



Disseny Hub
Barcelona

Coordinació:

Inés Garriga, Directora de Creativitat i Innovació de l'ICUB
Pilar Vélez, Directora del Museu del Disseny de Barcelona
Isabel Roig, Directora del BCD Barcelona Centre de Disseny
Jomi Murlans, Gerent del FAD Foment de les Arts i el Disseny

Supervisió:

Jaume Ciurana, Tinent d'alcalde de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació de l'Ajuntament de Barcelona i President de l'ICUB
Marta Clari, Gerent de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació de l'Ajuntament de Barcelona i Gerent de l'ICUB
Josep Lluís Alay, Director de Patrimoni, Museus i Arxius de l'ICUB
Pau Herrera, President del Comitè Executiu de la Fundació BCD
Nani Marquina, Presidenta del FAD

Redacció:

Irene Martinez-Fonrodona, Gerent del Disseny Hub Barcelona

ÍNDEX DE CONTINGUTS

INTRODUCCIÓ

EL DISSENY A BARCELONA

El disseny: algunes definicions	3
L'aproximació econòmica i social	5
La dimensió cultural del disseny	7
El valor patrimonial del disseny.....	8

UN EQUIPAMENT DE REFERÈNCIA DEL DISSENY A BARCELONA

L'edifici	9
Missió, línies de treball i objectius generals	12
Operadors de l'equipament	16
L'entorn, espai de nova centralitat	20

LÍNIES DE TREBALL 2013 – 2016

1. Millora del coneixement global i públic del disseny i les arts de l'objecte	22
2. Projecció internacional de la creativitat local i del talent emergent	23
3. Atracció continuada de públic	24
4. Punt de referència d'empreses i professionals	26
5. Suport a la innovació	28
6. Impacte mediàtic	30
7. Compromís social i ambiental	31
8. Orientació a l'equilibri pressupostari	35
9. Excel·lència en servei	36
10. L'èxit es defineix i es mesura	37

GOVERNANÇA I GESTIÓ

Model de govern	40
Gestió de l'equipament.....	42
Programació i activitats	45
Comunicació i públics	46
Finançament i gestió pressupostària	48

INTRODUCCIÓ

El present Pla Director és fruit de l'**Acord Marc entre l'Ajuntament de Barcelona i els principals operadors de l'equipament (BCD Barcelona Centre de Disseny i FAD), signat el 18 d'abril de 2013**, en el qual s'estableixen les bases de treball per a la gestió i la programació del Disseny Hub Barcelona (d'ara endavant Disseny Hub).

Aquest Pla Director ha de ser una eina de treball que permeti posicionar el Disseny Hub com l'**equipament de referència del disseny a la ciutat**, a més de promoure el disseny com un element estratègic en el desenvolupament cultural, econòmic i social de Barcelona.

L'equipament ubicat a l'àrea de nova centralitat urbana que representa la Plaça de les Glòries Catalanes, i que acull les més de 70.000 peces de les col·leccions del Museu del Disseny de Barcelona, ha de permetre posicionar la ciutat com una capital cultural que promou la innovació i la creativitat com a element estratègic.

Barcelona és una ciutat amb un ric patrimoni cultural. Des de mitjans del segle XIX, una sèrie d'institucions i de personalitats destacades al seu front han maldat per la seva conservació, convençudes del seu valor com a testimoni del passat d'una societat i, per tant, com a memòria col·lectiva, un valor fonamental per entendre el present i projectar el futur.

L'Ajuntament de Barcelona, gràcies a les donacions i a l'adquisició de destacades col·leccions, al llarg de més d'un segle, ha forjat una valuosa col·lecció en arts decoratives, tèxtil i indumentària, ceràmica i arts gràfiques, que avui acull el **Museu del Disseny de Barcelona**, hereu del Museu d'Arts Decoratives inaugurat l'any 1932.

La dispersió de les diverses seus que al llarg d'aquests anys han tingut els museus municipals al Palau de Pedralbes, al Palau de la Virreina i al Palau Marquès de Llió, i la voluntat de promoure el clúster del disseny com un sector estratègic per la ciutat, varen portar durant els anys noranta a l'aleshores regidor de cultura, Oriol Bohigas, a proposar una nova seu per a les col·leccions vinculades al disseny.

El nou edifici, ubicat a la plaça de les Glòries, és avui una realitat, gràcies a l'esforç de l'Ajuntament de Barcelona, i té la missió de convertir-se en la **plataforma per a la promoció del disseny, la creativitat i la innovació de la ciutat i de tot el país.**

El Disseny Hub és de fet avui la seu de les **principals institucions del disseny del país**, i reforça la seva vocació d'acollir els professionals del disseny i l'arquitectura, investigadors, emprenedors, empreses i creadors vinculats al disseny a Barcelona i Catalunya.

Finalment, el Disseny Hub ha de convertir-se també en un **equipament cultural de referència a la ciutat**, obert a la visita i la participació de tota la ciutadania. La Biblioteca del Clot – Josep Benet, ubicada al mateix edifici, en reafirma el seu caràcter d'equipament cultural de proximitat, que conviu en un entorn urbà ric i dinàmic.

I. EL DISSENY – ALGUNES DEFINICIONS

Definir la paraula DISSENY no és gens fàcil perquè se li poden atorgar diferents significats. Si ens cenyim al diccionari (IEC), el disseny és el dibuix en què s'assenyalen tan sols les línies principals d'un objecte; o bé és el projecte d'un objecte que s'ha de fabricar, en què es combina la utilitat i l'estètica; o també l'activitat destinada al disseny d'objectes; o la disciplina especialitzada en la formalització d'objectes d'ús produïts industrialment; i així mateix, la representació gràfica i càlcul de les dimensions d'un objecte a fi de fer-ne possible la fabricació.

Des de l'òptica de l'estudi i la recerca, la història del disseny, tal com han convingut els experts dels diversos corrents historiogràfics, i malgrat el difícil consens sobre què és el disseny encara actualment, se sol remuntar a les manufactures del segle XVIII, més que a la industrialització del segle XIX. Tanmateix, des de la perspectiva actual, i des de la vessant conceptual, s'accepten tres possibles orígens del disseny:

1. Quan dissenyar es considera una de les fases de la cadena de producció consistent en decidir què es farà i com el producte, el projecte s'adequarà al material i al sistema tècnic de producció.
2. Quan a mitjan segle XIX el disseny és considerat un moviment cultural amb una missió social.
3. Quan té lloc la institucionalització de la professió després de la segona guerra mundial, amb totes les diferències possibles segons cada país. (Anna Calvera, "Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño", a Isabel Campi (ed.), *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso*, Mèxic, 2010.)

Per bé que totes les definicions poden ser poc o molt restrictives, avui essent conscients de les fronteres del disseny, la relació disseny-sostenibilitat, la intervenció de les noves tecnologies, la relació disseny-art i disseny-artesania, el fer possible el disseny per a tothom, etc., n'acceptem diverses definicions com les que segueixen:

"Design is perceived as a broadly-defined activity of people-centred innovation that focuses on people in the process of defining new products and services; as a sector in its own right of specialised, professional economic activity by trained and qualified practitioners and as a tool for business and organisational growth at the highest strategic level. In addition to its economic benefits, design also encompasses sustainable and responsible behaviour contributing positively to an innovative society and improved quality of life."

Design for Growth & Prosperity - European Design Leadership Board (2012)

"Design is an inductive and creative - yet rigorous and managed- process of research, development, testing and refinement in order to arrive at useful and creative solutions to complex problems. In a manufacturing context, good design can eliminate production costs and reduce time-to-market. In a service sector environment, good design makes services intelligible and compelling. In a business environment it is increasingly recognised that design has a strategic role to play in creating business processes that redefine organisational potential and which stimulate innovation at the level of business model. It also plays an important role in creating competitive advantage in marketing management."

“Design ranges across the boundaries of both the tangible and the intangible. For some, design is a valuable intangible asset. For others, it is the physical outcomes of a designing process that create value.”

BEDA (2007)

“Designing is not a profession but an attitude. Design has many connotations. It is the organization of materials and processes in the most productive way, in a harmonious balance of all elements necessary for a certain function. It is the integration of technological, social, and economical requirements, biological necessities, and the psychological effects of materials, shape, color, volume and space. Thinking in relationships.”

Laszlo Moholy-Nagy, Photographer, Graphic Designer, Co-Founder, Bauhaus

“Design should do the same thing in everyday life that art does when encountered: amaze us, scare us or delight us, but certainly open us to new worlds within our daily existence.”

Aaron Betsky, Curator of Architecture, Design and Digital Projects, SFMOMA

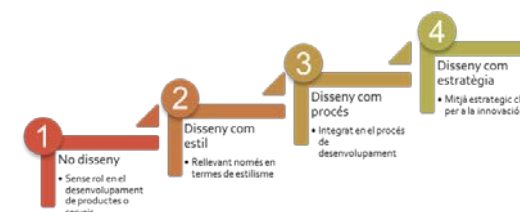
“Design is in everything we make, but it's also between those things. It's a mix of craft, science, storytelling, propaganda, and philosophy.”

Erik Adigard

L'APROXIMACIÓ ECONÒMICA I SOCIAL

La importància estratègica del disseny per a la competitivitat i la innovació dels països, del seu teixit empresarial (indústria, serveis, comerç,..) i com a factor determinant per a la millora de la qualitat de vida de les persones és, ara més que mai, un fet indiscutible. Una gran majoria de països d'arreu del món, inclosos Xina i Índia, han desenvolupat en els darrers anys programes i polítiques, nacionals o regionals, per donar-li suport i difondre'n el seu valor, alhora que han iniciat ambiciosos projectes de transformació econòmica i social.

El disseny és molt més que estètica, és el nexa d'unió entre creativitat i innovació, font de l'avantatge competitiu per a la diferenciació. És una disciplina que aporta solucions a problemes complexos en diverses àrees de l'economia i la societat, tant en el sector privat com en el públic. Reptes com la consciència mediambiental o l'envelliment de la població es poden afrontar mitjançant metodologia i coneixement en disseny. Alguns experts situen el disseny al cor de l'economia del coneixement del futur i com a l'actiu intangible més important per a les empreses (Will Hutton, Design in the knowledge economy 2020).



D'altra banda, les indústries creatives, inclòs el disseny, són un dels sectors més importants del PIB europeu, per davant de la indústria química o de l'alimentació, i és un sector en creixement. Segons un informe realitzat per BEDA l'any 2006, s'estimava que a Europa hi havia uns 410.000 dissenyadors generant uns 35 bilions d'euros. (BEDA, European Design Report, 2006).

Al 2009, amb la revisió per part de la Comissió Europea dels codis NACE (CNAE), el disseny per primer cop apareix com un sector econòmic a efectes estadístics definit amb el codi 74.10 'Activitats Específiques en Disseny'. Un pas important per a mesurar-ne el seu pes al PIB en tant que sector.

En el marc de l'Estratègia Europa 2020, la Unió per la Innovació – Innovation Union – remarca que per aconseguir la competitivitat, la prosperitat i el benestar, els governs han de donar suport a totes les formes d'innovació, no només les que es basen exclusivament en la tecnologia, sinó a aquelles que es centren en les demandes i necessitats dels usuaris. Aquí és on el disseny juga un paper rellevant i se'l reconeix com un accelerador de la innovació i com a activitat clau per portar les idees al mercat, transformant-les en productes o serveis adequats a les demandes dels usuaris.

BCD ha liderat (2012-2014) el projecte europeu *€Design – Measuring Design Value*, amb l'objectiu d'incloure el disseny a les estadístiques europees d'innovació, per tal de poder mesurar el seu impacte en el PIB dels països i regions. Partint del marc conceptual d'aquest projecte, BCD entén **el disseny com un integrador de les utilitats funcionals, emocionals i socials**. La gran majoria dels béns i serveis consumits actualment requereixen innovacions que van molt més enllà del component tecnològic. En aquests casos, el disseny entès com a integrador d'utilitats funcionals, emocionals i socials esdevé clau. Quan el disseny es considera només un afegit d'estil, la seva rellevància econòmica és marginal.

La nova estratègia d'especialització intel·ligent de la Comissió Europea RIS3 (*Research and Innovation Smart Specialization Strategy*) comporta que els Fons Estructurals es puguin utilitzar de forma més eficaç, mitjançant la identificació de les característiques i actius exclusius de cada país o regió, centrant els esforços de desenvolupament econòmic i les inversions segons els seus punts forts i avantatges competitiu, per tal d'aprofitar les oportunitats.

L'estratègia d'especialització intel·ligent de Catalunya (RIS3CAT) considera la tradició industrial com un dels tres vectors clau per a que Catalunya afronti amb èxit els grans reptes socials i econòmics, amb innovació, tecnologia i disseny com a factors competitiu.

Així mateix, la nova Política Industrial 2014-2020 es basa en els set àmbits sectorials identificats per la RIS3CAT, entre els quals s'inclouen les Indústries relacionades amb el Disseny (indústries amb un fort vincle amb el disseny com a factor transversal) i les Indústries de l'Experiència (amb les indústries creatives i el disseny com a sector).

Catalunya té un gran potencial d'innovació on el disseny té un rol fonamental com a integrador d'utilitats funcionals, emocionals i socials per a donar resposta a les noves experiències que l'usuari desitja. El reconeixement explícit del disseny a l'estratègia competitiva de Catalunya és una molt bona notícia per al sector.

