per tal d'assegurar-nos que els establiments tracten en la xerrada tots aquells punts que ens interessin. Aquesta no està pensada com a pregunta-resposta, però si s'espera que es toquin alguns punts.

Alguns exemples de preguntes podrien ser: Per què el teu establiment es considera local? Quines accions es duen a terme per ser un negoci de proximitat? Es comuniquen aquestes accions?, etc.



04

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

PARLEM DES DE LA PROXIMITAT: PG TALKS

PUNT DE TROBADA

DIFUSIÓ DE
CONEIXEMENT

NOUS CONTINGUTS
PER A DIVERSOS
CANALS

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

ON ES DURÀ A TERME?

Es faran fora de cadascun dels establiments o en les proximitats d'aquests si no és possible per espai físic.

La idea, però, és que surti una catifa des de l'establiment.

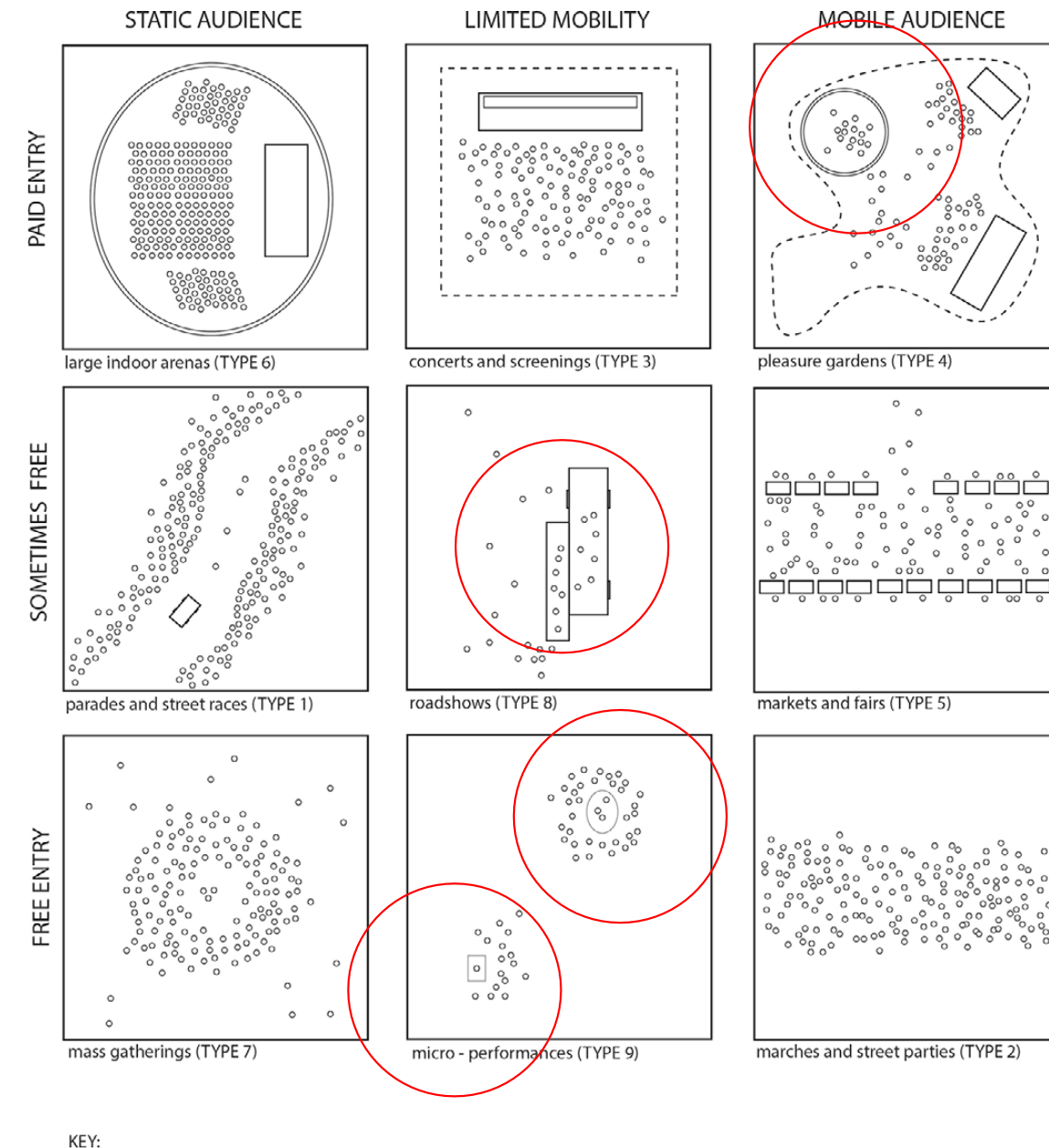
Les xerrades, a més, seran retrasmeses en directe i compartides a les xarxes socials (Instagram i YouTube, pels seus formats i cobertura).

