

1 architektura

dyscypliny: architektura, konstrukcja, inżynieria, mała architektura, audiosfera, zieleń.

zespół: Anna Rumińska; Kamila Adamczyk, Grzegorz Andersz, Joanna Czernicka, Agata Gabiś, Dorota Gowin, Anna Korytarz, Robert Losiak, Gabriela Maćkała, Joanna Osojca, Piotr Pleśniak, Mikołaj Smoleński, Ewa Wasilewska, Bartosz Zieliński.

diagnoza:

- obszar zdegradowany technicznie i estetycznie
- zróżnicowana zabudowa i architektura
- niewykorzystane elementy małej architektury
- niedoceniona ikoniczna architektura lat 60., brak szacunku dla wybitnej architektury
- brak świadomości przestrzeni miejskiej
- chroma komunikacja i struktura urbanistyczna, odcięcie od zespołu Politechniki Wrocławskiej
- niska świadomość społeczna nt. wartości architektonicznej zespołu XX-wiecznego, niepełna kwartał XIX-wiecznym
- skupiska funkcji o podobnym charakterze
- brak funkcji zakupów codziennych w obszarze opracowania (spożywczy, warzywniak itp.)
- znaczna powierzchnia usług na promenadzie w zespole XX-wiecznym zajęta przez funkcje decentralizujące i niskiej rangi
- duże nasycenie usługami jednostronnie adresowanymi, tj. dla studentów (ksero, telefonia, pizzeria – marki o niskiej randze marketingowej)
- brak miejsc postojowych i parkingów
- brak zagospodarowania podwórek kamienic.

projekt:

- konieczność podjęcia natychmiastowych działań ratunkowych i remontowych względem płyty promenady (grozi zawaleniem!)
- konieczność opracowania rzetelnej i pełnej ekspertyzy technicznej dla wieżowców, pawilonów i płyty promenady, łącznie z posadowieniem i konstrukcją parkingu (słupy, rygle itd.)
- gruntowny remont wieżowców (m.in. docieplenie), pawilonów i płyty promenady
- wprowadzenie nowych funkcji zwłaszcza gastronomicznych, monitoring
- systemowa rewitalizacja terenu i zabudowy, remonty kamienic i podwórek
- animacja społeczna, aktywizacja zawodowa, szerokie działania edukacyjne
- wprowadzenie zielonych dachów ekstensywnych
- wykorzystanie kwiatonów i ścian pod pnącza, likwidacja płotów i barierok ogradzających skwery, ujednoczenie małej architektury skwerów
- udostępnienie wózków i rowerowi dla każdego mieszkańca
- kreacja, animacja i umeblowanie przestrzeni publicznej
- wyciszenie od strony ul. Plac Grunwaldzki
- wykonanie badań natężenia oświetlenia oraz projektu iluminacji strategicznych ulic, placów i architektury
- konkurs koncepcyjny na rewitalizację zespołu wieżowców z pawilonami i promenadą handlowo-usługową
- zachowanie odmiennego charakteru obu części, tj. części XIX-wiecznej i XX-wiecznej, z funkcjonalnym i społecznym przypisaniem XIX-wiecznej do analogicznej strefy zabudowy na północ od ul. Curie-Skłodowskiej
- wprowadzenie na promenadzie handlu zakupów codziennych wysokiej rangi
- analiza problematyki parkowania dla mieszkańców, podmiotów gospodarczych (praca codzienna) i gości okazjonalnych, analiza finansowa i logistyczna odważnych rozwiązań parkingowych, np. parkingi automatyczne pod podwórkami kamienic.

2 przestrzeń

dyscypliny: urbanistyka, planowanie przestrzenne, architektura krajobrazu, roweryzacja.

zespół: Anna Rumińska; Kamila Adamczyk, Daniel Chojnacki, Joanna Czernicka, Przemysław Filar, Milena Huminiak, Anna Korytarz, Radosław Lesisz, Joanna Osowca, Gabriela Maćkała, Łukasz Piwnicki, Maria Pleśniak, Piotr Pleśniak, Tomasz Sielicki, Mikołaj Smoleński, Ewa Wasilewska, Bartosz Zieliński.

diagnoza:

