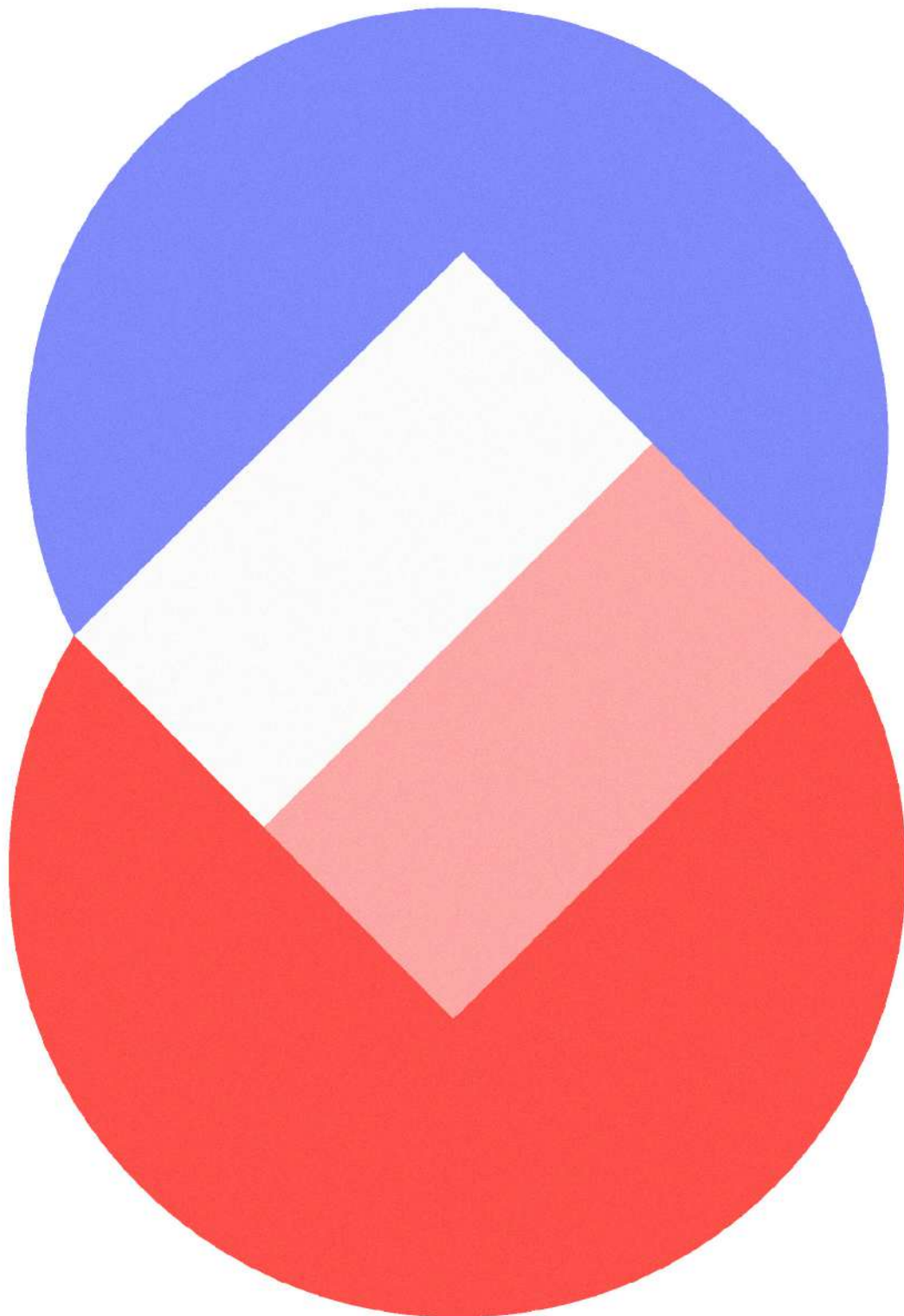


Mapa de les indústries creatives



Barcelona
Gener 2022

Ajuntament de
Barcelona



Impulsat per:



Mapa de les indústries creatives

Jaume Collboni

Primer Tinent d'Alcaldia. Àrea d'Economia, Treball, Competitivitat i Hisenda.

Barcelona està absolutament compromesa amb el sector del disseny i les indústries creatives. La nostra marca de ciutat, vinculada a la creativitat, ens permet captar, atraure i retenir talent, a la vegada que enfortim el nostre posicionament internacional.