Estaran disponibles tant en els canals propis de l'Associació com en els externs a aquesta (en els propis dels mateixos establiments). Aniran sempre acompanyades dels hashtag: [#pgtalks](#) [#pgtalksxnomdelcomerç](#)

A QUI VAN DIRIGIDES ?

Van dirigides a tots els públics, tant els locals com els visitants. No hi haurà invitació: el primer que arribi podrà seure i la resta ho veurà de peu o a través de la retransmissió en directe a les xarxes socials i posteriorment.

La idea és aconseguir la major difusió possible, per a combatre els prejudicis sobre el Passeig de Gràcia i la proximitat com a conceptes que no poden anar de la mà.



KEY:
 ○ people
 --- fencing
 — temporary structure
 — indoors

04

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



PARLEM DES DE LA PROXIMITAT: PG TALKS

PUNT DE TROBADA

DIFUSIÓ DE
CONEIXEMENT

NOUS CONTINGUTS
PER A DIVERSOS
CANALS

DONAR VISIBILITAT A
LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

A QUIN PROBLEMA RESPONEN?

Conscienciar als usuaris de què realment hi ha proximitat en els comerços que componen el Passeig de Gràcia.

El fet de què es faci en un espai públic i amb un mobiliari senzill, ajuda a eliminar barreres sobre el luxe i la proximitat.



04

INSPIRACIÓ

La principal inspiració són les TED Talks, xerrades en línia gratuïtes sota el concepte "Idees que val la pena difondre". Existeixen també, altres institucions com l'IED Barcelona que ens serveixen com a inspiració, ja no tant a nivell contingut sinó pel fet d'utilitzar un mateix mobiliari en l'escenari que ens porta immediatament al concepte TED Talks.

BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

05

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

MOBILIARI URBÀ MÒBIL

ESPAIS VERDS

RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA

GENERAR SENSACIÓ DE BARRI

CREAR UN LLOC ON ESTAR

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

Després de la nostra intervenció al carrer, vam poder observar que la gran majoria de la ciutadania de Barcelona parlaven dels Jardinetes de Gràcia com el seu lloc preferit del Passeig de Gràcia, no només pel verd sinó per la tranquil·litat que transmet.

BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

MOBILIARI URBÀ MÒBIL

ESPAIS VERDS

RECUPERAR EL SENTIT
DE PERTINENÇA

GENERAR SENSACIÓ
DE BARRI

CREAR UN LLOC ON ESTAR

DONAR VISIBILITAT A LA
PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI
LOCAL/COMERÇ LOCAL

EN QUÈ CONSISTEIX L'ACCIÓ?

L'acció consisteix en literal baixar els jardinetes al passeig de gràcia per mitjà de mobiliari urbà mòbil, equipat de plantes i lloc per seure. La idea pretén introduir més zones verdes dins de l'ambient urbà de Passeig de Gràcia i generar un espai per parar i estar.

Com a segona part d'aquesta acció, la idea seria fer ús d'aquest mobiliari per tallers dirigits pels comerços locals de la zona de Passeig de Gràcia el primer diumenge de cada mes. Aquesta iniciativa pretén que el públic de Barcelona conegui més sobre els comerços locals de la zona, independentment de si hi consumeixen a aquests, la idea és crear un vincle/comunitat entre els ciutadans i aquests comerços.



05

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

MOBILIARI URBÀ MÒBIL

ESPAIS VERDS

RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA

GENERAR SENSACIÓ DE BARRI

CREAR UN LLOC ON ESTAR

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

COM FUNCIONA?