- przestrzeń tranzytowa
- brak integrujących i identyfikujących zagospodarowanych terenów zielonych, pół-publicznych, dla dzieci, seniorów, studentów, turystów
- brak dostępu do zieleni, nasadzenia mało efektowne
- brak możliwości szybkiego przejazdu na linii plac Grunwaldzki urząd wojewódzki
- brak wygodnego dostępu rowerem do usług przy wieżowcach
- brak bezpiecznych i wydzielonych parkingów dla mieszkańców i parkingów dla klientów usług (samochody wszędobylskie)
- zdegradowana tkanka mieszkaniowa
- brak prostych powiązań komunikacji pieszej
- zdegradowana przestrzeń wewnętrzną
- niebezpieczne zakamarki przestrzeni
- duży potencjał utworzenia atrakcyjnej przestrzeni publicznej (wnętrza ulic, pomiędzy punktowcami, podwórka kamienic).

projekt:

- doinwestowanie ze szczególnym uwzględnieniem tworzenia przyjaznych przestrzeni publicznych
- kładka piesza (konkurs projektowy), kontynuacja układu urbanistycznego od strony ul. Wrocławczyka, konkurs na projekt „kładki-landmarku”
- zagospodarowanie zielonego skweru pomiędzy punktowcami a kamienicami
- wprowadzenie „psich toalet” i miejsc niedostępnych dla psów
- realizacja trasy tranzytowej od pasażu grunwaldzkiego do Mostu Grunwaldzkiego DOŁEM
- korekta przebiegu rampy do usług przy wieżowcach
- parkingi dla klientów usług
- ruch rowerowy pod prąd na ostatnim odcinku Polaka
- eliminacja parkowania na skrzyżowaniu Wrocławczyka, Nehringa, Nauczycielskiej; zamknięcie dla ruchu ogólnego
- budowa parkingu dostępnego dla mieszkańców, alternatywa parkowania samochodów
- reorganizacja na obszar publiczny
- odnowienie tkanki, np. poprzez dobre sąsiedztwo
- zastosowanie zieleniarskiego materiału szkółkarskiego dobrej jakości, wprowadzenie nowych nasadzeń, może zielona esplanada?
- wprowadzenie nowych poprzecznych połączeń komunikacyjnych, zachęcenie do eksploracji przestrzeni wewnątrz kwartałów i punktowców.

3 historia sztuki

dyscypliny: historia sztuki, historia architektury.

zespół: Agata Gabiś, Alina Długosz, Joanna Kobyłt, Krzysztof Ziental.

diagnoza:

- zróżnicowana zabudowa (zwarta i rozluźniona) architektura o odmiennym charakterze
- wartość architektury według historyka sztuki: zróżnicowana (najciekawsze: zespół mieszkaniowo-usługowy i dawna łaźnia)
- wartość architektury według przechodniów: ładne (i dość ładne) są kamienice, brzydkie są wieżowce. Inne opinie: wszystkie są brzydkie, bo są brudne
- zaniedbane właściwie wszystkie budynki; wieżowce - zły stan techniczny platformy, popękane ściany, zacieki itd.; kamienice – brudne elewacje, ubytki dekoracji, bardzo zaniedbane podwórka; zaniedbana zieleń, zamiast skwerów – parkingi.

projekt:

- konieczna szeroko zakrojona akcja rewitalizacyjna obydwu zespołów zabudowań
- konkurs koncepcyjny na najlepsze rozwiązanie architektoniczno-urbanistyczne
- połączenie komunikacyjne z drugą stroną placu: kładka dla pieszych
- uatrakcyjnienie rejonu pod względem turystycznym
- akcja edukacyjno-informacyjna, dla mieszkańców i turystów
- zachowanie odmiennego charakteru obu części.

4 semiotyka

dyscypliny: semiotyka, antropologia kulturowa, sensoryka, kulturoznawstwo, narratologia.

zespół: Anna Rumińska; Magdalena Pietrewicz, Robert Losiak, Paweł Bujak.

diagnoza:

- nawarstwienie licznych opowieści (mikro-mit) o Miejscu, wielu fałszywych i wymagających dekonstrukcji
- brak lokalnych autorytetów (social-mark) przy jednoczesnym funkcjonowaniu wielu podmiotów o dużym potencjale identyfikacyjnym
- wyraźny podział na społeczność studencką i seniorską
- wyraźny podział na swoich i obcych
- brak przyjaznych miejsc spotkań
- niska identyfikacja z przestrzenią lokalną i Miejscem (duża rotacja najemców mieszkań)
- kompleks miejsca w stosunku do Pasażu Grunwaldzkiego
- obszerne przestrzenie bez identyfikacji i tożsamości
- istnienie kilku tradycji lokalnych, np. targowej, Biegu Wyspiańskiego, brak kolejnych, nowych, o silnym potencjale budowania tożsamości lokalnej
- silne lokalne przywiązanie do funkcji targowej
- zróżnicowanie semiotyczne podmiotów, brak dominacji tożsamościowej
- brak świadomości genius loci
- silne lokalne konflikty sąsiedzkie (sprzeczki, docinki, złośliwości) pomiędzy typami „swoich” i „obcych”, np. właścicielami firm a mieszkańcami, klientami sklepów a mieszkańcami – dowodzi to ukrytego lecz silnego związania mieszkańców z miejscem.