Des del Govern Municipal tenim la clara determinació d'impulsar fortament aquestes indústries a la ciutat, perquè són sinònim de creació de llocs de treball de qualitat i, al mateix temps, són capaces de generar valor afegit i potenciar altres sectors del nostre teixit social i econòmic.

Amb aquesta finalitat estem impulsant projectes estratègics com el nou centre de creació i l'experimentació audiovisual a Palo Alto, que des del cor del Poblenou, al districte de Sant Martí, contribuirà a situar Barcelona com a líder del sector. També estem fent del Disseny Hub Barcelona l'epicentre i eix dinamitzador de les indústries creatives a la ciutat, un espai vinculat a la Plaça de les Glòries i a l'àmbit del 22@, connectat a la tecnologia, la innovació i l'emprenedoria.

Ara, per primera vegada, la ciutat edita un mapa de les indústries creatives. Aquesta eina ens ajudarà a analitzar millor i també a donar a conèixer la realitat d'uns sectors que seguirem potenciant pel seu paper rellevant tant en donar forma a una ciutat més creativa com, sobretot, en dibuixar una Barcelona més competitiva, més sostenible i més equitativa.



Xavier Marcé

Regidor de Turisme i Indústries Creatives.

Un dels problemes principals que històricament hem tingut a l'hora de definir els programes públics de suport a les indústries creatives ha estat la definició del seu perímetre sectorial. D'això n'han sorgit opinions diverses sobre el seu impacte en el PIB de la ciutat, la seva dimensió laboral i, en no menor mesura, la seva ubicació competencial. Dur a terme un mapeig que ens permeti conèixer amb la màxima precisió quina és la seva realitat, quina és la seva dimensió econòmica i laboral i sobre tot quina és la seva relació amb els entorns empresarials i culturals que l'acoten ha esdevingut una necessitat urgent.

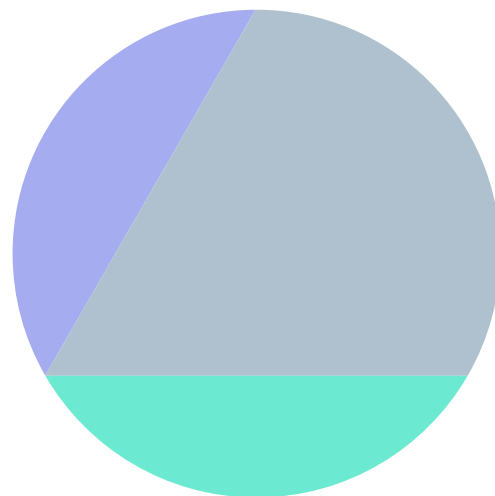
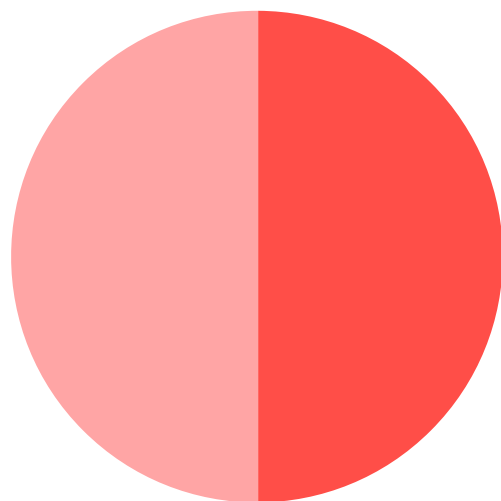
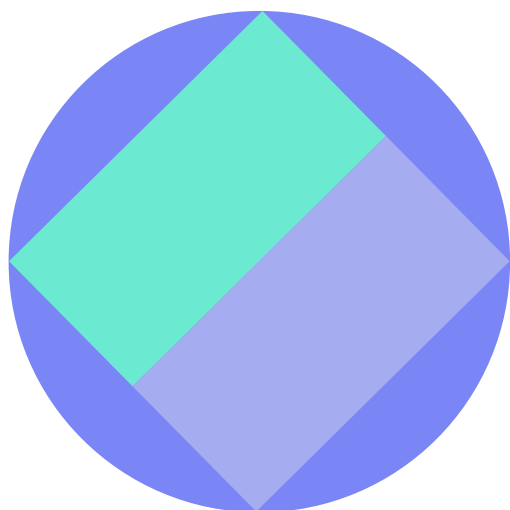
El mapa de les indústries creatives de Barcelona que ara presentem resol alguna d'aquestes limitacions. En primer lloc, defineix amb exactitud el seu perímetre sectorial i, en conseqüència, ens aproxima a una quantificació més acurada en termes econòmics i sociolaborals i, en segon lloc, ens permet conèixer la seva distribució territorial a la ciutat.