La idea seria construir mobiliari urbà (taules, llocs per seure, zones d'ombra...) amb rodes per tal de facilitar el desplaçament d'aquest. Aquests espais compten amb plantes/mini jardins per tal de generar més zones verdes al llarg del Passeig de Gràcia, generant valor a l'espai verd.

Respecte als tallers, aquests seran activitats promogudes pels comerços en les que el públic de Barcelona podrà aprendre diferents coses com cuinar plats de temporada, fer una peça de roba...



05

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

MOBILIARI URBÀ MÒBIL

ESPAIS VERDS

RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA

GENERAR SENSACIÓ DE BARRI

CREAR UN LLOC ON ESTAR

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

QUI ESTÀ IMPLICAT?

Els ciutadans/es de Barcelona serien els/les responsables de mobilitzar aquest mobiliari, creant una participació de la comunitat juntament amb els comerços locals que seran els encarregats de dirigir aquests tallers mensuals.

A QUI ESTÀ DIRIGIT?

Està principalment orientat als ciutadans/es de Barcelona, els quals demanen més zones verdes i per seure, ja que moltes d'aquestes persones no compren a Passeig de Gràcia, sinó que passen i/o caminen.

L'objectiu principal és generar un espai on la gent es quedi i gaudeixi del Passeig més enllà de comprar. Però a més a més, és una manera de donar veu i visibilitat als comerços locals, per mitjà d'unes activitats dirigides als barcelonins, generant una comunitat.

05

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

MOBILIARI URBÀ MÒBIL

ESPAIS VERDS

RECUPERAR EL SENTIT DE
PERTINENÇA

GENERAR SENSACIÓ
DE BARRI

CREAR UN LLOC ON ESTAR

DONAR VISIBILITAT A LA
PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI
LOCAL/COMERÇ LOCAL

PER QUÈ ES FA? A QUIN PROBLEMA RESPON?

El projecte té la intenció de proposar una solució a la falta zones verdes i zones per seure, a més de crear espais per al públic de Barcelona més enllà del comerç. També es una manera de generar activitats pel públic de Barcelona.

QUINS OBJECTIUS COMPLEIX?

La creació d'aquest mobiliari/espai de descans pretén encoratjar a la gent a parar, descansar, menjar, relaxar-se... principalment a estar i gaudir l'espai a Passeig de Gràcia. A més de generar zones verdes i d'ombra que es puguin reubicar segons els usuaris.

Aquesta acció és també una manera de generar activitats pel públic de Barcelona que els uneix amb els comerços de tota la vida, de manera que ambdues bandes queden beneficiades, ja que oferim un programa i mobiliari dirigit als barcelonins, però a més aconseguim que aquestes persones interactuin amb els comerços de Passeig de Gràcia i Passeig de Gràcia.



05

APPROPA'T

06

RECUPERAR EL SENTIT DE
PERTINENÇA

DONAR VISIBILITAT A LA
PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

PLA DE
FIDELITZACIÓ

CANAL DE
COMUNICACIÓ
AMB USUARIS

Les imatges utilitzades son
de referència per a la
presentació de les idees.

Creació d'una app com a nou canal de comunicació entre els residents de Barcelona i els comerços, a través de l'Associació de Comerciants del Passeig de Gràcia: un llenç, on tots els afiliats podran contribuir a crear una comunitat que tingui interès per promoure i donar suport al comerç local i a la proximitat.

APPROPA'T

RECUPERAR
EL SENTIT DE
PERTINENÇA

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

PLA DE
FIDELITZACIÓ

CANAL DE
COMUNICACIÓ
AMB USUARIS

OBJECTIUS

- Generar una comunitat participativa entre diferents comerços i activitats culturals i educatives que tinguin interès pel comerç de proximitat.
- Aconseguir una base de dades dels usuaris de l'aplicació.
- Crear consciència i sentit de pertinença amb els espais i comerços de Passaig de Gràcia.

06

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

APPROPA'T

RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA

DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/ COMERÇ LOCAL

PLA DE FIDELITZACIÓ

CANAL DE COMUNICACIÓ AMB USUARIS

EN QUÈ CONSISTEIX?