LA DIMENSIÓ CULTURAL DEL DISSENY

El disseny, en la mesura que determina allò que ens envolta, és una part substancial de la cultura, n'és un tret diferencial i esdevé un mitjà per comprendre el món contemporani. Tenint en compte que la cultura és sinònim de civilització, el disseny és una parcel·la de la cultura en general, un dels valors més sòlids de la creació perquè parla un idioma universal comprensible per tothom: el de les idees i la forma. El disseny, per tant, és un valor intrínsec associat al progrés d'una societat. La millora del nostre entorn, facilitar la vida de les persones, no només funcionalment sinó també emotivament i simbòlicament, fer-les doncs més felices és, podríem dir, en darrera instància, la missió del disseny.

En els últims temps, el disseny ha acompanyat l'evolució del “fer les coses més barates” a “fer les coses millor”, i avui està en ple trànsit cap a “fer millors coses”. En aquest nou paradigma, el rol de les persones canvia. Les persones ja no són vistes només com clients o mers consumidors, tampoc no són únicament usuaris sinó que són cocreadors de la seva pròpia experiència. Aquest nou paradigma del disseny requereix una visió ètica que John Thackara denomina *Design Mindfulness* (John Thackara, *In the Bubble*, MIT Press, 2005) i que implica:

- Pensar en les conseqüències del disseny fent atenció als sistemes culturals, naturals i industrials que defineixen el context de les nostres accions.
- Considerar els fluxos de materials i energia en el disseny dels nostres sistemes.
- Donar prioritat a les necessitats de les persones i no tractar els éssers humans com a mers factors.
- Oferir valor a la gent, no oferir la gent als sistemes.
- Posar el focus del disseny en els serveis, no en les coses i evitar inundar el planeta amb artefactes sense sentit.

En aquest context, és imprescindible generar coneixement, des de la dimensió cultural del disseny, que permeti fer aflorar en cada moment les manifestacions del disseny que van en la línia de donar resposta a les necessitats reals de la gent. Unes necessitats que no són objectives, sinó canviants i subjectes a l'evolució de la cultura. I sobretot cal promoure una cultura crítica del disseny que estigui atenta a la tendència natural a la instrumentalització del disseny. Una cultura crítica que denunciï la manipulació dels individus en un aspecte tan important com és el nivell d'exigència i prioritat en la satisfacció de necessitats. Cal treballar una cultura del disseny que permeti arribar als interessos i necessitats veritables de les persones si volem que el disseny sigui realment un mecanisme útil de progrés de la societat.

En aquest sentit, l'activisme cultural al voltant del disseny d'institucions com el FAD és imprescindible. Tant en clau crítica com per donar pautes de com podem intervenir en els reptes que se'ns presenten, un dels principals, el desenvolupament dels valors socials i la recuperació dels valors humanístics a través del disseny.

EL VALOR PATRIMONIAL DEL DISSENY

El Museu del Disseny de Barcelona és la seu d'un vast patrimoni de la ciutat, una gran col·lecció d'objectes o, més ben dit, una gran col·lecció de col·leccions d'objectes, bon exponent de la història de la ciutat, del país, dels seus creadors, dels seus artistes, dissenyadors i col·leccionistes que han contribuït a fer-lo realitat al llarg dels segles. El gran museu de les arts de l'objecte de la ciutat, amb més de 70.000 objectes, és producte de la integració de les col·leccions del Museu de les Arts Decoratives, el Museu de Ceràmica, el Museu Tèxtil i d'Indumentària i el Gabinet de les Arts Gràfiques.

Barcelona i Catalunya posseeixen des de fa segles un ric patrimoni en el camp de les arts de l'objecte, conegudes tradicionalment com les arts aplicades o arts decoratives, però la ciutat des de fa anys també és un referent internacional del disseny. Disseny industrial o de producte, disseny gràfic, disseny de moda, de la producció industrial al 3D, del món analògic al digital, tot forma part de l'ampli món de l'objecte que ens ajuda a viure més fàcilment, amb més confort. A més, alhora, compta amb notables creacions úniques d'artistes contemporanis de renom internacional, producte de les tècniques artístiques tradicionals (ceràmica, vidre, esmalt...), com ara Picasso o Miró.

El Museu del Disseny de Barcelona, que es fonamenta en el coneixement del patrimoni, no sols adquireix el compromís de fer-lo arribar al major i més divers nombre de públic possible, mitjançant nombroses vies d'actuació, sinó que alhora vol fer-li prendre consciència de la creativitat i la innovació que s'amaga en cada objecte i en cada etapa històrica fins al present, perquè la innovació és un procés constant. La suma de tots aquests aspectes, de ben segur, pot potenciar el reconeixement i la difusió internacional de Barcelona en el marc de les arts de l'objecte i el disseny, un camp estretament lligat al món de la indústria i l'economia.

El patrimoni, és a dir, les col·leccions, creixen regularment i hem de saber utilitzar-les per explicar el sentit de la producció d'objectes de tants tipus i d'ús tan divers que conformen l'espai del nostre entorn, la vida quotidiana, domèstica i laboral, la comunicació que genera, el lleure. Tot està interrelacionat i forma part d'un mateix teixit social. Per això, la museografia actual exigeix que les col·leccions siguin analitzades, llegides i interpretades des d'una perspectiva més plural i complexa, des d'una perspectiva global, capaç d'aplegar tot tipus d'objectes i tota mena de perspectives sociohistòriques i culturals per fer-ne una lectura més rica i oferir-ne un coneixement més ampli.

Tot això és possible, i cal tenir-ho sempre ben present, gràcies a comptar amb unes col·leccions diverses i riques en tota mena de tipologies d'objectes o productes: vestit, calçat, complements, mobles, electrodomèstics, rellotges, impresos, cartells, joies, atuells domèstics..., de vidre, ceràmica, teixit, metall, plàstic, fusta, etc., per a la vida domèstica, professional o industrial..., que tots plegats ens permeten analitzar, comprendre i oferir el coneixement d'una realitat, uns procediments, unes tècniques i uns temps. Aquest és un objectiu clau del Museu del Disseny de Barcelona.

Al capdavant, el que diferencia el Museu del Disseny de Barcelona de qualsevol centre o institució dedicada al disseny és el seu **patrimoni**. El Museu del Disseny de Barcelona és un gran museu de les arts decoratives i el disseny i mitjançant les seves col·leccions ha de ser capaç de donar una visió global de la societat que ha creat un gran nombre d'objectes que expliquen les seves nombroses i diverses formes de vida. Aquest és el tret diferencial del Museu del Disseny de Barcelona en relació als museus d'art tradicionals, el fet que ha d'articular tot el seu discurs, del passat al present i del present al passat. Per això, el Museu del Disseny de Barcelona no és un museu convencional, sinó un centre d'investigació i de projecció exterior en l'àmbit del disseny.

II. UN EQUIPAMENT DE REFERÈNCIA DEL DISSENY A BARCELONA

L'EDIFICI

L'edifici és obra de MBM arquitectes, l'estudi d'arquitectura integrat per Josep Martorell, Oriol Bohigas i David Mackay, Oriol Capdevila i Francesc Gual. Es compon de dues parts: una subterrània (que aprofita el desnivell creat per la urbanització de la plaça) i una altra que emergeix a 14,5 m d'alçada (al nivell de la Plaça de les Glòries).

Edificació sota el nivell de 14,5 m. La major part de la superfície de l'edifici es situa sota el nivell dels 14,5 m, on s'ubiquen —en dues plantes i un entresolat— les instal·lacions més importants, com la sala principal d'exposicions, les sales dedicades a la reserva i gestió de les col·leccions del Museu del Disseny, les oficines, la biblioteca del Clot, el centre de documentació, el centre de materials Materfad Barcelona i les sales per a la recerca i les activitats educatives, així com els serveis de gran concurrència. Malgrat que es tracta d'un soterrani, la il·luminació natural i la relació amb l'exterior s'aconsegueixen mitjançant un fossar —que aprofita la diferència de nivells—, amb un gran llac com a protagonista. La il·luminació es reforça amb sis lluernes que emergeixen a l'espai públic i que es poden utilitzar com a aparadors dels continguts i les activitats del centre.

Edificació sobre el nivell de 14,5 m. Aquesta part de l'edifici té forma de paral·lelepípede tallat al biaix, amb la mateixa amplada del carrer d'Àvila. D'acord amb la planificació, ocupa la superfície mínima en planta, per tal de no reduir l'espai d'ús públic i perquè les vicissituds de l'enderrocament de l'anell i el canvi de traçat del tramvia no permeten disposar de més extensió. Es perllonga en voladís cap a la plaça i permet així l'edificabilitat prevista, alhora que esdevé un signe d'urbanisme arquitectònic sobre les vies de circulació. Aquest cos de l'edifici està dedicat a les exposicions permanents del museu i compta també amb un gran auditori.

Al conjunt de les dues parts o cossos que componen l'edifici s'entra a través d'un vestíbul únic amb doble accés: una entrada al carrer d'Àvila i una altra a la Plaça de les Glòries. El vestíbul és gairebé un pas obligat, una mena de corredor que connecta la Plaça de les Glòries, el 22@ i el Poblenou. Des d'aquesta plaça semipública s'arriba a tots els serveis situats al soterrani i també, mitjançant un sistema d'escaleres mecàniques, escaleres i ascensors, als pisos superiors. Tot i que els diferents espais tenen dimensions i característiques arquitectòniques diverses, globalment formen un tot unitari, en què l'auditori, que corona el conjunt, s'erigeix com a peça fonamental.

L'exterior de l'edifici només fa servir dos tipus de materials, plaques de metall (zenc) i vidre, de manera que el conjunt té un aspecte industrial, amb reflexos metàl·lics. La catifa verda i el grafisme lluminós del paviment són dos components primordials de la superfície exterior de l'obra. En tots dos casos els elements emprats (naturals i artificials) garanteixen la sostenibilitat i un manteniment fàcil. Els llacs exteriors, a més de subratllar visualment l'obra, fan d'enllaç entre els diferents nivells.

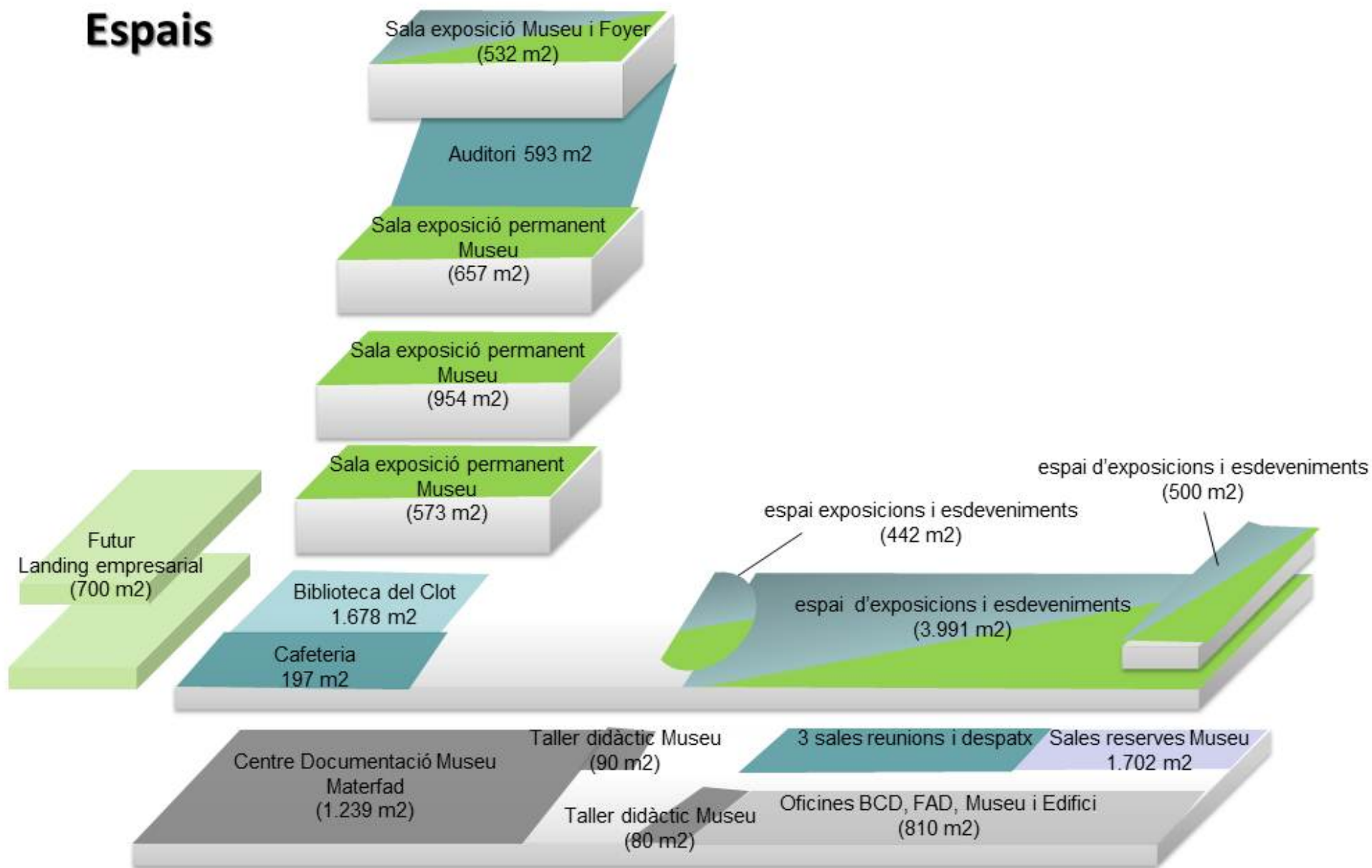
DISTRIBUCIÓ DE L'ESPAI

L'organització interna de l'edifici és homogènia i neutra, de manera que tot l'espai sigui flexible i adaptable als inevitables canvis funcionals que amb el pas del temps pot experimentar.