projekt:

- dekonstrukcja negatywnych mitów i stereotypów myślenia
- animacja społeczna, aktywizacja zawodowa
- wprowadzenie podmiotu pozarządowego aktywizującego obszar oraz podejmującego próby mediacji (negocjacji) między skłóconymi podmiotami
- wykorzystanie ogromnego potencjału przestrzennego w kontekście potencjalnych miejsc spotkań
- ogromne możliwości zbudowania tożsamości Miejsca w oparciu o mapy spójne mentalne mieszkańców
- zagospodarowanie społecznego młodzieży gimnazjalnej oraz stworzenia alternatywy spędzania czasu wolnego
- stworzenie okoliczności podniesienia kultury czasu wolnego oraz wprowadzenia nowych możliwości dla seniorów i dzieci
- zagospodarowanie przestrzeni publicznych, wprowadzenie elementów budujących tożsamość (małej architektury, land-marków, oznakowania pionowego, tablic informacyjnych, elementów artystycznych itp.)
- opracowanie koncepcji identyfikacji Miejsca w oparciu o działania marketingowe i PR
- zorganizowanie konkursu na nowe nazwy lokalne, np. Promenada Grunwaldzka dla żelbetowego pasażu wzdłuż pawilonów usługowych
- stworzenie miejsca dla dzieci (plac zabaw) z uwzględnieniem zróżnicowania lokalnych grup wiekowych (odrębne strefy dla seniorów, dzieci, młodzieży oraz strefy dla wszystkich)

5 sztuka

dyscypliny: sztuka, sztuki wizualne, urban-art, street-art, sztuka konceptualna.

zespół: Anna Rumińska; Adamczyk, Karolina Freino, Kamilla Bartosz Zieliński.

diagnoza:

- niewykorzystany potencjał lokalizacji miejsca w kontekście odbioru przyszłych działań artystycznych
- brak dotychczasowych interwencji artystycznych w tym miejscu, nie licząc elementów dekoracyjnych samej architektury i oddolnych działań street-art.
- przestrzeń tranzytowa utrudniająca zintegrowane działania lokalne
- duża rotacja najemców mieszkań, a tym samym niższa identyfikacja z przestrzenią
- duży potencjał utworzenia atrakcyjnej przestrzeni publicznej (wnętrza ulic, strefy pomiędzy punktowcami, podwórka kamienic i in.)
- wyrazista, ikoniczna architektura lat 60, budująca tożsamość miejsca – niewykorzystana, niedoceniona
- duży potencjał ekspozycji artystycznej na dachach punktowców

projekt:

- trwałe instalacje artystyczne jako element współbudujący atrakcyjne wnętrza (razem z architekturą, małą architekturą, zielenią i designem)
- artystyczne projekty partycypacyjne, akcje, happeningi czy instalacje czasowe (również eksplorujące szczególną historię tego miejsca) jako element budujący tożsamość (aktywizujący i integrujący mieszkańców)
- wykorzystanie pasażu wzdłuż pawilonów usługowych części XX-wiecznej (Promenady Grunwaldzkiej – proponowana nazwa) na ekspozycję sztuki tymczasowej - cykliczne imprezy
- wykorzystanie bogatej historia miejsca jako źródła inspiracji
- działania artystyczne wykorzystujące wiatr, przeciągi
- działania artystyczne nawilżające powietrze (dotleniacze, nawilżacze itp.)
- działania artystyczne na Promenadzie Grunwaldzkiej aktywizujące ten ciąg pieszy, podnoszące jego prestiż i wabiące tutaj ruch turystów i mieszkańców miasta.