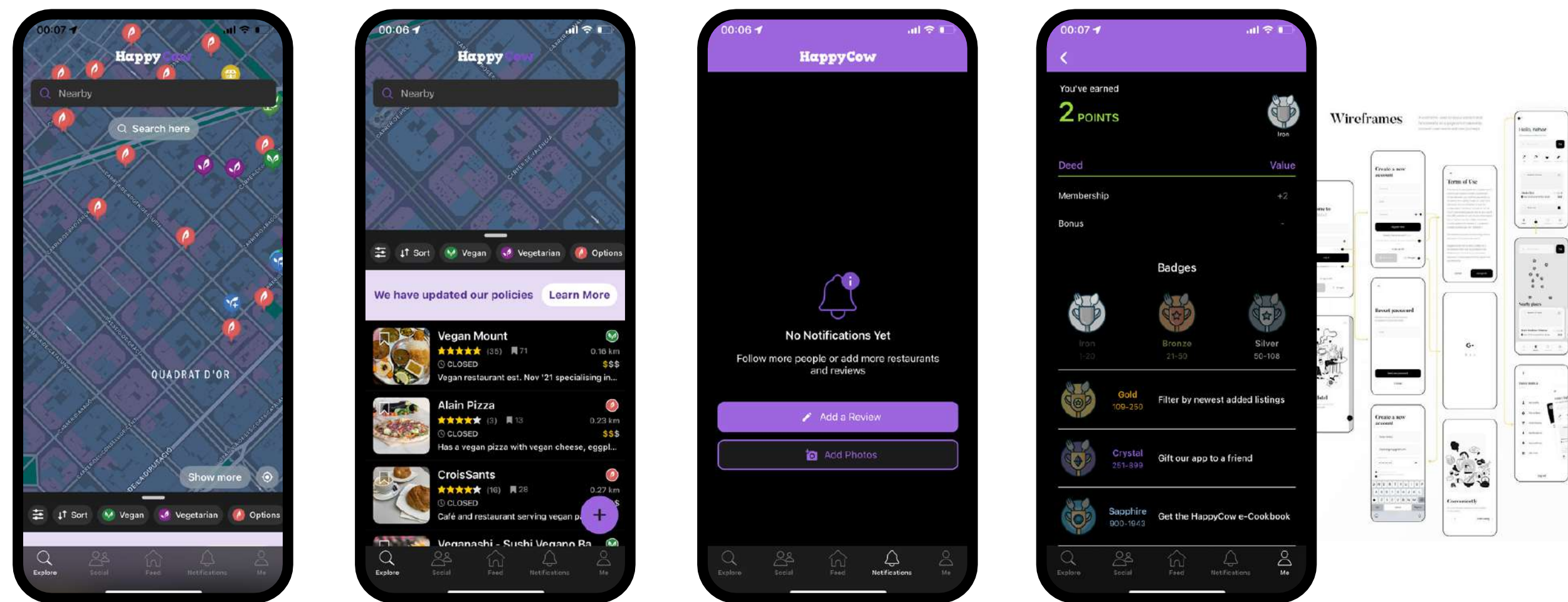
Es crearà una App amb informació rellevant sobre els negocis de Passeig de Gràcia i al voltant que busquen impulsar el comerç local. Aquesta App podrà ser utilitzada com a mitjà informatiu, no només dels comerços, sinó també d'activitats relacionades al comerç de proximitat, organitzades exclusivament per als usuaris de l'aplicació.

COM FUNCIONA?

Els usuaris aniran aconseguint punts i incrementant el seu nivell de fidelització cada cop que consumeixin en algun negoci soci o participin en les diferents activitats organitzades exclusivament per a ells per mitjà de l'app.

06

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



APPROPA'T

RECUPERAR
EL SENTIT DE
PERTINENÇA

DONAR VISIBILITAT
A LA PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

PLA DE
FIDELITZACIÓ

CANAL DE
COMUNICACIÓ
AMB USUARIS

COM ES POT AFILIAR?