El mapa de les indústries creatives de Barcelona esdevindrà un instrument intrínsecament dinàmic, atesa la constant evolució dels seus àmbits d'activitat i, alhora, que una eina imprescindible per elaborar les polítiques públiques d'acompanyament que cal fer en un entorn que, a la seva enorme capacitat de desenvolupar continguts singulars hi afegeixi una gran influència en el conjunt de l'economia de la ciutat.

Aquest mapa s'ha d'entendre, doncs, com el punt de sortida per analitzar una realitat que creix de manera exponencial i que els propers anys serà determinant per definir el paper que Barcelona tindrà a escala nacional i internacional.



Índex



Presentació	10
1. Definició de les indústries culturals i creatives (ICC) a Barcelona	11
1.1. Models de classificació de les ICC	12
1.2. Selecció del model de classificació per a la ciutat de Barcelona	14
1.3. Caracterització del sector	16
1.4. Cadena de valor de les ICC	17
2. Mapeig i quantificació de les ICC a Barcelona	28
2.1. Dades principals del sector	29
2.2. Quantificació del sector	30
2.3. Altres agents i iniciatives vinculats a les ICC	42
2.4. Anàlisi de patrons de localització al territori	49
2.5. Oferta formativa relacionada amb les ICC	52
2.6. Demanda de perfils professionals per a les ICC	54
3. Regions de referència	55
3.1. Benchmarking a nivell global i europeu	56
3.2. Benchmarking d'iniciatives de política pública	62
4. Anàlisi estratègica	63
4.1. Tendències relacionades amb les indústries culturals i creatives	64
4.2. Possibilitats d'interacció del sector creatiu amb altres sectors estratègics	66
4.3. Anàlisi DAFO	67
4.4. Anàlisi del Diamant de Porter	72
4.5. Particularitats dels principals segments	73
4.5. Principals reptes estratègics transversals	77
4.6. Principals reptes estratègics específics per segments	78
5. Conclusions	79
5.1. Propostes d'actuació de política pública	80

Presentació

Aquest informe presenta l'ecosistema econòmic i empresarial de les indústries creatives a Barcelona el 2021. Ofereix una definició i caracterització de les indústries culturals i creatives (endavant ICC) a la ciutat, proposa una base de dades geolocalitzada i recull referents internacionals d'experiències d'èxit en aquest camp.

Sabent que es tracta d'un sector dinàmic, l'objectiu és determinar l'abast i la fisonomia actual de les indústries creatives, per generar propostes que n'afavoreixin el desenvolupament i que ajudin a convertir-lo en vertebrador de polítiques de creació de talent, riquesa i ocupació.

El procés d'elaboració ha inclòs la definició i caracterització del sector, a partir de fonts estadístiques i documentals, així com entrevistes a agents rellevants; i la realització d'un benchmarking de regions de referència i una segmentació i anàlisi estratègica, identificant els reptes estratègics principals dels diferents sectors. Finalment, s'han inclòs propostes d'actuació de política pública. Aquest informe és una de les eines previstes a la Mesura de govern de les indústries creatives del 2019.

Definició de les indústries culturals i creatives (ICC) a Barcelona



“El sector cultural i creatiu està format per tots els sectors les activitats dels quals es basen en valors culturals o en altres expressions creatives artístiques, individuals o col·lectives”

Comissió Europea (2013): “Regulation establishing the Creative Europe Programme N° 1295/2013”

1 Model de cercles concèntrics

Divideix les ICC en **indústries de core** (cultura, art, patrimoni), **indústries creatives**, **indústries culturals**, i **altres sectors**. Ha estat utilitzat àmpliament a la Unió Europea (Comissió Europea, *Work Foundation*, *Model Kultursistema* al País Basc, etc.), així com en altres països (Xile, etc.).

