

- Per treballar en el pla d'extensió de models de qualitat aplicables a l'administració de la Generalitat.
- Per tal de dissenyar el model d'acreditació del sector sanitari.
- Per desenvolupar l'observatori de qualitat, el pla d'innovació i els premis a la innovació de les fires de Catalunya.
- Per promocionar la qualitat al sector turístic.
- Per realitzar conjuntament millores en la qualitat de la gestió dels instituts de secundària i dels centres superiors d'ensenyament professional.

2.3 El disseny

En les tres últimes dècades el disseny ha adquirit a Catalunya un molt bon nivell i un reconegut prestigi internacional; per tant, s'adoptaren —i és precís seguir fent-ho— polítiques orientades a la difusió d'aquest prestigi en tot el teixit industrial amb un resultat que es podria situar en el clarobscur dels èxits i dels fracassos.

No hi ha dubte de què l'impuls donat, amb la col·laboració inestimable d'entitats com el BCD o l'ADI-FAD, redundà en una millor difusió del nostre disseny i que més empreses s'incorporaran al grup de les que des d'anys endarrere basaven en un excel·lent disseny una bona part de la seva estratègia de producte. Durant molts anys els viatges oficials, amb objectiu econòmic, organitzats pel govern de la Generalitat foren acompanyats per una extraordinàriament bona mostra itinerant de productes catalans amb un alt contingut de disseny.

Però per obtenir una major penetració del concepte en el sistema productiu s'empegueren accions per fomentar la contractació de dissenyadors a tots els nivells; tant consagrats, com els joves graduats de les molt bones escoles de disseny de què disposem. El resultat d'aquests esforços no fou molt positiu degut, en part i com a mínim, a la dificultat de comprensió mútua entre alguns exponents del món del disseny i el món empresarial. Malgrat això, la realitat és que a Catalunya existeix un magnífic conjunt de professionals del disseny extremament compe-

tents i perfectament conscients de què la seva activitat només pot ser eficaç, i influir decisivament sobre el seu entorn, si acaba convertint-se en realitat a través de les empreses que incorporen les seves concepcions als productes i serveis que col·loquen al mercat. No s'entendria si no fos així el prestigi guanyat pel disseny català i la notorietat i l'alt nivell de les seves institucions associatives, com per exemple el FAD i el BCD. De fet, moltes empreses catalanes han recorregut molt eficaçment el camí que porta a la introducció del disseny en les seves estratègies de producte, i per altra part el bon nom del disseny català i una certa percepció d'una actitud cultural propícia han facilitat l'atracció d'inversions exteriors importants en aquest terreny. Així podem mencionar per la seva importància les inversions en centres de disseny d'Audi a Sitges i les de Volvo i Renault, ambdues a Barcelona. En cadascun d'aquests casos la intervenció facilitadora del Departament d'Indústria fou decisiva perquè s'entengué que aquestes inversions reforçaven clarament la posició i el prestigi internacional de Catalunya en aquest camp.

2.4 La moda

Aquest ha estat sempre un sector complex i molt variat amb especialitats molt diversificades i empreses de mida i projeccions molt distintes. A Catalunya aparegueren molt aviat promotors de manifestacions firals i passarel·les, ja a la dècada dels anys 70. A finals dels anys vuitanta, després de travessar una greu crisi, el sector començà de nou a consolidar-se i expandir-se sobre la base de l'obertura de mercats exteriors i l'aprofitament d'aquesta oportunitat per part dels excel·lents empresaris que el país té, també, en aquest sector.

La imatge de Barcelona com a ciutat de bon disseny fou utilitzada a fons, així ho demostren noms com Passarel·la Gaudí o Moda Barcelona. Aquest tipus d'activitat promotora, en el món de la moda, va normalment lligada al nom d'una ciutat: París, Milà, Londres, Nova York...

A Catalunya ja s'havia decidit apostar per utilitzar el més eficientment possible els escassos recursos pressupostaris que es poguessin