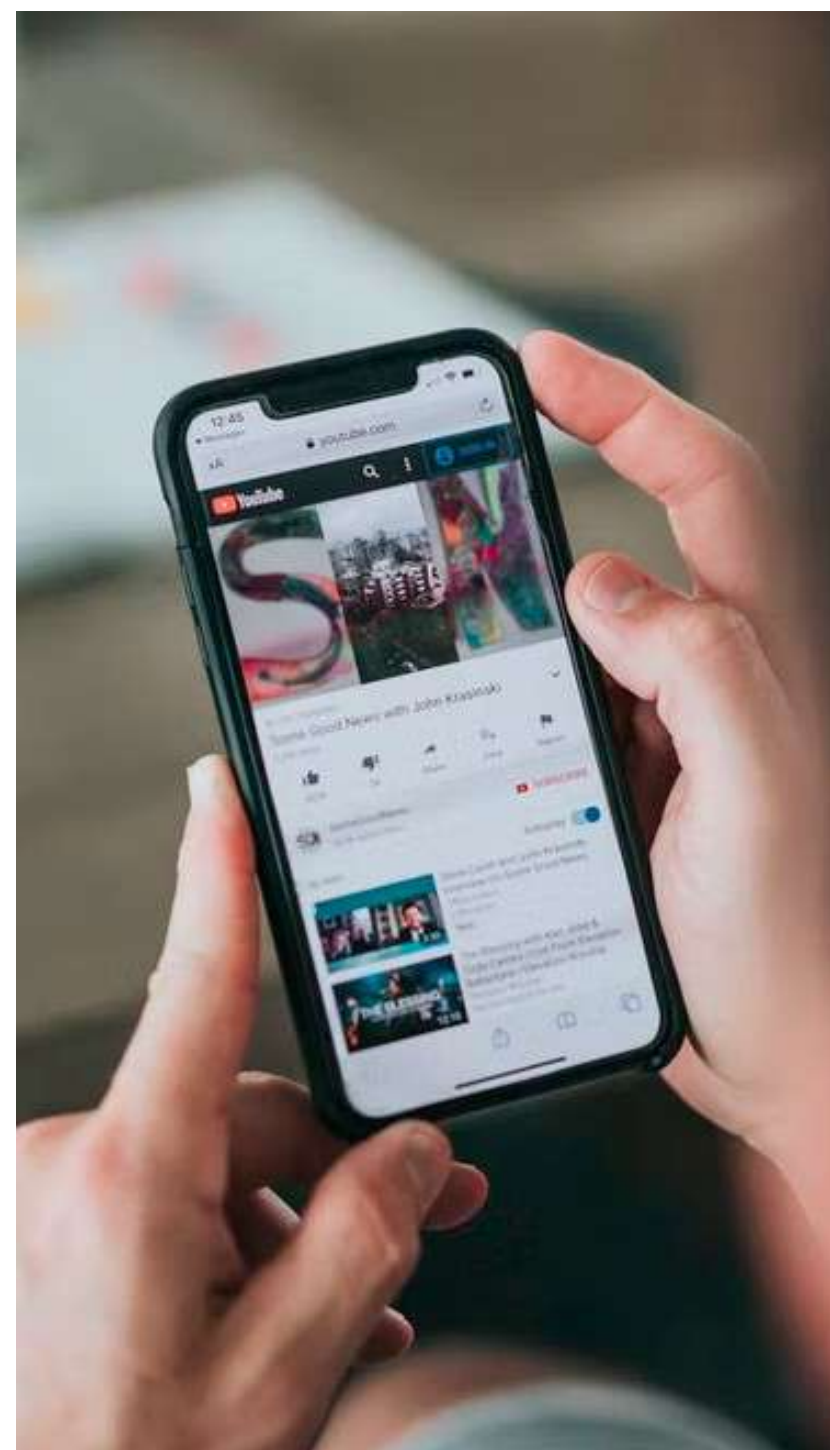
Els usuaris podran ser part d'aquesta comunitat registrant-se a algun dels negocis associats a aquesta iniciativa. El registre a l'aplicació serà gratuït i només han de proporcionar informació bàsica (nom, correu, telèfon i document d'identitat).

QUI SERAN ELS USUARIS?

Seran majoritàriament residents de la ciutat ja que en ser un pla de fidelització i en buscar crear una comunitat, s'espera que els usuaris participin regularment en les accions i siguin usuaris actius de negocis afiliats.