2 Model Unió Europea

Les indústries culturals i les indústries creatives queden definides en el *Llibre verd per alliberar el potencial de les ICC*. Es creen deu subcategories. La Comissió Europea, a través del projecte ESSnet-CULTURE, afegeix, a més, **sis funcions culturals** (creació, producció i edició, preservació, educació, i gestió), i **cinc dimensions culturals** (economia, ocupació, consum, finançament i participació social).

3 Model anglosaxó – DCMS/NESTA

NESTA divideix les activitats creatives en quatre grans blocs: **productors originals**, **productors de contingut**, **proveïdors d'experiències** i **proveïdors de serveis**. DCMS inclou els **processos de creació**, **producció**, **distribució**, **disseminació**, **promoció** i **activitats relacionades amb l'educació** i la **premsa** com a processos dins les ICC (cadena de valor).

4 Model UNCTAD

Model estadístic. Divideix les ICC en quatre blocs: **patrimoni cultural**, **arts** (visuals i escèniques), **mitjans de comunicació** (editorials i mitjans impresos, mitjans audiovisuals) i **creacions funcionals** (disseny, nous mitjans, serveis creatius).

5 Model Unesco

Divideix les àrees d'actuació en **herència cultural** (patrimoni), **creativitat i mitjans** (arts visuals i artesanía, llibres i premsa, etc.), i **creacions funcionals** (dissenys i serveis creatius). Considera dominis transversals l'educació i la capacitat, i l'arxivística i la preservació. Considera dominis relacionats el turisme i l'esport. Les etapes del cicle cultural són: **creació**, **producció**, **difusió**, **exhibició** i **consum**.

“La indústria creativa i cultural inclou tota activitat organitzada que té com a objecte principal la producció o la reproducció, la promoció, la difusió o la comercialització de béns, serveis i activitats de contingut cultural, artístic o patrimonial”

Unesco (2009):
“Unesco Framework for Cultural Statistic”

6 Model OMPI (WIPO)

Model en què cobra especial importància l'impacte de les ICC pel que fa a la generació de propietat intel·lectual. Distingeix entre les **indústries de drets d'autor o *copyright*** (premsa i literatura, música, teatre, òperes i disseny), **indústries creatives o interdependents** (programari, bases de dades, videojocs) i **indústries culturals o parcials** (patrimoni).

7 Model alemany

Model del Ministeri d'Afers Econòmics i Energia, en el qual les indústries culturals es consideren el **core** de les ICC, amb **dotze categories diferents de classificació**: música, editorial, art, cinema, televisió, arts escèniques, arquitectura, disseny, premsa, publicitat, programari i jocs, entre altres.

8 Model CEPAL

Se centra en la **indústria de continguts**, que abraça **tota la producció digital pensada per a les noves tecnologies de la informació i la comunicació i per a la convergència digital** (*cross media*).