L'edifici disposa de 25.000 m² de superfície útil. Un primer programa d'utilització dels principals espais d'aquest equipament pot ser el següent.

Planta	Usos	Superfície útil*
Planta 4 (nivell +34,98 m)	Sala exposicions Museu i Foyer	532 m ²
	Auditori (320 seients)	593 m ²
Planta 3 (nivell +29,86 m)	Sala traducció simultània	33 m ²
	Sala tècnica (planta +34,98 m)	35 m ²
	Sala exposició permanent Museu	657 m ²
Planta 2 (nivell +24,74 m)	Sala exposició permanent Museu	954 m ²
Planta 1 (nivell +19,62 m)	Sala exposició permanent Museu	537 m ²
Entrada Glòries (nivell +14,50 m)	Vestíbul / Entrada plaça Glòries	432 m ²
Entrada carrer Àvila	Sala d'exposicions i esdeveniments (Sala A)	3.991 m ²
Planta B (nivell +6,98 m)	Biblioteca del Clot	1.678 m ²
	Cafeteria / landing empresarial	897 m ²
	Sala d'exposicions i esdeveniments (Sala B)	442 m ²
	Vestíbul / Entrada carrer d'Àvila	888 m ²
Planta -1 (nivell +1,86 m)	Sales de reserva de col·leccions Museu	1.702 m ²
	Gestió de col·leccions Museu	345 m ²
	Oficines del BCD, FAD, Museu i Edifici	810 m ²
	Sales polivalents (aules, tallers)	1.125 m ²
	Tallers didàctics Museu	155 m ²
	Centre de documentació Museu i Materfad	1.239 m ²

Espais



MISSIÓ, LÍNIES DE TREBALL I OBJECTIUS GENERALS

MISSIÓ

El Disseny Hub Barcelona és: l'equipament de referència del disseny a Barcelona.

Integra en el seu sí els principals operadors del sector amb l'objectiu de prestar-los els serveis necessaris per a la seva operativa i, alhora, generar sinèrgies entre ells per a la creació d'una programació conjunta que suposi un valor afegit. A més a més, vol ser un espai que permeti acollir activitats programades per altres organitzacions o empreses en relació al disseny, la innovació i la creativitat. És un equipament **obert** i amb activitats, serveis i espais per als professionals dels àmbits del disseny, estudiosos, empreses, emprenedors, agents socials i pel públic en general.

Com a seu del Museu del Disseny és el centre per a la conservació, estudi i difusió del patrimoni de les arts de l'objecte i del disseny. Com a seu del BCD i del FAD dóna suport a la projecció social, econòmica i cultural dels sectors del disseny i fomenta la recerca, la innovació, la creativitat i l'intercanvi entre les empreses, els professionals i les entitats vinculades a aquest sector estratègic de Barcelona.

La polivalència i flexibilitat dels espais de què disposa el fan òptim com a lloc de trobada, demostració, experimentació i exposició:

- Exposicions permanents i temporals
- Esdeveniments de petit i mig format (tallers, formacions, jornades, projeccions, networking, etc.).
- Esdeveniments de gran format (festivals, congressos, fires, desfilades, etc.).
- Activitats efímeres de demostració, experimentació i innovació (tallers, pop-up stores, showrooms, labs, etc.).
- Treball individual o en grup de recerca, consulta i referència.
- Col·laboració i consultoria amb el sector empresarial, industrial i d'investigació del disseny.
- Landing d'empreses i emprenedors.

Un equipament municipal que presta servei al territori:

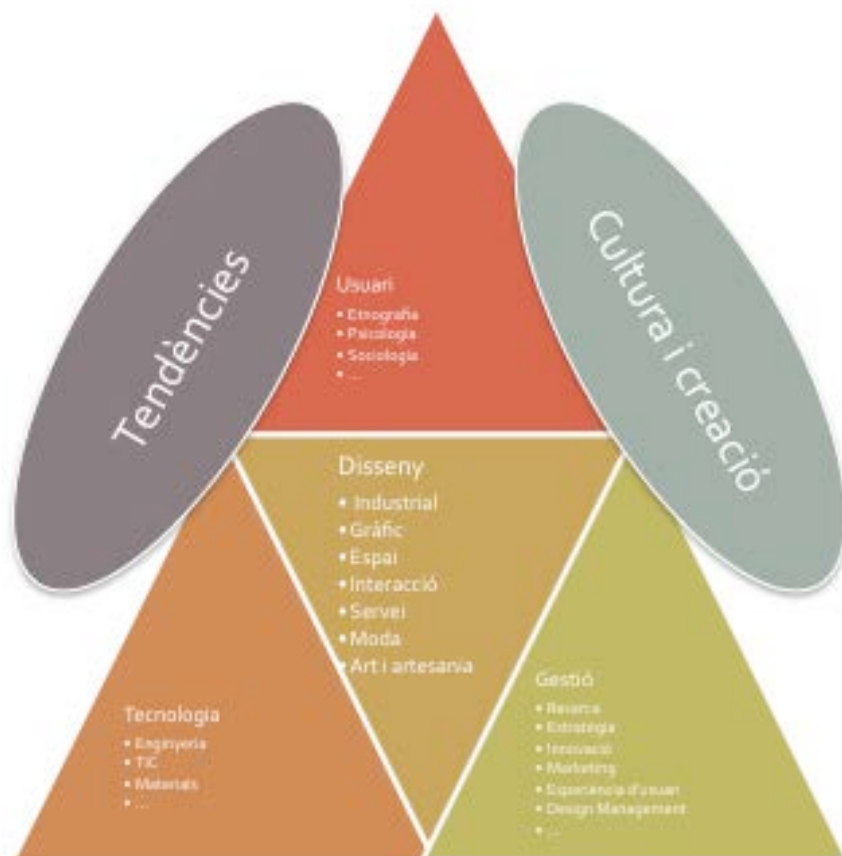
- És la seu de la *Biblioteca el Clot-Josep Benet*, que dóna servei als barris del Clot, El Parc i la Llacuna del Poble Nou.
- Disposa d'espais per acollir activitats i campanyes pròpies de l'Ajuntament de Barcelona encara que no sempre estiguin relacionades amb el disseny.
- Està implicat en la dinamització de l'entorn Glòries en el marc del procés de transformació a què està sotmès aquest espai, en coordinació amb els altres equipaments (Els Encants, TNC, Auditori...).



Una oferta d'espais per a la celebració d'esdeveniments:

La seva disponibilitat d'espais el converteix en un recurs per a la celebració d'esdeveniments de tot tipus al servei de tercers. Aquesta característica és una de les seves principals oportunitats per a la consecució de l'equilibri pressupostari en base als ingressos que això pot representar.

El següent gràfic recull un exemple de diferents disciplines relacionades amb el disseny que, d'una forma o una altra, quedaran recollides en les activitats que es realitzin al Disseny Hub Barcelona.



Els operadors principals del Disseny Hub Barcelona (Museu, BCD i FAD) aporten uns actius **materials i immaterials** que configuren una sòlida base per generar les sinèrgies a què ens referíem més amunt.

Materials: el contingut del Museu, patrimoni de la ciutat; exposicions permanents, sales de reserva, Centre de Documentació; el C4VI (Centre for Value Integration) del BCD i Materfad del FAD.

Immaterial: el know how (coneixement, bases de dades, xarxa, activitats i serveis) propis de cada entitat.

Més endavant s'hi afegirà un espai empresarial (Landing d'empreses i emprenedors)

El operadors del Disseny Hub Barcelona són els instruments per generar valor afegit i transcendeixen la seva pròpia entitat per a dotar de valor al conjunt i actuar com a integradors de nous productes i serveis per arribar als seus públics objectius.

LINIES DE TREBALL

El Disseny Hub Barcelona com edifici emblemàtic i representatiu del disseny ha de donar suport als següents eixos:

CULTURA

- Preservar, fer créixer, generar coneixement, i donar a conèixer el patrimoni de la ciutat i Catalunya en disseny i arts de l'objecte al públic general i al món.
- Inspirar, des del patrimoni i la capacitat creativa, el treball de professionals i empreses.
- Visualitzar el rol social del disseny i la seva capacitat de transformació d'allò que ens envolta.

PROFESSIONALS

- Fomentar el desenvolupament de competències, la multidisciplinarietat i el treball en xarxa de professionals.
- Impulsar la creació d'estudis de disseny locals competitius i sostenibles.
- Potenciar i reconèixer el talent de professionals consolidats i emergents.
- Esdevenir l'espai on es troben les bones pràctiques professionals (inspiració, innovació, responsabilitat social...).

EMPRESA

- Fer créixer la demanda del disseny estratègic en l'empresariat com element d'avantatge competitiu.
- Donar suport a l'emprenedoria creativa i al creixement empresarial.
- Fomentar la internacionalització de les nostres empreses i del talent creatiu local.
- Afavorir que Barcelona sigui una base per al disseny i la innovació d'empreses internacionals.

IMATGE

- Reforçar la imatge del disseny com un element diferencial, patrimoni de Barcelona, cap al ciutadà i el públic local i internacional.
- Reforçar la imatge del disseny com a disciplina d'innovació i transformació econòmica i social.
- Posar en valor el pes del disseny com a actiu clau en el posicionament de la marca Barcelona en l'àmbit nacional i internacional.



INTERNACIONAL

- Reforçar i fer créixer Barcelona com un node internacional en l'àmbit del disseny, per tant, seu d'esdeveniments de rellevància.
- Potenciar la reflexió sobre el disseny des de la recerca fomentada pels operadors i partners internacionals.
- Atraure talent i inversió a la ciutat

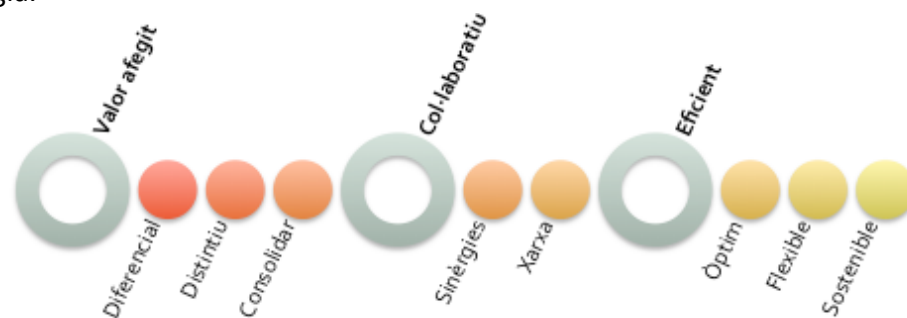
INNOVACIÓ

- Propulsar formats i mètodes novedosos i efectius d'interacció i servei als diferents públics.
- Aprofitar l'edifici per a l'experimentació i co-participació a gran escala.
- Aplicar el procés de disseny a nivell institucional per a la millora de la qualitat de vida dels ciutadans.
- Fomentar la innovació impulsada pel disseny.

OBJECTIUS GENERALS

El Disseny Hub Barcelona ha de donar suport als següents objectius generals:

- **Aportació de valor:** La concentració dels diferents actors en un mateix equipament ha de suposar un salt qualitatiu en l'abordatge del disseny a la ciutat de Barcelona. En un context de forta competència entre ciutats, una oferta d'aquestes característiques ha de suposar un **fet diferencial** que **singularitzi el Disseny Hub** en l'escenari internacional i permeti **consolidar-lo com un espai integrador** de diferents disciplines i sensibilitats.
- **Treball col·laboratiu:** El funcionament del Disseny Hub es basa en la **creació de sinèrgies** entre els seus principals operadors per tal de maximitzar l'impacte en els diferents públics. L'arrelament del centre en el seu entorn requereix treballar **en xarxa** aprofitant el seu coneixement, serveis i activitats.
- **Eficiència:** l'ús compartit de l'espai suposa un **constant repte d'optimització** per permetre alhora la visibilitat del conjunt i el desenvolupament de les seves parts. El caràcter polivalent dels espais i recursos del DHB requereix fer-ne un **ús flexible** que es pugui adaptar a diferents necessitats en funció de la programació i del seu contingut. El DHB es compromet a un ús sostenible dels recursos que sigui curós amb al seu caràcter públic, sensible a la seva dimensió social i respectuós amb el medi ambient i amb l'estalvi d'energia.



OPERADORS DE L'EQUIPAMENT

A través de l'Acord Marc entre l'Ajuntament de Barcelona, el Foment de les Arts i el Disseny i el Barcelona Centre de Disseny, signant el 18 d'abril de 2013, s'estableixen els operadors que actualment tenen la seva seu al Disseny Hub Barcelona.

BARCELONA CENTRE DE DISSENY

El Barcelona Centre de Disseny (BCD) és una entitat privada sense finalitat de lucre constituïda l'any 1973 com a primer centre de promoció i dinamització del disseny de l'estat, i referent en l'àmbit empresarial i institucional.

BCD desenvolupa projectes i activitats en les àrees de política de disseny; creixement empresarial i emprenedoria creativa; promoció i internacionalització adreçades a les més de 35.000 empreses catalanes que consideren el disseny en la seva estratègia.