6 język mowa

dyscypliny: lingwistyka, literaturoznawstwo, epigrafika, identyfikacja.

zespół: Anna Rumińska; Jacek Grębowiec, Marzena Matuszewska.

diagnoza:

- brak wyraźnego kręgu tematycznego fundującego lokalne toponimy (wielorakość i przypadkowość toponimów)
- obecność toponimów nieuzasadnionych historią miejsca lub miasta, jego tradycjami, walorami architektury itd.
- niefortunna inwencyjność w nowym toponimie: "Rondo Reagana" (toponim zbędny, plac ma już swoją nazwę; brak lokalnego umocowania, wpisania w jakiś krąg tematyczny)
- istnienie nazwy błędnej, będącej skutkiem pospiesznej polonizacji nazw po 1945 (ul. Wrocławczyka)
- silna identyfikacja Miejsca nazwą Pasaż Grunwaldzki i osłabienie dawnych nazw, szeroko stosowanych, np. Grunwald lub Manhattan
- zderzenie różnych i niespójnych ze sobą gniazd tematycznych: 1) najstarsza tematyka polonusów, uczonych, profesorów (Polaka, Curie-Skłodowskiej – stosowana odruchowo, bezrefleksyjnie), 2) powojenna i pragmatycznie utrwalona tematyka Grunwaldu (Grunwald – nazwa szeroko znana i stosowana, dobry motyw marketingowy), 3) PRL-wska tematyka konotacji wzorców (Manhattan – nazwa niestosowana przez młodzież gimnazjalną, znana i coraz rzadziej stosowana przez starszych i media, nazwa uzasadniona wyłącznie w przypadku podjęcia spójnych działań przestrzennych i architektonicznych), 4) najmłodsza tematyka amerykańska (Ronald Reagan – nazwa narzucona przez władze miejskie)
- zawłaszczenie nazwy Pasaż Grunwaldzki przez podmiot gospodarczy - konieczność pozytywnego wykorzystania tego faktu, ale również zbudowania toponimicznej alternatywy
- obecna tożsamość miejsca: „miasteczko akademickie”
- świetna lokalizacja, ale obszar zaniedbany, wymagający szeroko rozumianego „remontu” (wizerunkowego i budowlanego)
- obecne nazwy podmiotów gospodarczych oraz elementy oznakowania (szyldy, fryzy, tabliczki) w większości przypadków pozbawione są cech indywidualnych i nie nawiązują wizualnie do charakteru otoczenia
- brak (z jednym wyjątkiem – klub „Beton”) w nazewnictwie i wizualizacji firm motywów, które odnosiłyby się do architektonicznego charakteru kwartału (Manhattan); również w części „przedwojennych kamienic” brak w nazewnictwie i wizualizacji firm nawiązań do „przedwojennego” otoczenia.

projekt:

toponimy:

- podjęcie próby stworzenia jednoznacznego kręgu tematycznego toponimów, np. poprzez odwoływanie się do toponimów historycznych
- korekta nazwy błędnej ("Wrocławczyka" na "Falkenera")
- uporządkowanie nazewnictwa Placu Grunwaldzkiego (eliminacja nazwy "Rondo Reagana", wprowadzenie adekwatnej nazwy, np. "Plac Grunwaldzki")
- nadanie nazwy pasażowi wzdłuż pawilonów, np. „Promenada Grunwaldzka” lub "Aleja Grunwaldzka"
- przemyślana promocja nowej nazwy zespołu XX-wiecznego w oparciu o diagnozę toponimów, np. nazwa Grunwald lub Manhattan, w ścisłym powiązaniu z działaniami promocyjnymi dotyczącymi kubatury (architektury, przestrzeni) i sposobu użytkowania, np. miasteczko studenckie albo inna, nowa wartość, wyłoniona na drodze konkursu promocyjnego

podmioty gospodarcze:

- nowe funkcje:
 - dla turystów: hostele, pokoje gościnne, restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby, galerie
 - dla studentów: restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby
 - dla seniorów: restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby
- nawiązanie w obszarze Manhattanu do oryginalności architektury poprzez ornamenty a'la lata 60-te w:
 - wystroju lokali, sklepów
 - designie szyldów, fryzów
 - kolorystyce szyldów, fryzów
- Instrumenty promocji nowego wizerunku:
 - publikacja promująca architekturę
 - działania promocyjne w prasie lokalnej, TV i radiu
 - produkcja i kolportaż gadżetów miejskich (miniaturki architektoniczne, mapki miejskie itp.).