9 Model d'economia taronja - BID

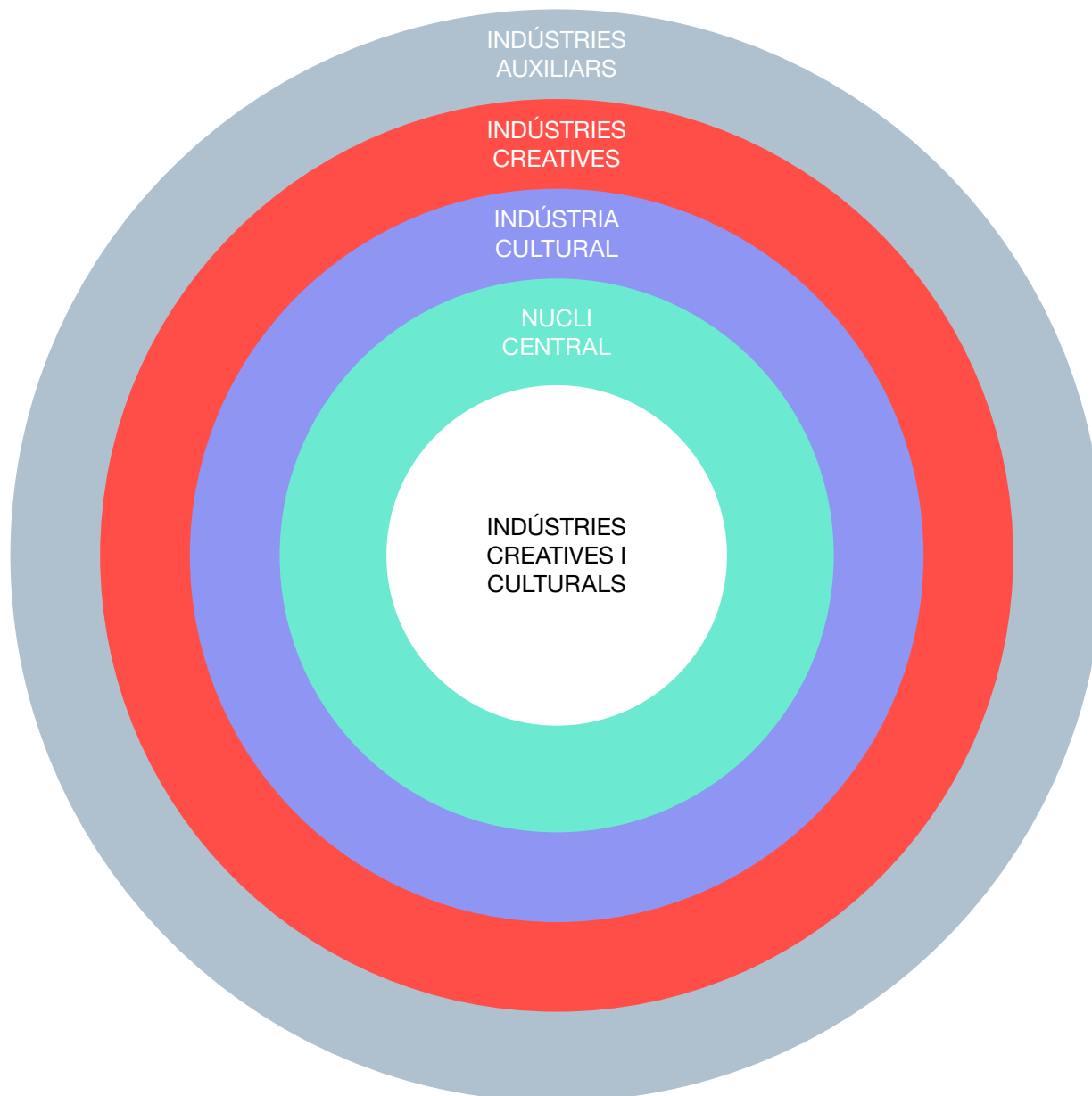
Es basa en la classificació del model de cercles concèntrics, però posant **l'èmfasi en la cadena de valor dels serveis creatius**, per tal de convertir les ICC en eix de desenvolupament econòmic i generador d'ocupació.

10 Model KSI País Basc

Part de l'**Estratègia d'especialització intel·ligent d'Euskadi (RIS3)** inclou tots els àmbits i sectors que tradicionalment formen part de la cultura, a més de l'**adaptació a la realitat basca mitjançant el concepte d'arxipèlag d'empresa cultural i creativa**.

Model de cercles concèntrics

El model de cercles concèntrics creat per David Throsby el 2001 ha estat àmpliament utilitzat a la Unió Europea. Sobre la base d'aquest esquema, la consultora KEA European Affairs va desenvolupar i conceptualitzar el 2006 aquest mateix model, i el va denominar *radiation process* (procés de radiació de les ICC).






Segons el model de cercles concèntrics la delimitació dels sectors es divideix de la manera següent:






- **Al cercle central: cultura, art i patrimoni**
Arts visuals, arts escèniques i patrimoni
- **Al segon cercle: indústries culturals**
Cinema, vídeo, TV i ràdio, videojocs, música i llibres i premsa
- **Al tercer cercle: indústries creatives**
Disseny, arquitectura i publicitat
- **Al quart cercle: altres sectors**
Fabricants de PC, serveis per al cinema, indústria mòbil, etc.

Es proposa utilitzar el model de cercles concèntrics com a base del model de les ICC a Barcelona, principalment per la simplicitat del model i l'ampli ús en el context europeu. Es fa, però, alguna adaptació per donar resposta a la realitat cultural i creativa de la ciutat.