BCD promou **el disseny com a eix central de la innovació** creadora de valor econòmic i social, amb el següents objectius:

- Reconeixement del disseny en les polítiques públiques.
- Incrementar l'ús del disseny en els processos d'innovació de les empreses i les entitats públiques.
- Donar servei i assessorar empreses i entitats via programes específics.
- Promoure la marca Barcelona per a la consolidació i l'expansió global de la ciutat com a pol d'excel·lència internacional en disseny.
- Promoció i internacionalització dels productes i serveis fets a Barcelona, de les empreses i del talent creatiu local.
- Promoció de l'emprenedoria creativa.
- Ser referent i interlocutor en l'àmbit del disseny per a l'administració, les empreses, les institucions i entitats afins.
- Col·laborar amb diferents agents de l'àmbit del disseny i l'empresa tant en l'àmbit nacional com internacional.

Entre altres activitats, BCD assessora i dona servei a empreses i entitats a través de programes i projectes específics; col·labora amb diferents agents de l'àmbit del disseny i l'empresa tant en l'àmbit nacional com internacional; organitza congressos, jornades de *networking*, tallers, exposicions i altres activitats en el marc del disseny, la innovació i l'emprenedoria creativa; participa en projectes de recerca, promoció i innovació en el disseny; manté contacte permanent amb centres de disseny, associacions, centres de formació i altres institucions d'arreu del món; promou la marca Barcelona en el context internacional; promou l'oferta de disseny en el mercat exterior, i recopila i difon informació sobre disseny d'àmbit nacional i internacional; organitza la Barcelona Design Week des de l'any 2006; impulsa el programa de foment de l'emprenedoria creativa MID Mercat d'Idees Disseny des de l'any 2011, i compta amb el Club d'Empreses BCD.

BCD té en compte diversos públics objectius com ara les empreses, l'administració pública, els mitjans de comunicació, el món acadèmic i altres agents tant nacionals com internacionals.

BCD és un agent actiu a Europa. Actualment (2013-2015) ostenta la presidència del BEDA, Bureau of European Design Associations, una plataforma amb 46 membres de 25 països europeus.

FOMENT DE LES ARTS I EL DISSENY

El FAD (Foment de les Arts i del Disseny) és una associació privada, independent i sense ànim de lucre que té l'objectiu de promoure el disseny, l'arquitectura i les arts en les esferes cultural, econòmica i social. S'articula a través de diverses associacions que representen les diferents disciplines del disseny: ADI-FAD (disseny industrial), ADG-FAD (disseny gràfic i comunicació visual), ARQUIN-FAD (arquitectura i interiorisme), A-FAD (art i artesanía) i MODA-FAD (imatge i moda). A més, el FAD acull la seu de l'Art Directors Club of Europe, l'associació europea de clubs i associacions de directors d'art.

Segons marquen els seus estatuts, l'objectiu del FAD és crear un marc de debat, reflexió i promoció de tot el que participa en la creació de l'entorn: l'arquitectura i la ciutat, l'interiorisme, la comunicació gràfica i audiovisual, la producció d'objectes industrials i artesanals, les arts plàstiques, la moda i la joieria, i d'altres manifestacions que es vulguin incorporar, així com contribuir a l'enfortiment de la relació entre els organismes generadors de coneixement i les empreses, i proporcionar serveis de suport a la innovació empresarial. El FAD també es compromet a treballar sota els criteris de responsabilitat social, sostenibilitat, professionalitat i per a una cultura de la pau.

El FAD va ser fundat l'any 1903 per un grup de 43 persones relacionades amb els llavors anomenats oficis artístics: moblistes, professors, artesans i arquitectes. Els preocupava tant l'obsolescència gremial com la fredor mecanicista que s'acostava. El denominador comú de totes les etapes del FAD, des de la seva fundació, ha estat la promoció dels oficis anomenats artístics al servei de les necessitats de l'ésser humà. Va néixer com una inquietud i es manté com una militància en favor de l'excel·lència en el disseny de tot el que ens envolta.

Com a entitat sense ànim de lucre, el FAD inverteix els seus fons en l'organització d'activitats de promoció de la cultura creativa i la innovació. Cap dels seus directius no rep remuneració per exercir el càrrec. En tant que independent, el FAD és generador d'opinió constant entorn la cultura del que ens envolta, així com interlocutor dels professionals de l'arquitectura, el disseny i la creativitat en general amb les administracions i organismes públics. Enfoca la seva tasca cap a dos públics: d'una banda, els associats, els professionals del disseny en general i les empreses; de l'altra, cap a la societat, on intervé divulgant públicament els seus missatges, centrats especialment en la promoció d'un disseny qualificat i social.

En definitiva, les línies d'activitat del FAD són:

- Divulgació i promoció
- Generar opinió
- Reconeixement a l'excel·lència
- Suport al desenvolupament professional i empresarial
- Suport a la innovació i la competitivitat

El FAD compta amb un centre de materials, Materfad Barcelona, el primer a tot l'Estat espanyol de caràcter multisectorial, que ofereix a empreses i professionals una base de dades internacional de materials innovadors i les seves tecnologies associades, així com un servei d'assessoria en materials per a empreses interessades en la innovació a través dels materials d'última generació. Materfad disposa de seus a Mèxic, Colòmbia i Xile, i treballa en estreta col·laboració amb diferents centres de materials europeus.

MUSEU DEL DISSENY DE BARCELONA

El Museu del Disseny de Barcelona conserva un vast patrimoni —més de 70.000 objectes— producte de la integració de les col·leccions del Museu de les Arts Decoratives, el Museu de Ceràmica, el Museu Tèxtil i d'Indumentària i el Gabinet de les Arts Gràfiques.

El Museu de les Arts Decoratives, del qual a mesura que es van anar enriquint les col·leccions en van derivar els altres, es va inaugurar el 1932 al Palau de Pedralbes. A diferència d'altres museus, d'origen reial i sumptuari, en gran part el seu fons és fruit de donacions de col·leccionistes, empreses i creadors barcelonins. Des del 1994 inclou una col·lecció de disseny industrial català i espanyol, molt rellevant tant pel nombre d'objectes com pels autors representats, i en creixement constant. L'única col·lecció pública existent en l'actualitat.

El Museu del Disseny basat en un discurs «De les arts decoratives al disseny i a les arts contemporànies d'autor», és un museu consagrat a la cultura de l'objecte, a l'objecte, sovint de l'entorn quotidià, a la seva concepció, al seu procés de fabricació, al seu ús i difusió, a la seva caducitat estètica i/o funcional i a la seva museïtzació, tot des de la lectura del segle XXI.

Una nova museografia, basada tant en la recerca i la difusió del coneixement de les arts i el disseny del passat i el present, com també en la recerca i l'experimentació i la seva projecció cap al futur, vol oferir noves i diverses mirades sobre aquestes riques col·leccions, patrimoni de la ciutat.

Exposicions, conferències, tallers, activitats, serveis educatius, publicacions, cursos, etc., a més de la presència a la xarxa, tant de les col·leccions com del Centre de Documentació —més de 22.000 documents entre llibres i arxius especialitzats en disseny i arts de l'objecte—, han de contribuir a possibilitar una visió més rica i plural del disseny, i a afavorir la comprensió de la seva influència en les nostres vides.

Les col·leccions del Museu del Disseny de Barcelona s'ubiquen en les sales d'exposicions permanents de la torre de l'edifici en la distribució següent:

- **1a Planta.** Col·lecció del Disseny de producte. Segles XX-XXI.
- **2a Planta.** Col·leccions d'Arts decoratives. Segles III-XX.
- **3a Planta.** Col·lecció d'Indumentària i Moda.El cos vestit. Segles XVI-XXI.
- **4a Planta.** Col·lecció de Disseny gràfic. Segle XX.

BIBLIOTECA EL CLOT - JOSEP BENET

La Biblioteca El Clot - Josep Benet és un equipament cultural i de proximitat que dona servei a una població de més de 41.000 veïns dels barris del Clot i el Parc i la Llacuna del Poblenou.

La seva data d'inauguració va ser el 23 de novembre de 2013. Té una superfície útil de 1.732 metres quadrats repartits en dues plantes organitzades de manera flexible i funcional. El fons inicial era de 25.000 documents i l'equipament informàtic de 29 ordinadors. També disposa de sales polivalents i espais de suport per a la realització d'activitats culturals.

L'oferta d'activitats de la Biblioteca El Clot-Josep Benet està formada per propostes per a un públic adult com conferències, club de lectura, narracions i trobades amb autors; activitats per als infants i les seves famílies; i activitats de formació i creació al voltant de les tecnologies de la informació.

La col·lecció de la biblioteca incorpora documents en diferents formats (llibres, revistes, dvd, cd, etc.) d'una gran diversitat de temàtiques i a més disposa de tres centres d'interès: Racó de Mares i Pares, Aprenentatge d'Idiomes i Món Laboral.

La col·lecció local integra els documents que fan referència als barris del Clot i el Parc i la Llacuna del Poblenou. També s'hi inclouen les obres de Josep Benet i Morell, polític i historiador que va tenir un paper emblemàtic en la recuperació de la memòria històrica del país i que dona nom a la biblioteca.

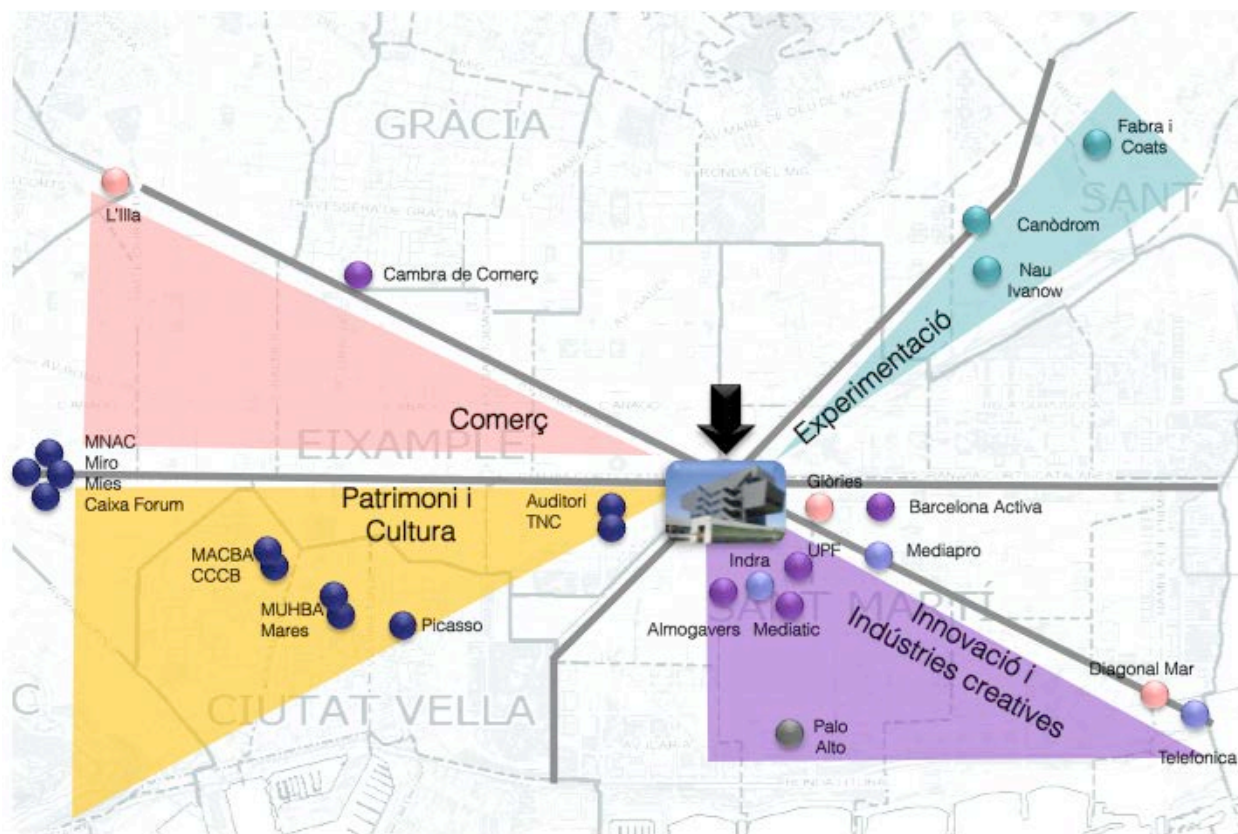
La biblioteca forma part de la xarxa de Biblioteques de Barcelona, composta per 40 biblioteques, que facilita l'accés lliure de tota la ciutadania a la informació, al coneixement i al foment de la lectura.

L'ENTORN, ESPAI DE NOVA CENTRALITAT

El Disseny Hub Barcelona s'ubica a la Plaça de les Glòries Catalanes, un espai de nova centralitat, actualment en transformació, que s'ha de convertir en breu en un nou parc de la ciutat, connector dels barris de proximitat de Fort Pienc, El Clot, Sagrada Família i Poble Nou, i punt de nova centralitat a Barcelona. El Disseny Hub ha de ser un dels elements centrals d'aquest nou espai urbà.

Efectivament, la localització és estratègica. Estar a *la porta* del 22@ facilita treballar en xarxa amb altres equipaments com centres d'activitat empresarial (oficines, incubadores i altres centres de servei), centres tecnològics i centres de creativitat. Se situa en la confluència d'eixos tals com el comerç i l'empresa (Diagonal), l'experimentació (Meridiana-Poble Nou) i el patrimoni cultural (Montjuïc-Ciutat Vella i el conjunt més proper amb Can Framis, l'Auditori i el Teatre Nacional de Catalunya). Aquests darrers equipaments culturals, juntament amb el Born Centre Cultural, una mica més enllà, constitueixen un pol cultural emergent que es complementa amb els ja existents.