7 animacja

dyscypliny: animacja społeczna, komunikacja społeczna, psychologia, socjologia.

zespół: Anna Rumińska; Paweł Bujak, Szymon Dąbrowski, Aleksandra Dobras, Katarzyna Kajdanek, Agnieszka Kucharska, Małgorzata Pawelec, Magdalena Pietrewicz, Ewa Wasilewska, Bartek Wojnarowski, Mariusz Wszolek

diagnoza:

- brak dialogu, brak strefy kontaktu (miejsca fizycznego i "płaszczyzny porozumienia") pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi (Miasto, turyści, studenci tj. mieszkańcy części XX-wiecznej, starsi mieszkańcy części XIX-wiecznej, inni)
- brak przestrzeni publicznej wysokiej jakości
- brak miejsc spotkań (brak ławek! brak zamkniętych przestrzeni publicznych, brak lokali rozrywkowych wysokiej rangi lub o zróżnicowanym charakterze – dominacja oferty pro-studenckiej)
- silna i pilna potrzeba integracji mieszkańców, brak publicznej informacji o Miejscu
- hałas uniemożliwiający lokalne kontakty
- brak podmiotów lokalnych o charakterze aktywizacyjnym, animatorskim, brak liderów lokalnych, aktywistów, społeczników – sporadyczne przypadki zbyt słabo promowane lub działające w wąskim zakresie
- zupełny brak identyfikacji miejsca, tożsamości lokalnej, świadomości społecznej więzi
- brak wiedzy o Miejscu, o jego historii, znaczeniu, możliwościach, potencjale
- brak lokalnego kapitału społecznego

projekt:

- organizacja miejsc spotkań, lokali i miejsc otwartych o funkcji rekreacyjnej, rozrywkowej, edukacyjnej, kulturalnej, lecz o zróżnicowanej ofercie, np. klubu osiedlowego
- aktywizacja poprzez wspólne imprezy osiedlowe
- ogólne porządki – przestrzenne i mentalne
- wykorzystanie walorów miejsca, tj. architektury, historii, podjęcie akcji edukacyjnej i informacyjnej
- rozwój przestrzenny miejsca z poszanowaniem historii
- działania budujące dobry wizerunek Miejsca, ukierunkowanie odbiorcę, wyodrębnienie grup docelowych
- stworzenie przestrzeni publicznych wysokiej jakości wspólnie z mieszkańcami i gośćmi Miejsca
- systemowa partycypacja społeczna z udziałem władz miasta, podmiotów pozarządowych i lokalnych komercyjnych
- lokalne projekty publiczne integrujące mieszkańców i budujące lokalną tożsamość
- kontynuacja i silna promocja istniejących aktywności (Bieg Wyspiańskiego)
- reanimacja dawnych tradycji targowych silnie identyfikujących się z tym obszarem miasta
- partycypacja społeczna w procesie rewitalizacji, wspólne warsztaty z mieszkańcami.

8 promocja

dyscypliny: promocja, marketing, Public Relations, reklama, branding, naming.

zespół: Anna Rumińska; Agata Gabiś, Marzena Matuszewska, Maciej Skrzypek, Bartosz Zieliński.

diagnoza:

- silna identyfikacja Miejsca jako „miasteczko studenckie”, „miasteczko akademickie”, „świat studentów”
- wysokie zaniechanie terenu marketingowe, wizerunkowe, promocyjne
- negatywny wizerunek; obecne nazwy podmiotów gospodarczych oraz elementy oznakowania (szyldy, fryzy, tabliczki) w większości przypadków są pozbawione indywidualizmu i nie nawiązują wizualnie do charakteru otoczenia
- brak (z 1 wyjątkiem – klub „Beton”) w nazewnictwie i wizualizacji firm motywów, które odnosiłyby się do architektonicznego charakteru kwartału punktowców; również w części XIX-wiecznej brak w nazewnictwie podmiotów oraz w wizualizacji firm nawiązań do przedwojennego otoczenia
- całkowity brak dowolnych działań promocyjnych związanych z Miejscem
- „zła sława” Miejsca, negatywne artykuły prasowe, Miejsce znane jako teren konfliktów, jako Miejsce określane następującymi przymiotnikami: nijakie, brzydkie, rudera, slums, koszmar PRL-wski itp.

projekt:

- systemowe działania promocyjne oparte na motywach pozytywnie usankcjonowanych silnych identyfikacyjnie
- reklama produktowa wykorzystująca motywy Miejsca, np. promocja gadżetów, broszurek, folderów, mikro-przewodników
- organizacja wydarzeń marketingowych o charakterze integrującym wykorzystującym specyfikę Miejsca, np. w części XX-wiecznej liniowy charakter Promenady Grunwaldzkiej (obecnego żelbetowego pasażu wzdłuż pawilonów usługowych), a w części XIX-wiecznej motyw Łaźni Miejskiej (zabytek przedwojennej moderny) lub specyfiki zabudowy śródmiejskiej (kamienic z kameralnymi podwórkami wymagającymi natychmiastowej rewitalizacji)
- szeroko rozumiany „remont” wizerunkowy
- wprowadzenie nowych funkcji:
 - dla turystów: hostele, pokoje gościnne, restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby, galerie;
 - dla studentów: restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby;
 - dla seniorów: restauracje, bistra, kawiarnie, puby, kluby
- marketingowe podkreślenie powiązań stylistycznych architektury z motywami z lat 60. w wystroju lokali i sklepów, designie i kolorystyce szyldów i fryzów
- zastosowanie instrumentów promocji nowego wizerunku:
 - publikacja promująca architekturę punktowców
 - działania PR w prasie lokalnej, TV i radio („perełka architektoniczna”)
 - gadżety miejskie poświęcone punktowcom (miniaturki obiektów arch., mapki miejskie z „atrakcjami architektonicznymi Wrocławia” i inne).

9 zarządzanie

dyscypliny: ekonomia, prawo, fundusze unijne, fundraising, zarządzanie nieruchomościami.

zespół: Anna Rumińska; Małgorzata Pawelec, Łukasz Piwnicki, Maciej Skrzypek.

diagnoza:

- brak podmiotu zaangażowanego w starania ku pozytywnej systemowej zmianie
- brak analizy fundraisingowej, tj. możliwości finansowych, kadry i analogicznych doświadczeń, mimo potencjalnych możliwości pozyskania funduszy
- obiecujące możliwości działań obecnej spółdzielni jako podmiotu starającego się o finansowanie zewnętrzne
- konflikty sąsiedzki i rozdrobnienie decyzyjne pomiędzy Radami Bloków w zespole wieżowców
- brak świadomości możliwości pozyskania funduszy na remonty wśród mieszkańców kamienic części XIX-wiecznej, brak szerokiej i intensywnej aktywności w tym kierunku
- trudności organizacyjne i komunikacji społecznej między podmiotami zespołu XX-wiecznego
- skomplikowana sytuacja prawno-własnościowa zespołu XX-wiecznego
- brak jawnych i profesjonalnych mediacji i negocjacji pomiędzy podmiotami
- brak strategii dla rozwoju Miejsca; brak jawnej i akceptowanej społecznie strategii finansowania ze strony władz miasta i spółdzielni mieszkaniowej
- brak jawnej i pozytywnej współpracy oraz konstruktywnego dialogu pomiędzy spółdzielnią, lokalnymi mieszkańcami, władzami miasta i pozostałymi mieszkańcami miasta
- problemy wokół kwestii wpisu do rejestru zabytków z powodu braku rzetelnej i jawnej analizy ewentualnych pozytywnych i negatywnych konsekwencji takiej decyzji
- istnienie potencjalnych możliwości pozyskania funduszy zewnętrznych na remonty, rewitalizację i aktywizację społeczną.

projekt:

- założenie organizacji pozarządowej (lub innej) inicjującej i animującej działania w celu 1) negocjacji i mediacji, 2) opracowania strategii Miejsca, 3) przeprowadzenia akcji promocyjnej i reklamowej Miejsca, 4) pozyskania funduszy na remonty i rewitalizację, 5) dbania o dobry stan i rozwój Miejsca oraz aktywizację jego mieszkańców
- możliwość utworzenie nowej spółdzielni:
 - zebranie członków – mieszkańców Kompleksu
 - podjęcie stosownych uchwał
 - wystąpienie do dotychczasowej spółdzielni o podział
 - w razie odmowy, wystąpienie ze stosownym wnioskiem do sądu
 - dokonanie szeregu czynności formalnych, w tym wydzielenie majątku, który przejdzie do nowej spółdzielni, wybór władz, rejestracja w KRS
- możliwość utworzenia zespołu wspólnot mieszkaniowych
 - wykupienie wszystkich lokali przez mieszkańców
 - przekształcenie lokali w odrębną własność i wystąpienie ze spółdzielni
- konieczność opracowania rzetelnej analizy fundraisingowej dla remontu zespołu XX-wiecznego w oparciu o założenie łączenia strefy przestrzeni publicznej (promenada) i prywatnej (pawilony i wieżowce), co determinuje całkowicie odrębne możliwości finansowania.

redakcja i opracowanie: Anna Rumińska, na podstawie tekstów członków zespołu