Nucli central

-  ARTS VISUALS
-  ARTS ESCÈNIQUES
-  PATRIMONI

Indústria cultural





-  CINEMA I VÍDEO
-  TV I RÀDIO
-  EDICIÓ DE MÚSICA
-  VIDEOJOCs
-  LLIBRES I PREMSA

Indústries i activitats creatives

-  DISSENY
-  ARQUITECTURA
-  PUBLICITAT I COMUNICACIÓ
-  FOOD DESIGN

Incorporació del Food Design¹

Serveis d'articulació i indústries auxiliars

-  PROGRAMARI
-  TELEFONIA MÒBIL
-  EDUCACIÓ ARTÍSTICA I CULTURAL
-  SERVEIS DE MEDIACIÓ, INTERMEDIACIÓ I ALTRES

No incorporació de dos segments de negoci que estan considerats dins d'altres sectors estratègics de la ciutat.

¹ Sistemes d'innovació de productes com a serveis o experiències relacionades amb el aliments, dotant-los de nous significats cognitius, emocionals i sensorials que repton els actuals patrons alimentaris actuals sense perdre de vista els beneficis nutritius, socials i/o culturals ("Food Design community per a ADI Italia Food Design Manifesto", 2002)

Com a punt de partida per al mapeig, s'utilitza la classificació CCAE. Concretament, per a cadascun dels subsegments, els codis CCAE utilitzats són els següents:

Nucli central

ARTS VISUALS	7420.
ARTS ESCÈNIQUES	6920, 8559, 9001, 9002, 9004, 9321, 9329.
PATRIMONI	9102, 9103, 9104, 9105, 9106.

Indústria cultural

CINEMA I VÍDEO	5912, 5914, 5915, 5917, 1820.
TV I RÀDIO	5916, 5918, 6010, 6020.
EDICIÓ DE MÚSICA	5920, 1820.
VIDEOJOCS	9499, 5821.
LLIBRES I PREMSA	5811, 5812, 5813, 5814, 5819, 7420, 9003.

Indústries i activitats creatives

DISSENY	1811, 7490, 1411, 1413, 1414, 1419, 1420, 1439, 1511, 1512, 1520, 1812, 1813, 1814, 2790, 3101, 3102, 3109, 3212, 3213, 3240, 4771, 7410.
ARQUITECTURA	7111, 8299.
FOOD DESIGN ¹	—
PUBLICITAT	7311.

Serveis d'articulació i indústries auxiliars

SERVEIS DE MEDIACIÓ, INTERMEDIACIÓ I ALTRES	6391, 6399, 7312.
EDUCACIÓ ARTÍSTICA I CULTURAL ¹	—

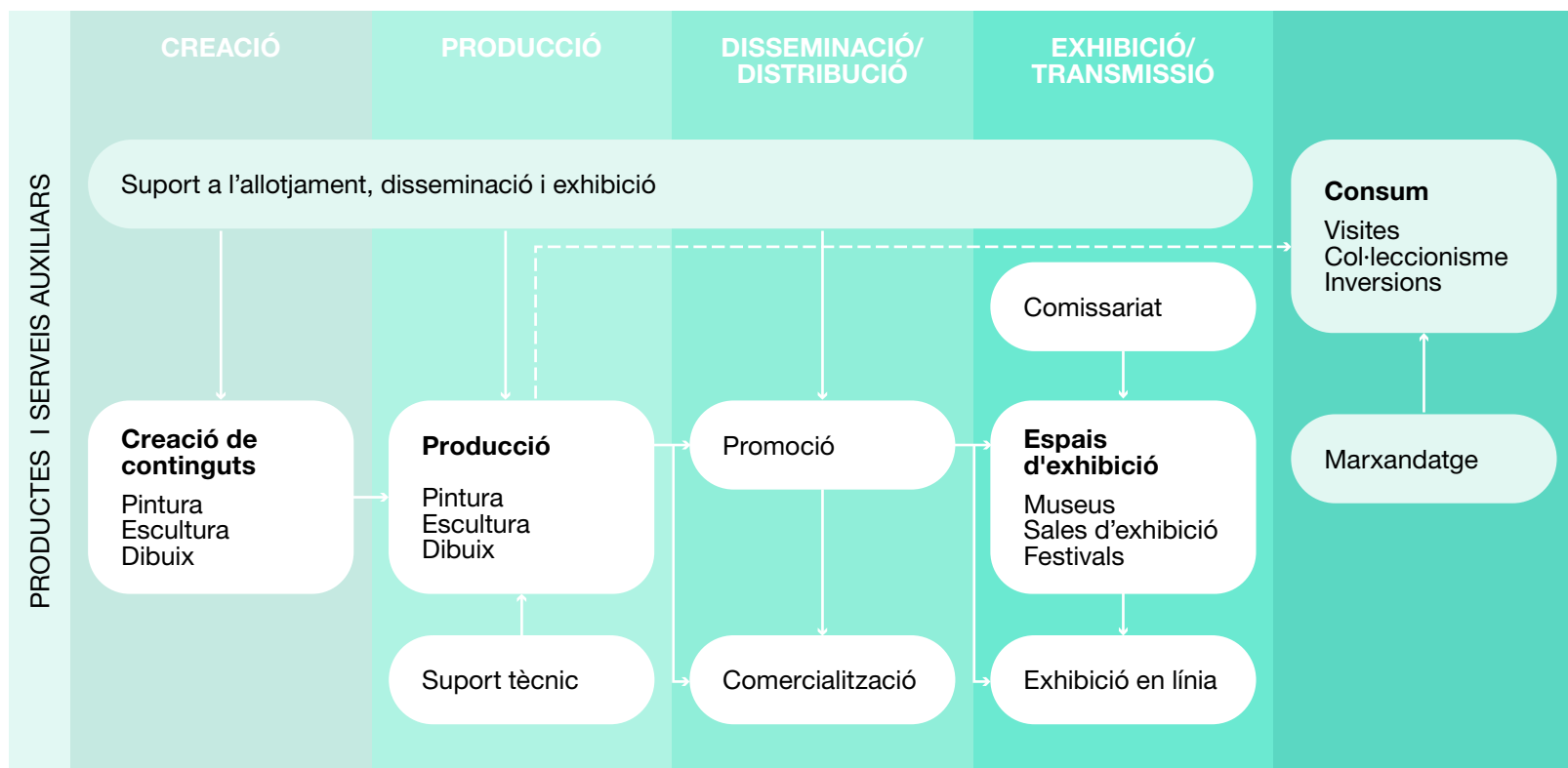
En les següents pàgines, s'adapta la cadena de valor de les indústries culturals definida a "Mapping the Creative Value Chains" (2017), de la Unió Europea, per a cada subsector de Barcelona.