Finalment, la vinculació amb els espais de creació de la ciutat i amb la indústria relacionada a la creativitat, la innovació i el coneixement que es concentra al seu voltant, representa també una gran oportunitat.



III. LÍNIES DE TREBALL 2014-2017

El Disseny Hub Barcelona es va posar en funcionament l'any 2013 amb un format provisional de gestió i governança. El seu caràcter mixt, que integra alhora agents públics i privats, va fer aconsellable contemplar un temps de rodatge abans d'establir-ne el format definitiu.

En aquest *periode de prova* s'ha pretès anar més enllà de la simple juxtaposició dels productes i serveis de les diferents organitzacions, i s'ha explorat un model de governança que ajudi a aprofitar les sinèrgies que es puguin produir entre elles.

Durant l'any 2013, es van acabar les obres i es va obrir l'equipament a la ciutat. S'hi van començar a celebrar esdeveniments de rellevància internacional que han actuat com a estímul per als col·lectius implicats en el món del disseny. A finals d'aquest any es va posar en funcionament la biblioteca del Clot.

L'any 2014 s'estan obrint les diferents seccions públiques de l'edifici: el Materfad, el Centre de Documentació i el Museu.

L'any 2015 caldrà consolidar el funcionament i, d'acord amb l'evolució dels indicadors i la valoració dels resultats, desenvolupar formats que potenciïn el disseny, els seus professionals i empreses, els operadors i l'equipament. Serà l'any per consolidar el model de governança de l'edifici que calgui aplicar a partir de llavors.

Finalment, el 2016 haurà de ser el primer any de rodatge, amb una programació contrastada i orientada a potenciar internacionalment l'equipament i els seus continguts.

En aquesta seqüència temporal s'inscriu la proposta de línies de treball bàsiques, tant pel que fa a la programació com a la gestió, que es desenvolupen en aquest apartat.

LÍNIES DE TREBALL

PROGRAMACIÓ	GESTIÓ
<ul style="list-style-type: none">– Millora del coneixement global i públic del disseny, l'arquitectura i les arts de l'objecte– Projecció internacional de la creativitat local i del talent emergent– Atracció continuada de públic– Punt de referència d'empreses i professionals– Suport a la innovació– Impacte mediàtic del compromís social i ambiental	<ul style="list-style-type: none">– Orientació a l'equilibri pressupostari– Excel·lència en servei– L'èxit es defineix i es mesura

PROGRAMACIÓ

1. MILLORA DEL CONEIXEMENT GLOBAL I PÚBLIC DEL DISSENY I LES ARTS DE L'OBJECTE

El Disseny Hub Barcelona representa una gran oportunitat per estimular el coneixement i la divulgació del disseny

En primer lloc, el projecte general del Museu del Disseny de Barcelona es fonamenta en **la consideració del disseny com a patrimoni cultural**. Cal mirar cap al passat per entendre el present i generar el futur. El disseny (i amb anterioritat les arts de l'objecte) formen part de la nostra cultura des d'antic i cal intensificar les accions per fer-ne la difusió oportuna a tot tipus de públic.

Per tant, la missió del Museu és educar el públic no sols en el seu coneixement, sinó també en el bon ús del disseny i fomentar una reflexió crítica sobre el present i el futur del disseny.

En segon lloc, el **domini del procés del disseny** per part de les empreses les fa més competitives i contribueix a proveir millors experiències als seus clients, a la seva fidelització i n'incrementa el valor de les seves marques. Cal tenir en compte però que poques empreses tenen el disseny integrat en la seva estratègia, i per això són fonamentals activitats com els tallers, les presentacions de bones pràctiques, el *networking* amb professionals que les puguin ajudar, etc. El Materfad i el Centre de Documentació del Museu són peces clau de consulta i generació de coneixement en aquest procés.

Finalment, cal tenir en compte que en els deu darrers anys s'han obert nous camps d'aplicació del disseny en **serveis de caràcter públic i social** que han ajudat a la seva millora i transformació, a la reducció de costos i a l'augment de la satisfacció dels seus usuaris. També en això el Disseny Hub pot jugar un paper fonamental, potenciant la participació ciutadana i divulgant tot aquest coneixement de manera local.

2. PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA CREATIVITAT LOCAL I DEL TALENT EMERGENT

El Disseny Hub Barcelona ha de contribuir de forma significativa a impulsar el reconeixement de la creativitat local i el talent emergent, tant per a contribuir al seu posicionament i difusió com per a la seva transformació en negoci.

PER QUÈ:

El Disseny Hub Barcelona té un paper fonamental com aparador del disseny fet pels propis professionals i empreses locals com de la resta del món. Aquesta projecció ha de contribuir a reforçar significativament la imatge de marca i el pes econòmic de Barcelona en disseny, creativitat i innovació.

En aquest sentit, el Disseny Hub Barcelona s'ha d'adreçar tant a la creativitat local d'empreses i professionals consolidats com al talent emergent. En el primer cas, ha de contribuir tant a amplificar la seva imatge com oferint-se com a centre de negoci i coneixement. En el segon, el Disseny Hub Barcelona ha de promoure l'excel·lència i treballar per reduir les seves barreres d'entrada que dificulten la seva difusió i visibilitat. Els emprenedors amb talent han de trobar en el Disseny Hub Barcelona una plataforma de suport i creixement.

En aquests dos aspectes, que impulsen els operadors, el Disseny Hub Barcelona constitueix un nou actiu a la ciutat que cal posicionar a la xarxa d'altres entitats i espais significatius (ACC1Ó, Barcelona Activa, Centre d'Arts Santa Mònica, etc.), així com d'altres en l'entorn ICUB que hi estan relacionats (Fàbriques de creació i Canòdrom).

Per tant, el Disseny Hub Barcelona s'ha de posicionar en aquesta xarxa de manera positiva i sinèrgica, potenciant la visibilitat i projecció dels millors professionals, empreses i projectes.

QUÈ:

Aparador del disseny local amb activitats com exposicions, premis, tallers, showrooms, pop up stores, etc.

- per a la comunitat educadora i acadèmica internacional, com a base de coneixement i reflexió sobre el rol del disseny
- per al turisme, integrant el Disseny Hub Barcelona en circuits turístics i dotant-lo d'activitats i serveis que el facin un punt de visita obligada a la ciutat
- per al públic professional, especialment potencials compradors i/o partners locals o internacionals, que han de poder visitar showrooms i fer trobades de negoci amb empreses i professionals del disseny local.

Contribuir a exportar la creativitat local garantint la qualitat i originalitat de les activitats organitzades en el Disseny Hub Barcelona, per tal de propiciar la seva replicació en altres circuits empresarials i/o culturals (*design weeks* internacionals, circuits museístics, etc.).

3. ATRACCIÓ CONTINUADA DE PÚBLIC

El Disseny Hub Barcelona forma part de la vida quotidiana de la ciutat. Sempre hi ha un motiu per visitar el Disseny Hub 365 dies l'any. El Disseny Hub Barcelona atrau ciutadans i turistes de forma recurrent.

PER QUÈ:

Una gran virtut del disseny és que forma part de la vida quotidiana i, per tant, és una temàtica accessible al gran públic. A Barcelona és un factor reconegut per la ciutadania i un element de diferenciació per al visitant de fora que, a més, l'entén des de molt diverses plasmacions, vessants i àmbits (gràfic, moda, industrial, etc.) i des de diversos agents, ja siguin econòmics o culturals.

Per tant, el disseny ens dóna l'oportunitat de:

- Atraure un públic més ampli i divers que aquell que va a activitats culturals (segons l'estudi de FUNDACC "La dieta cultural dels catalans" , només un 32% de la població va a una exposició en museus o galeries i només un 8% hi va més de tres vegades l'any).
- Ser un lloc d'obligada visita turística (de fet, el turisme representa el 85% dels visitants als museus municipals i els elements més valorats pel turisme a Barcelona són l'arquitectura i la cultura).
- Més enllà d'exposicions, oferir formats atractius, assequibles i/o amb un retorn econòmic: tallers, showrooms, pop up stores, aparadorisme, etc.

L'atractiu del singular edifici del Disseny Hub Barcelona i dels seus continguts es veu potenciat per l'entorn. Amb una rellevant concentració d'icones arquitectòniques, una significativa planta hotelera i l'estratègia municipal de potenciar-lo com a nou node turístic i envoltat d'un teixit productiu molt vinculat al disseny i a la tecnologia a l'entorn del 22 @, el Disseny Hub atrau un gran nombre de visitants potencials. A més, el funcionament de la biblioteca en el seu interior garanteix un flux constant de públic veïnal.

QUÈ:

Siguin petites o grans, comercials o culturals, al Disseny Hub Barcelona hi ha una programació continuada d'activitats, tant a l'interior com a l'exterior. A partir d'una proposta cultural sòlida, desenvoluparà una proposta lúdica amb l'objectiu d'ampliar i atraure nous públics.

- Cal generar una dinàmica de programació per el visitant no professional que sigui molt activa i variada, oferint continuament nous motius per apropar-se al Disseny Hub Barcelona, amb activitats més enllà de les col·leccions permanents o exposicions temporals.
- En els punts de més fàcil accés de públic (vestíbul d'Àvila i sala B) cal que les exposicions o altres activitats no s'allarguin més de tres mesos, per fomentar la varietat.

-

-

- Millorar la visibilitat exterior perquè l'edifici sigui un atractiu en si mateix i convidi a entrar-hi.
- Instal·lacions a l'interior o a l'exterior.
- Ocupació de l'espai públic amb activitats "estrella" que ocorren a l'interior (físicament o mitjançant pantalles).
- Aparadorisme als lluernaris i/o façanes.
- Projeccions sobre l'edifici, pantalles, grafisme lluminós...
- Potenciar altres reclams complementaris: atractiu del disseny, menús de la cafeteria...

4. PUNT DE REFERÈNCIA D'EMPRESSES I PROFESSIONALS

El Disseny Hub Barcelona és un punt d'inspiració, trobada i acollida dels professionals del disseny locals així com l'espai de referència i landing d'empreses, emprenedors i professionals internacionals

PER QUÈ:

Michael Porter constata que *el desenvolupament d'un sector en un territori es veu afavorit per una demanda local experta i tractora*. És la comunitat local i la seva demanda que farà possible un determinat volum de producció, un nivell d'exigència i la posterior adopció de les innovacions que es generin. Això és el que permetrà als professionals i a les empreses adquirir un *know-how* local, projectar una determinada imatge i generar un volum de negoci suficient per a poder competir internacionalment. L'atracció d'inversió d'empreses internacionals que s'estableixen a Barcelona incrementa la demanda i és una oportunitat per al teixit d'oferta local.

Aquesta és ja una línia de treball dels operadors, però sempre hi haurà marge de millora pel que fa al coneixement del disseny per part de la població en general, així com en la seva adopció com a element estratègic per part de les empreses i el seu ús en la transformació dels serveis públics. El Disseny Hub Barcelona pot afavorir l'esforç de sofisticació de la demanda de disseny.

Per tal que el Disseny Hub Barcelona pugui considerar-se l'espai de referència del disseny a Barcelona, totes les persones i empreses relacionades amb el disseny l'han de sentir seu i usar-lo.

Els avenços tecnològics, la internacionalització dels serveis professionals i la mateixa situació econòmica, fan que els professionals i les empreses tendeixin cap a estructures mínimes. Uns i altres en alguns moments necessiten espais on treballar, reunir-se o rebre un client. En general han aparegut espais, tant generals com especialitzats (per exemple Makers of Barcelona o Hub Social) que cobreixen aquestes necessitats, però en l'àmbit del disseny no es veu tant necessari un espai de coworking com un lloc on poder fer petites presentacions, rebre clients, demostracions, trobades informals, etc.

Les demandes dels professionals del disseny tendeixen a ser complexes i requereixen de la col·laboració entre dissenyadors de diferents disciplines i d'altres professions. Més enllà de les xarxes ja establertes, hi ha una necessitat constant d'actualització dels contactes i de generació de col·laboracions. Aquest fenomen s'ha vist reflectit en formats com *networking*, *speed dating*, plataformes d'innovació oberta (resolució de reptes, etc.). El Disseny Hub té l'oportunitat d'oferir-se com a plataforma física i de serveis per propiciar aquest tipus d'intercanvis.

El domini del procés de disseny per part de les empreses les fa més competitives i contribueix a proveir millors experiències als seus clients, a la seva fidelització i n'incrementa el valor de les seves marques. Cal tenir en compte però que encara poques empreses tenen el disseny integrat plenament en la seva estratègia, i per això són fonamentals activitats com els tallers, les presentacions de bones pràctiques, el *networking* amb professionals que les puguin ajudar, etc. El Materfad i el Centre de Documentació del Museu, o el futur Centre d'Integració de Valor del BCD són peces clau de consulta i generació de coneixement en aquest procés.

Finalment, cal tenir en compte que en els deu darrers anys s'han obert nous camps d'aplicació del disseny en serveis de caràcter públic i social que han ajudat a la seva millora i transformació, a la reducció de costos i a l'augment de la satisfacció dels seus usuaris. També en això el Disseny Hub pot jugar un paper fonamental, potenciant la participació ciutadana en projectes d'innovació social.