QUÈ ES BUSCA ACONSEGUIR AMB AQUESTA APLICACIÓ?

Crear una comunitat que generi sentit de pertinença amb la ciutat, especialment amb Passeig de Gràcia, mitjançant accions culturals i educatives.



06

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.

APPROPA'T

RECUPERAR
EL SENTIT DE
PERTINENÇA

DONAR VISIBILITAT A LA
PROXIMITAT

CREAR RELACIONS
USUARI LOCAL/
COMERÇ LOCAL

PLA DE
FIDELITZACIÓ

CANAL DE
COMUNICACIÓ AMB
USUARIS

QUINS TIPUS D'ACCIONS ES FARAN?

S'organitzaran accions en col·laboració amb els negocis socis en què es cercarà generar espais de comunitat i construcció social.

Algunes de les activitats seran xerrades/converses en què es tractaran temes relacionats amb els processos i compromisos que tenen els negocis participants (les PG Talks).

També es treballaran activitats culturals on es busca generar sentit de pertinença amb Passeig de Gràcia, com ara accions que busquin la creació de zones verdes per mitjà de jardins mòbils (Baixem els Jardinets de Gràcia), els concursos d'aparadors de temporada o la construcció de Jardins Verticals.

06

Les imatges utilitzades son de referència per a la presentació de les idees.



MIRADORS AL PASSEIG

- PUNT DE TROBADA
- RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA
- CREAR UN LLOC ON ESTAR
- FACILITADORS DE PERSPECTIVAS
- PRODUCCIÓ SOSTENIBLE

CO-CREEM JARDINS VERTICALS

- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL
- ZONES VERDES
- SOSTENIBILITAT
- GENERAR SENSACIÓ DE BARRI

TEMPORADA D'APARADORS

- DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT
- DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT
- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

PARLEM DES DE LA PROXIMITAT: PG TALKS

- PUNT DE TROBADA
- DIFUSIÓ DE CONEIXEMENT
- NOUS CONTINGUTS PER A DIVERSOS CANALS
- DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT
- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

BAIXEM ELS JARDINETS DE GRÀCIA

- MOBILIARI URBÀ MÒBIL
- ESPAIS VERDS
- RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA
- GENERAR SENSACIÓ DE BARRI
- CREAR UN LLOC ON ESTAR
- DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT
- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

APPROPA'T

- RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA
- DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT
- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL
- PLA DE FIDELITZACIÓ
- CANAL DE COMUNICACIÓ AMB USUARIS

- RECUPERAR EL SENTIT DE PERTINENÇA
- GENERAR SENSACIÓ DE BARRI
- CREAR UN LLOC ON ESTAR
- DONAR VISIBILITAT A LA PROXIMITAT
- CREAR RELACIONS USUARI LOCAL/COMERÇ LOCAL

UN LABORATORI DE CREACIÓ MULTIDISCIPLINAR

INTEGRANTS



Idoia Ulchur Vergara - Estudiant de Visual Communication - Motion Graphics

Lucia Alabart Gonzalez - Estudiant de Visual Communication

Rebeca Martell Ruiz - Estudiant de Marketing i Comunicació de Moda

Marta Marín Batalla - Estudiant de Marketing i Comunicació de Moda

Pablo Latorre Peláez - Dissenyador i Estudiant de Design Thinking

Cristina Moretti - Arquitecta i Estudiant de Design Thinking

Joao Alves - Docent Àrea Visual Communication i Management & Design Strategies, Director creatiu i d'estrategia a Momento

Cesc Grau - Docent Àrea Master, Director d'estrategia creativa a C/ ES /C Studio

Manuela Procopio - Directora d'àrea Management & Design Strategies IED Barcelona



Amb la col·laboració de:

Rosana Vitiello - The Place Bureau

UN LABORATORI DE CREACIÓ MULTIDISCIPLINAR

INTEGRANTS



Gràcies

DISSENYEM COMERÇ.
IED BARCELONA – EIX PASSEIG DE GRÀCIA.



PROMOGUT PER



Disseny Hub
Barcelona

DESENVOLUPAT PER