Davant la creixent dificultat d'innovar, les empreses més grans cerquen sortir del seu entorn quotidià per trobar la inspiració. Aquesta tendència, més enllà dels serveis professionals i facilitadors, s'ha vist reflectida en l'aparició de propostes com els *retail tours*, els *offsites* i, més recentment, espais que ofereixen sales de treball, creativitat, etc. acondicionades per *brainstormings* i d'altres formats (*What If* a Anglaterra, *Offsite* a Nova York...). El Disseny Hub Barcelona, a més de tenir espais atractius i d'altres que es poden adaptar, presenta el valor afegit de disposar de contingut (col·leccions, Centre de Documentació, Materfad, Centre d'Integració de Valor, etc.)

Finalment, Barcelona és una **ciutat atractiva per instal·lar-hi un negoci**. Les empreses que s'hi volen instal·lar disposen dels serveis de Barcelona Activa per dur-ho a terme però, en tot cas, calen espais d'ús temporal en entorns creatius per al seu aterratge mentre no disposen d'una seu definitiva. En l'àmbit del disseny, el Disseny Hub Barcelona serà aquest espai amb l'Espai BCD de Landing Empresarial.

QUÈ:

Per tant, el Disseny Hub Barcelona és el lloc on recórrer quan des de l'àmbit professional es vol buscar inspiració, celebrar una reunió, treballar temporalment i col·laborar; en un espai on interactuar amb altres empreses de diferents camps, en un ambient creatiu i innovador on es fomenta l'intercanvi d'idees, d'experiències i continguts.

- Espais per els professionals
- Serveis pels professionals
- Espai Landing empresarial

5. SUPORT A LA INNOVACIÓ

El Disseny Hub Barcelona, a través dels serveis que hi operen i dels seus espais, ha d'integrar-se i ser reconegut com un equipament referent en l'ecosistema innovador.

PER QUÈ:

Catalunya té un gran potencial d'innovació organitzacional, de processos i serveis centrats en utilitats emocionals, com les experiències en turisme, on la tecnologia no és disruptiva i té un paper de suport a la innovació en experiències. En el camp de la innovació sistèmica, el disseny té un rol fonamental des de l'inici del procés d'innovació, com integrador d'utilitats funcionals, emocionals i socials per a donar resposta a les noves experiències que desitja l'usuari. Sota els models d'innovació de push tecnològic el disseny és un afegit d'estil, amb una contribució econòmica marginal. Amb un model d'innovació sistèmica, el disseny agafa tota la rellevància.

L'aproximació del disseny a la innovació consisteix, a partir de l'observació de l'usuari, en detectar necessitats no cobertes i desenvolupar productes o serveis amb una aportació de valor a aquest usuari que sigui nova i significativa.

El Disseny Hub Barcelona afegeix als serveis dels seus operadors, altres elements per poder integrar-se de forma legítima en el procés de disseny de les empreses i les entitats públiques:

- Capacitat d'atracció de públic i per tant de potencials usuaris de productes o serveis a qui involucrar de manera lúdica en l'experimentació per a l'observació del seu comportament, la co-creació de productes o serveis, etc.
- Espais polivalents, des de tallers on usuaris o professionals poden crear, ja sigui amb les mans, amb tècniques de visualització i/o potencialment amb màquines de prototipatge ràpid; fins a espais d'alta capacitat on organitzar sessions de participació massiva.
- Directori clar, tant dels operadors com dels seus serveis, i especialment concentrat en el Materfad respecte a materials, en el Centre de Documentació del Museu del Disseny respecte al coneixement en disseny, tendències, catàlegs, etc. i en el Centre d'Integració de Valor del BCD respecte a serveis d'innovació sistèmica.
- Accés a xarxes a través dels operadors i de l'ICUB, des de xarxes creatives com les fàbriques de creació, fins a xarxes tecnològiques i ciutadanes, com Barcelona Laboratori; xarxes empresarials, a través de Barcelona Activa o ACCIÓ o d'estudiants, a través de les escoles de disseny, etc.

QUÈ:

El Disseny Hub Barcelona és, per tant, un lloc idoni per acompanyar les empreses i les entitats públiques en el seu procés d'innovació centrat en l'usuari i pot aportar serveis, eines i espais per a:

- Participació de l'usuari
- Crear entorns que permetin observar el comportament de l'usuari alhora que aquest gaudeix d'una exposició, activitat, compra, etc. Aquests entorns els poden impulsar tant empreses com entitats sense ànim de lucre, sempre que siguin interessants per l'usuari i paguin pel dret d'ús dels espais o, alternativament, comparteixin els resultats de la investigació.
- **Co-creació:** els espais del Disseny Hub Barcelona poden fomentar la co-creació, tant en petits grups com en grans exercicis de co-creació ciutadana o d'experts. Els espais són prou polivalents per permetre l'ús de manualitats, impressió 3D o altres formes d'expressió.
- Suport al desenvolupament de productes i serveis
- **Consulta i referència:** tant el Materfad com el Centre de documentació del Museu ja proveeixen de serveis que poden ser ampliat.
- **Foment de la creativitat:** es poden crear nous productes d'inspiració (col·leccions) gestionats per algun dels operadors o per tercers, així com continuar fomentant i engrandint conferències, debats i altres fórmules de difusió i intercanvi de coneixement.
- **Resolució de problemes:** en xarxa amb Barcelona Laboratori i d'altres, es poden organitzar sessions de resolució a través del procés de disseny de reptes empresarials o socials, a través dels operadors o de tercers.
- **Serveis d'integració:** El Centre d'Integració de Valor (C4VI) del BCD prestarà serveis d'innovació sistèmica (design driven innovation) a les empreses des del Disseny Hub Barcelona.

6. IMPACTE MEDIÀTIC

El Disseny Hub Barcelona ha d'acollir activitats amb impacte i actuar com “amplificador” de les activitats que s’hi realitzen.

PER QUÈ:

El Disseny Hub Barcelona ha de reforçar atributs que les enquestes atribueixen a la ciutat de Barcelona. L'enquesta sobre la marca Barcelona feta a executius de tot el món publicada pel BCD, posa de manifest que els atributs que destaquen són la creativitat (19,6%), el disseny i el desenvolupament urbà (19%) i la infraestructura creativa (10,4%).

El Disseny Hub Barcelona és en sí mateix un edifici icònic amb possibilitat d'acollir activitats de gran format, i el seu ressò estarà relacionat amb el que tinguin els seus continguts. La celebració de les activitats *adequades* ajudarà per sí mateixa al bon posicionament del Centre. A tall d'exemple, les poc més de 90 activitats celebrades durant l'any 2013 (amb l'equipament a mig gas) han suposat més de 120.000 visitants i un bon ressò a les xarxes socials i a la premsa, tant local com internacional.

QUÈ:

- Guanyar reputació a través d'activitats d'alta tracció (blockbusters)
- La programació pròpia ja inclou grans esdeveniments com el *Barcelona Design Festival* o l'obertura del museu, que generarà sens dubte exposicions temporals de ressò. Cal garantir que aquesta programació que ja té entitat es comuniqui adequadament per tal d'amplificar-la, crear expectació i sensació de novetat.
- Cal promoure programació d'operadors externs amb ressò internacional.
- Ajudar a amplificar el ressò d'activitats emergents.
- Comunicació coordinada i proactiva: a través de tots els “touchpoints” amb el públic objectiu. L'edifici en sí mateix té molta força comunicativa però cal evitar que es tanqui en sí mateix, projectant a l'exterior les manifestacions que tinguin lloc en el seu interior.
- Coordinar la comunicació emesa cap als mitjans des de l'edifici i des dels operadors.

7. COMPROMÍS SOCIAL I AMBIENTAL

PER QUÈ:

La creació d'un nou gran equipament cultural implica fixar-se objectius ambiciosos també en la dimensió social i ambiental del seu funcionament i de la funció que pot desenvolupar, tant en l'entorn més immediat, com a nivell local i global.

En aquest sentit, l'equipament ha de promoure una gestió responsable, tant pel que fa a l'existència de programes de valor social, com a la gestió sostenible dels recursos naturals.

QUÈ:

Responsabilitat social:

- Incloure en les propostes de Programació i Activitats línies específiques adreçades al públic dels barris de proximitat de l'equipament.
- Garantir la participació de l'equipament i dels seus operadors en la vida cultural i cívica dels barris de proximitat.
- Dissenyar propostes específiques adreçades a grups escolars i gent gran per tal de fomentar el seu ús de l'equipament.
- Fomentar estratègies per a la inclusió laboral de persones en risc d'exclusió social.
- Vetllar per l'accessibilitat absoluta a l'equipament en totes les propostes que s'hi realitzin.

Gestió sostenible de l'edifici:

- Garantir l'eficiència energètica, promovent màxim benefici al menor cost. Incorporació de tecnologies d'estalvi i control.
- Promoure l'ús responsable dels recursos (aigua, electricitat, etc.) cercant la participació activa de professionals i visitants.
- Recollida selectiva de residus en l'equipament.
- Estudiar la possible certificació ISO 14.000 per a l'equipament.
- Promoció productes comerç just.

LÍNIES D'ACTIVITAT DE CADA OPERADOR CORRESPONENTS A LES LÍNIES DE TREBALL

Principi	BCD	FAD	Museu	Tercers i/o Desenvolupar
Millora del coneixement global i públic del disseny i les arts de l'objecte.	<ul style="list-style-type: none"> - Barcelona Design Week/Barcelona Design Festival: <ul style="list-style-type: none"> o Exposicions BDW o Design Circuits o Programa d'activitats Off BDW o Tallers BDW amb creatius - Programa BCD EcoDisseny: Activitats Econetworks i portal BCDcodisseny. - Programa Design Management - BCN Design Tour - Estudis sectorials ('Survey on the Barcelona City Brand'...) - Exposició 'De la idea al negoci' (MID Mercat d'Idees Disseny) 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions (p. ex: El millor disseny de l'any, ADC*E, cicle La Incubadora del FAD, El disseny a Barcelona, Flexibilitat Activa...) - Festivals (p. Ex: Barcelona Design Festival-FADfest, Arquinset, Setmana Joya...) - Cicles audiovisuals (P. Ex: Disseny i Cinema) - Portes obertes (p. ex: Tallers oberts) - Programa d'activitats educatives i familiars - Opinió (p. ex: Jornades Xarxes d'opinió...) - Homenatges (Mestres. La Cadena del FAD) - Design Beats - Publicacions 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions permanents: L'única col·lecció de disseny industrial de Catalunya i Espanya existent a tot l'estat - Exposicions temporals (especialment el programa sobre el rol del disseny en l'actualitat) - Publicacions - Centre de documentació - Tallers educatius - Portes obertes - Activitats familiars 	<ul style="list-style-type: none"> - Acció - Off Fires - Activitats dirigides a sectors "L'aplicació del disseny al sector de ..." - Punt d'informació permanent sobre disseny virtual i real... - Cicles de seminaris i referències amb l'aplicació del disseny a serveis públics (exemples Design Council, Dinamarca, etc.)
Projecció internacional de la creativitat local i del talent emergent	<ul style="list-style-type: none"> - Showrooms empreses - Premis - Circuits disseny - MID Fòrum Inversió - MID Fòrum Innovació - Exposició 'De la idea al negoci' (MID Mercat d'Idees Disseny) - Plataforma Crowdfunding - BCN Design Export - Atenció visites delegacions internacionals - Programa marca Barcelona - Network Design Weeks 	<ul style="list-style-type: none"> - Premis a professionals, empreses i estudiants (p. ex: Laus, Delta, FAD d'Arquitectura, ADC*E, ArtFAD, Enjoia't, Medalles ADI, Habitàcola, etc.). - Programa d'intercanvis amb altres festivals - Pop Up Stores (p. ex: Design Market) 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions permanents - Exposicions temporals - Programes europeus de col·laboració i intercanvi Taules rodones... - Increment de les col·leccions, amb els Premis DELTA i LAUS del FAD 	<ul style="list-style-type: none"> - 080 - Setmana de l'Artesania - Aparadorisme
Atracció continuada de públic	<ul style="list-style-type: none"> - Exposició Barcelona Design Week - MID Markets - Showrooms empreses - Barcelona Design Tour 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions (p. ex: El millor disseny de l'any, ADC*E, cicle La Incubadora del FAD, El disseny a Barcelona...) - Programa d'activitats educatives i 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions permanents - Exposicions temporals (disseny, noves tecnologies, art i disseny, arts d'autor segle XXI...). - Activitats escolars 	<ul style="list-style-type: none"> - 080 - Setmana de l'Artesania - Off fires - Cafeteria - Aparadorisme

Principi	BCD	FAD	Museu	Tercers i/o Desenvolupar
	<ul style="list-style-type: none"> - Exposició 'De la idea al negoci' (MID Mercat d'Idees Disseny) - Activitats Club d'Empreses BCD 	<ul style="list-style-type: none"> - familiars - Cicles (P. Ex: Disseny i Cinema) 	<ul style="list-style-type: none"> - Activitats familiars - Circuits turístics - Programes de participació on line 	<ul style="list-style-type: none"> - Instal·lacions
Punt de referència d'empreses i professionals	<ul style="list-style-type: none"> - Barcelona Design Week - Landing empresarial - Club d'Empreses BCD - Congressos, jornades, workshops - Barcelona Design Innovation Cluster - Design Services Market - Programa marca Barcelona - C4VI-Centre d'Integració de Valor - Convocatòria 'Idea creativa busca empresa' (MID) - Convocatòria 'Empresa creativa busca inversor' (MID) 	<ul style="list-style-type: none"> - Congressos, jornades, conferències i debats (p. ex: Congrés Open Design, Rock Paper Pixel, Chill Laus, The Making Of, 30+30...) - Cursos i workshops (MaterLab, AulaMater, Demo...). - Materfad. Centre de Materials de Barcelona (Vigilància tecnològica, recerca i consultoria) - Presentacions de producte d'empreses - Certificacions (FAD Certification of Design Quality) 	<ul style="list-style-type: none"> - Centre de Documentació: presencial i on line: arxius de professionals, dissenyadors, empreses. Arxius FAD. - Col·laboracions amb professionals: empreses, dissenyadors, historiadors, FAD i BCD. - Recerca i experimentació mitjançant convenis amb les universitats i escoles de Disseny de Catalunya i programes europeus. 	<ul style="list-style-type: none"> - Off fires - Espais i serveis de treball
Suport a la innovació	<ul style="list-style-type: none"> - MID Mercat d'Idees Disseny - Barcelona Design Week - C4VI-Centre d'Integració de Valor - Protecció del disseny - Design Thinking in Action 	<ul style="list-style-type: none"> - Congressos, jornades, conferències i debats (p. ex: Congrés Open Design, Rock Paper Pixel, Chill Laus, The Making Of, 30+30...) - Observatori del Disseny 	<ul style="list-style-type: none"> - En residència: Dissenyadors als Instituts de Barcelona - Congressos internacionals: Tipografia, Ceràmica... - Jornades (difusió 3D...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Programes de coparticipació - Challenges - Design Health Biocat
Impacte mediàtic	<ul style="list-style-type: none"> - C4VI-Centre d'Integració de Valor - €Design-Measuring Design Value - DAA-Design for Active Ageing - Barcelona Design Week/Barcelona Design Festival - Programa marca Barcelona - Survey on the Barcelona City Brand - MID Mercat d'Idees Disseny - Estudis sector - BCDEcodisseny 	<ul style="list-style-type: none"> - Premis - Certificacions (FAD Certification of Design Quality) - Festivals (p. Ex: Barcelona Design Festival/FADfest, Arquinset, Setmana Joya...) - Projectes europeus (DAMADEI, AT4Design). - Premi City to City Barcelona FAD Award - Programa d'intercanvis amb altres festivals. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exposicions permanents - Exposicions temporals - Jornades de reflexió crítica sobre l'impacte del disseny en la societat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Co-creació ciutadana - Transformació de serveis - Pantalla de LEDS - 080 - OFFF

Principi	BCD	FAD	Museu	Tercers i/o Desenvolupar
Compromís social i ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - BCD Ecodisseny - DAA Design for Active Ageing - Adhesió al Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat de l'Agenda 21, com a membre de la xarxa Barcelona+Sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> - Premi City to City Barcelona FAD Award - Xarxes d'Opinió del FAD 	-	-

GESTIÓ

8. ORIENTACIÓ A L'EQUILIBRI PRESSUPOSTARI

El Disseny Hub Barcelona ha d'orientar-se a l'equilibri pressupostari.

El seu caràcter públic ens obliga a vetllar per la màxima eficiència en l'assignació de recursos i a obtenir rendibilitat econòmica en la cessió d'espais i prestació de serveis a tercers:

- Imports abonats per particulars, empreses o col·lectius que utilitzin l'espai (lloguer) o els serveis que s'hi presten.
- Canons derivats de la concessió a tercers de la prestació de serveis específics (cafeteria, per exemple).
- Cal subratllar el potencial d'ingressos que representen el lloguer a tercers de la Sala A i l'auditori, i el seu conseqüent impacte en el compte d'explotació del Centre. Caldrà estudiar el procediment pel qual l'ús extensiu d'aquests espais per part dels operadors representa també un ingrés per a l'equipament.

Pel que fa als costos, s'ha de tendir a una màxima eficiència en la despesa i tenir especial cura en les principals vies de despesa: il·luminació, clima, manteniment i subcontractacions externes.

Finalment, cal avançar en un sistema de decisió de l'aplicació del 15% dels ingressos de l'edifici derivats de les taxes.

9. EXCEL·LÈNCIA EN SERVEI

El Disseny Hub Barcelona vol ser exemplar en l'execució dels serveis que presta ja sigui als operadors interns (Museu, FAD, BCD i Biblioteca) com als externs que siguin d'interès per a la programació i al públic que el visita.

El Disseny Hub Barcelona vol respondre a les expectatives generades:

- Imatge pública: equipament obert al públic i que vol ser un emblema de Barcelona local i internacional. El nivell d'atenció i servei ha de correspondre a aquesta aspiració.
-
- Recursos públics: ha de tenir cura de la seva utilitat i eficiència.
-
- Complexitat: la polivalència de l'edifici i la possibilitat de desenvolupar simultàniament activitats de naturalesa diversa atorga complexitat a la gestió en tots els àmbits.
-
- Competitivitat: el mercat dels esdeveniments d'alt nivell és altament competitiu i el Disseny Hub Barcelona vol ser-hi. És essencial posar especial atenció en aquells àmbits que són específicament valorats:
 - Estat de la neteja i de la conservació
 - Manteniment d'instal·lacions
 - Equipament actualitzat per a la celebració d'esdeveniments
 - Atenció professionalitzada
-

10. L'ÈXIT ES DEFINEIX I ES MESURA

El Disseny Hub Barcelona es dota d'una bateria d'indicadors per avaluar el desenvolupament del seu pla de gestió

Principi	Resum	Input	Output
1. Millorar el coneixement de la demanda en disseny	El Disseny Hub Barcelona representa una gran oportunitat per estimular el coneixement i la demanda en disseny per part de la població i empreses.	<ul style="list-style-type: none"> • Pressupostos invertits públics i privats per activitats al Disseny Hub Barcelona 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitants a exposicions • Assistents a activitats • Nombre de professionals i empreses que reben serveis • Grau de coneixement del disseny per part dels particulars i empreses
2. Projeció de la creativitat local i del talent emergent	El Disseny Hub Barcelona ha de contribuir de forma significativa a impulsar el reconeixement de la creativitat local i el talent emergent tant per contribuir al seu posicionament com per a la seva transformació en negoci.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de projectes seleccionats vs projectes presentats • Nombre de showrooms, pop up stores o d'altres manifestacions • Nombre d'activitats de reconeixement i promoció (premis, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Repercussió en premsa i mitjans de comunicació locals i internacionals • Itineràncies d'exposicions • Vendes generades per les propostes comercials
3. Atracció contínua de públic	El Disseny Hub Barcelona forma part de la vida quotidiana de la ciutat. Sempre hi ha un motiu per visitar el Disseny Hub 365 dies l'any. El Disseny Hub atrau ciutadans de forma recurrent i turistes.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'accions realitzades pels diferents públics • % d'ocupació de vestíbul i sala B amb exposicions 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visitants • Repetició dels visitants • Satisfacció dels visitants

Principi	Resum	Input	Output
4. Punt de referència d'empreses i professionals	El Disseny Hub Barcelona és un punt d'inspiració, trobada i acollida dels professionals del disseny locals així com l'espai de referència i landing d'empreses i professionals internacionals	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de trobades de networking • Pressupost del Centre de Documentació, Materfad i serveis de promoció econòmica • % m2 d'espai per a empreses i professionals 	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupació dels espais destinats a empreses • Nombre de professionals i empreses que reben serveis • Increment d'associats a les diferents associacions del FAD • Increment d'inscrits al Club d'Empreses del BCD
5. Suport a la innovació	El Disseny Hub Barcelona, a través dels serveis que hi operen i dels seus espais, ha d'integrar-se i ser reconegut com un suport al procés d'innovació centrat en l'usuari de les empreses	<ul style="list-style-type: none"> • Nous formats creats • Projectes llençats de co-creació, co-participació o innovació • Pressupost en documentació de tendències 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activitats organitzades per empreses i/o entitats • Visitants que han atret les activitats per co-crear, experimentar
6. Impacte mediàtic i transformació	El Disseny Hub Barcelona ha d'acollir activitats amb impacte i actuar com "amplificador" d'impacte de les activitats que s'hi realitzen	<ul style="list-style-type: none"> • Acords internacionals realitzats • Accions coordinades de comunicació 	<ul style="list-style-type: none"> • Repercussió en premsa i mitjans de comunicació locals i internacionals • Itineràncies d'exposicions • Trobades i reunions amb públic internacional • Delegacions internacionals rebudes • Xifres visibilitat comunicació digital: visites web, seguidors i mencions en xarxes socials, etc...
7. Orientació a l'equilibri pressupostari	La seva titularitat pública ha d'impulsar la màxima eficiència i efectivitat en l'assignació de recursos públics. Els particulars, empreses i col·lectius específics que en surten beneficiats han de contribuir al seu finançament.	<ul style="list-style-type: none"> • Esforç comercial en esdeveniments • Implantació de sistemes de gestió 	<ul style="list-style-type: none"> • Xifra d'ingressos privats derivats d'esdeveniments • Xifra d'ingressos derivada d'accions dels operadors • Obtenció de patrocinis dels operadors

Principi	Resum	Input	Output
8. Excel·lència en servei	L'edifici és exemplar en l'execució dels serveis que presta pel que fa a eficiència i nivell de qualitat	<ul style="list-style-type: none"> • Implantació de sistemes de gestió • Millora de la gestió de manteniment, neteja i seguretat 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacció dels operadors interns en el grau de servei de l'edifici • Satisfacció dels operadors externs en el grau de servei de l'edifici • Satisfacció dels visitants
9. Equipament municipal que presta servei al territori	Donar una dimensió municipal, social i territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Realització d'actes i esdeveniments municipals • Realització d'actes d'entitats dels Districtes de Sant Martí i Eixample • Activitats de dinamització de l'entorn de Glòries 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'actes i esdeveniments municipals • Nombre d'activitats territorials • Nombre d'activitats a l'exterior de dinamització de l'entorn de Glòries

IV. GOVERNANÇA I GESTIÓ

Les Bases que regeixen la gestió i governança de l'equipament Disseny Hub Barcelona s'emmarquen en l'Acord Marc signat entre l'Ajuntament de Barcelona, la Fundació BCD-Barcelona Centre de Disseny i el FAD -Foment de les Arts i del Disseny.

El present Pla Director desplega i concreta els aspectes contemplats en aquell Acord Marc, sobretot pel que fa a:

- 1) Model de govern
- 2) Gestió de l'equipament
- 3) Programació i activitats
- 4) Comunicació i públics
- 5) Finançament i gestió pressupostària

1. MODEL DE GOVERN

1.1) El Comitè de Govern.

El model de govern està contemplat en l'apartat 6 de l'Acord esmentat i es basa en l'existència d'un Comitè de Govern.

El Comitè està presidit pel Tinent d'Alcalde de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació i està format per quatre representants de l'Ajuntament de Barcelona (Gerència de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació, Direcció de Patrimoni, Museus i Arxius de l'ICUB, Direcció de Creativitat i Innovació de l'ICUB i Direcció del Museu del Disseny), dos representants del FAD (Presidència i Gerència) i dos del BCD (Presidència i Direcció General)

El Comitè de Govern es reuneix trimestralment i les seves funcions són:

- Fixar les prioritats estratègiques i aprovar el Pla Director de l'equipament.
- Aprovar les línies principals de programació anual.
- Decidir coproduccions.
- Avaluar el funcionament del Pla Director i de l'equipament.
- Aprovar decisions pressupostàries que afectin el conjunt dels operadors (aprovació de patrocinis, distribució del 15 % d'ingressos, etc.).

1.2) El Comitè de Gestió.

El Comitè de Gestió es crea a l'ampara de l'article 6 de l'esmentat Acord quan diu "El comitè de govern podrà reunir-se o delegar en els seus gerents una reunió per a decisions urgents especials". L'experiència del primer any de funcionament mostra que cal un òrgan de coordinació àgil i operatiu on estiguin representats els diferents actors de l'equipament.

Amb aquest motiu es crea el Comitè de Gestió, format per la Direcció del Museu del Disseny, la Gerència del FAD, la Direcció del BCD i la Gerència de l'equipament. A aquestes reunions la gerència de l'equipament podrà convidar, quan els temes així ho aconsellin, la Direcció de la Biblioteca Josep Benet o d'altres departaments.

Les funcions del Comitè de Gestió són les següents:

- Elaborar la proposta de Pla Director
- Elaborar el Manual de Règim Interior
- Decidir i coordinar la programació conjunta
- Proposar millores de funcionament i adequació òptima dels espais
- Organització de grups temàtics i de millora
- Garantir una bona coordinació i generació de sinèrgies
- Supervisió general del funcionament de l'equipament

GESTIÓ DE L'EQUIPAMENT

Tal com contempla l'Acord, actualment l'edifici és administrat per una Gerència creada per l'Ajuntament i depenent de l'ICUB. Aquesta Gerència dirigeix una Oficina de Gestió de l'equipament, que compta amb uns recursos econòmics i humans propis, adscrits igualment a l'ICUB.

La seva missió és garantir una administració eficient i prestar els serveis comuns als operadors de l'edifici.

Entre les seves funcions destaquen:

- La gestió integral dels espais, serveis i instal·lacions
- L'atenció als visitants
- Suport a la producció d'esdeveniments
- Gestió del pressupost de l'equipament
- Coordinació amb les àrees i departaments municipals
- Coordinació de la comunicació
- Altres

La gestió integral dels espais, serveis i instal·lacions ("facility management"), d'acord amb les següents tasques:

- **Manteniment:** preventiu, conductiu i correctiu de les instal·lacions i del propi edifici en els nivells necessaris per al seu correcte funcionament. Electricitat, climatització fred industrial, veu/dades, protecció contra incendis, telecomunicacions, gas i lampisteria.
- **Neteja:** la neteja es refereix a la d'oficines, terres, vidres, espais comuns i serveis. No inclou la neteja d'elements o peces expositives pel seu caràcter especialitzat. Sí que s'hi inclou la neteja d'esdeveniments que es programarà ad-hoc i es facturarà a part.
- **Seguretat:** la protecció de l'edifici, la gestió d'accessos generals i interiors de l'edifici i les persones incloent serveis i sistemes de vigilància, la protecció contra incendis, coordinació d'activitats empresarials (riscos laborals) així com la gestió documental legal (pla d'autoprotecció, la seva inclusió al sistema Hermes, etc.). No inclou la seguretat d'elements o peces expositives que va a càrrec de l'organitzador. Sí que s'hi inclou la seguretat d'esdeveniments que es programarà ad-hoc i es facturarà a part.
- **Comunicacions i senyals febles:** l'edifici s'encarregarà que l'ICUB proveeixi del manteniment i servei de dades general de l'edifici i de telefonia per cada operador.
- **Altres:** dins dels serveis de l'edifici, n'hi ha d'altres com la gestió de moll de càrrega, magatzems i inventaris, gestió energètica, normatives bàsiques d'ús de l'edifici, etc.

Atenció al visitant:

- Informació: bé amb informadors propis, bé en col·laboració amb els informadors del Museu, l'edifici proveeix d'atenció al visitant que vol informació sobre l'edifici o fer una activitat concreta i ajudant-lo a accedir-hi. El punt d'informació d'Àvila ha de poder atendre el públic de forma generalista i dirigir-lo als serveis i activitats dels diferents operadors.
- Acreditacions: de les persones que circulen per la zona d'oficines o espais no oberts al públic. No inclou les acreditacions a treballadors d'esdeveniments que les ha de realitzar el propi organitzador.
- L'usuari ha d'estar orientat i trobar allò que vol o saber què hi pot trobar. Cal complementar la senyalètica estàtica amb altres vies dinàmiques i atenció personal.
- Gestió de pantalles: han d'estar actualitzades en els diferents nivells d'informació requerits.

Suport a la producció d'esdeveniments:

- Calendari i reserves: el calendari de reunions i esdeveniments és gestionat per l'edifici que oferirà els mitjans humans i/o tècnics per visualitzar el calendari i poder fer les reserves de forma automatitzada o prèvia petició.
- L'edifici proporcionarà els mitjans humans, tècnics bàsics i documentals per acollir els esdeveniments que se celebren tant per part dels operadors interns com per part de tercers.

Suport i coordinació de la comunicació i programació

- L'edifici s'encarregarà de donar suport als operadors per poder comunicar, des dels elements del propi edifici o a través de mitjans virtuals. Per altra banda, s'ocuparà de vetllar per complir les normes que s'estableixin al manual de marca i estil. Entre d'altres, els serveis són:
- Elements físics de l'edifici: senyalètica efímera, gestió de les pantalles informatives pròpies de l'edifici, punts d'informació i/o aparadorisme de l'edifici.
- Web: l'edifici comptarà amb elements propis com poden ser una web i un blog per donar a conèixer l'edifici i la seva programació.
- Mitjans de comunicació: es donarà suport a la comunicació dels operadors via mitjans tradicionals i socials.
- Reunions de coordinació de la comunicació: l'edifici gestionarà proactivament reunions amb els operadors per coordinar les accions de comunicació.
- Reunions de coordinació de la programació: per tal de fomentar sinèrgies i coneixement de les diferents activitats dels operadors es realitzaran periòdicament reunions de coordinació de la programació.
- Sistema d'informació i avaluació: la Gerència proposarà al Comitè de Gestió i reportarà al Comitè de Govern un sistema d'informació i avaluació. Els indicadors que el composin han d'abastar la programació i funcionament de l'equipament, recollint tant aspectes quantitius (visitants segons serveis, nombre activitats...), com qualitius i d'impacte (grau de satisfacció, projecció internacional, etc.).

Altres:

- Es gestionaran elements comuns com el vending, equipaments i maquinària, etc., que poden tenir o no cost per a qui els utilitza.
- Es recollirà i repartirà la missatgeria dels operadors.

La Gerència comanda i coordina una estructura de recursos humans que actúa com a Oficina de Gestió de l'Equipament, que depèn de l'ICUB.



PROGRAMACIÓ I ACTIVITATS

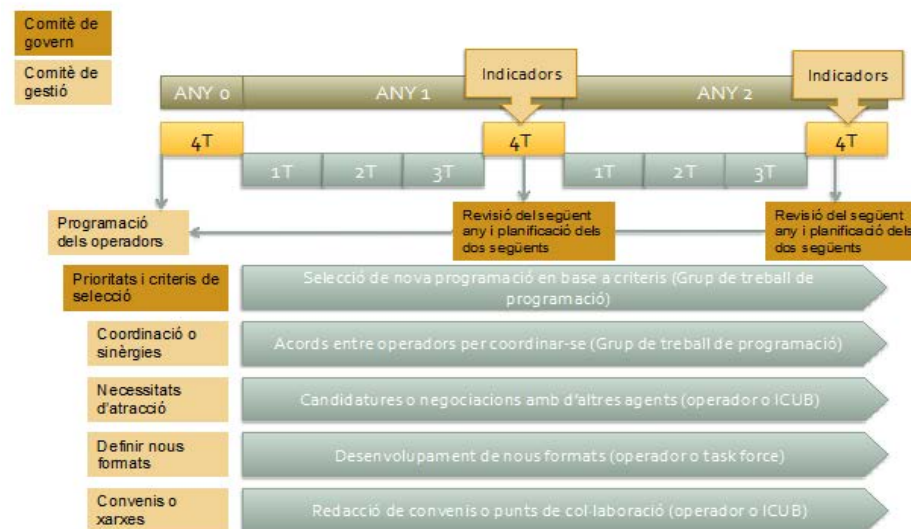
La programació del Disseny Hub Barcelona és una de les tasques principals i per això cal assegurar els processos de decisió que garanteixin:

- L'acompliment de les prioritats del pla director pel que fa a les línies proposades.
- Un calendari prou atractiu per als diferents públics.
- La no repetició d'activitats dels operadors.
- La identificació d'altres activitats prou atractives per afegir-les com a programació addicional.
- Que quedin prou espais disponibles per a obtenir ingressos amb el seu lloguer.
-

El Comitè de Gestió analitzarà la producció prevista pels diferents operadors i elaborarà amb suficient antel·lació la proposta de programació i calendari perquè el Comitè de Govern la pugui validar.

- **Coordinació dels continguts i creació de sinèrgies:** Els operadors del Disseny Hub tenen la voluntat de coordinar la seva programació per tal que tingui un major impacte i s'assoleixin els objectius de cadascú i del projecte global. El Comitè de Gestió, a tal efecte, crearà un **grup de treball** amb reunions mensuals o bimensuals per a la coordinació de continguts.
- **Atracció de programació estratègica:** el Disseny Hub ha de donar cabuda a altres actors, tant d'àmbit local com internacional. El **comitè de gestió** analitzarà i decidirà quines activitats concretes cal atraure, les candidatures a les que calgui presentar-se, així com les línies que cal complementar.
- **Convenis i Xarxes:** el Disseny Hub vol estar amatent per identificar altres agents que treballen en disseny i innovació i, en el seu cas, vincular-s'hi. A tall d'exemple, algunes realitats a tenir presents poden ser:
 - ✓ Ajuntament: ICUB (Barcelona Laboratori i Fàbriques de Creació), Habitat Urbà (Smart City, Ateneus de Fabricació), Promoció Econòmica (Barcelona Growth, Barcelona Activa, Àrea de Turisme).
 - ✓ Generalitat: CCAM (080, Setmana de l'Artesania), ACCIÓ (Innovació, Clústers).
 - ✓ Altres locals: Fira de Barcelona, Mobile World Capital, Turisme de Barcelona, Escoles de Disseny.

Cicle de gestió de la programació



COMUNICACIÓ I PÚBLICS

El Disseny Hub, per la seva polivalència, es dirigeix a un espectre molt ampli de públics:



l'interès de les col·leccions i exposicions del Museu.

Cal dir que aquests diferents públics no són compartiments estancs i que el fet de concentrar un alt nombre d'activitats i entitats permetrà fomentar encara més les interaccions entre ells.

Professionals, acadèmics i estudiants de les disciplines del disseny. Han de sentir l'equipament com a punt de referència i de trobada del Museu del Disseny i del FAD. Alhora, la integració en un mateix espai del Mater, del FAD, i del Centre de Documentació del Museu subratlla el caràcter d'espai de coneixement, de desenvolupament professional, de recerca i d'inspiració, gràcies a les activitats de divulgació i formació que els són pròpies. Per altra banda, les col·leccions del Museu contribuiran a la inspiració dels objectes del present i futur des del coneixement del passat.

Empreses i institucions. Són un públic clau en tant que incorporen el disseny en la seva gestió per millorar la seva competitivitat i els seus productes i serveis. El BCD n'és el referent principal i és qui ha de garantir que el Disseny Hub en sigui el seu punt de referència i trobada, especialment amb el programa d'activitats impulsat en el marc del Barcelona Design Innovation Cluster (BDIC) i amb el servei del *landing* empresarial que s'endegarà properament.

Públic general. Ha de trobar en el Disseny Hub Barcelona un lloc d'aprenentatge i lleure on conèixer el disseny des de una perspectiva històrica, actual i de futur. L'equipament ha de ser un lloc de visita recurrent del públic de proximitat perquè hi passen coses interessants i noves de manera continuada.

Visitants de la ciutat. El Disseny Hub Barcelona ha de ser un lloc de visita obligada formant part dels circuits turístics de Barcelona, tant per la pròpia singularitat de l'edifici com per

COORDINACIÓ DE LA COMUNICACIÓ

L'edifici és nou i ha de comunicar un missatge clar que el posicioni com equipament de ciutat i que es correspongui amb les directrius establertes en aquest pla director.

El Disseny Hub ha de posar en valor les activitats pròpies dels operadors i, aquests, en tant que participants de la gestió de l'equipament, han de contribuir a posar en valor la totalitat del projecte.

- **Què ha de comunicar l'edifici:**
 - Que és l'**espai de referència del disseny a Barcelona**, per a què serveix, el seu posicionament i complementarietat respecte a d'altres.
 - **Les activitats i serveis**, tant dels operadors principals com de tercers.
 - Que forma part dels atributs de la **marca Barcelona**.
 - **Que és un equipament al servei dels ciutadans, les empreses, les entitats i els professionals.**
 - Que amb la seva arquitectura esdevé una **icona en un nou espai urbà (Glòries)** i que és un dels pols dinamitzadors de la seva transformació.
- **Com ho ha de comunicar:**
 - Amb **comunicació pròpia**
 - Des de la **comunicació dels operadors**
 - Promovent la **comunicació de tercers**
- **Com es gestiona:**
 - **Grup de treball de comunicació:** vetlla per incorporar les diferents vessants del Centre en un missatge integrador.
- **Elements a desenvolupar:**
 - **Construir un missatge i manual d'estil.**
 - **Memòria d'activitats** de forma anual.
 - **Seguiment de l'opinió pública i dels públics objectius** a través de les xarxes socials, de la premsa i dels blogs, entorns que permeten veure quins són els missatges que s'estan transmetent.
 - Elements gràfics de presentació del Centre per a la seva comercialització com a seu d'esdeveniments.
 - Posar en marxa una Intranet eficient que permeti als operadors compartir informació bàsica de l'edifici i de la seva gestió.

FINANÇAMENT I GESTIÓ PRESSUPOSTÀRIA

PRESSUPOST DE L'EQUIPAMENT

El Disseny Hub Barcelona és un equipament municipal i, per tant, l'Ajuntament de Barcelona és qui decideix en darrera instància les inversions que s'hi realitzen i els pressupostos de funcionament.

A tal efecte, l'ICUB cobreix les despeses del personal de l'equip de gerència (uns 158.000 € /any) i dota anualment el Centre d'un pressupost que garanteix el seu funcionament. L'any 2014 aquest pressupost és aproximadament d'uns 2.000.000 €.

El gràfic adjunt representa el desglossament de la despesa corrent. La part principal es destina a serveis de funcionament (seguretat, neteja, informadors, etc.), seguida dels consums (electricitat, climatització, comunicacions, transports...), despeses de reparació i millora i serveis de manteniment de l'edifici.

Cal comptar que aquesta dimensió anual (2.158.000 €) es mantindrà pels propers anys (2015-16). Tot allò que superi aquest finançament públic anual ha de provenir del que ingressi de més l'edifici per altres vies (lloguer d'espais, patrocinis, etc.).

Aquest pressupost anual ja incorpora una previsió d'ingressos, provinents de taxes per cessió d'espais i prestació de serveis, de 182.500 €.

Tal com assenyala l'Acord-Marc, si els ingressos per aquests conceptes superen aquesta quantia es distribuiran de la següent forma: un 85% se sumarà a l'aportació anual de l'Ajuntament de Barcelona i el 15% restant es distribuirà d'acord amb el que determini el Comitè de Govern.

Despesa funcionament operatiu de l'edifici

- SERVEIS DE FUNCIONAMENT
- SERVEIS I PROVEÏMENTS DE MANTENIMENT
- CONSUMS
- REPARACIÓ, MILLORA I AMPLIACIÓ DEL FUNCIONAMENT EDIFICI