¹ Donada la transversalitat dels sectors de l'educació i el food design es fa difícil identificar, a partir de dades del registre mercantil, les diferents empreses i entitats incloses en les ICC. Per aquest motiu, per a aquests subsegments s'ha utilitzat una altra metodologia de cerca.

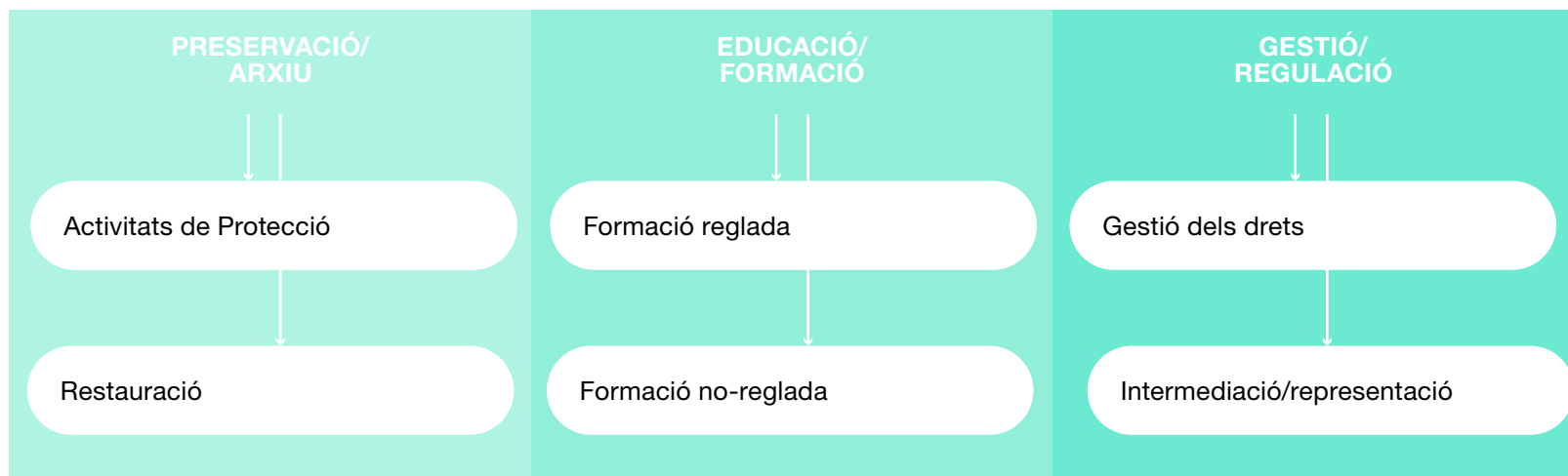
Arts visuals



Funcions principals



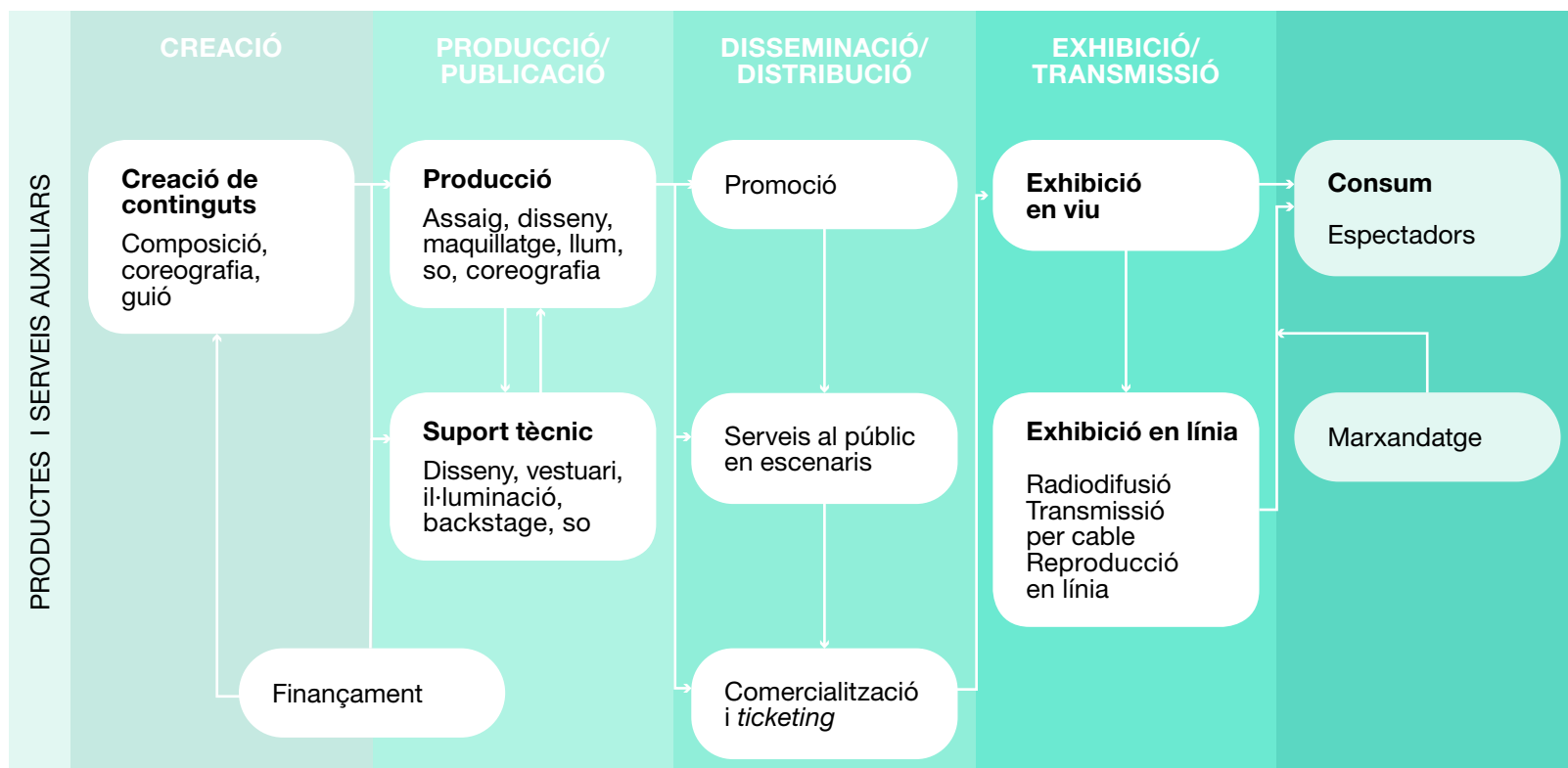
Funcions de suport



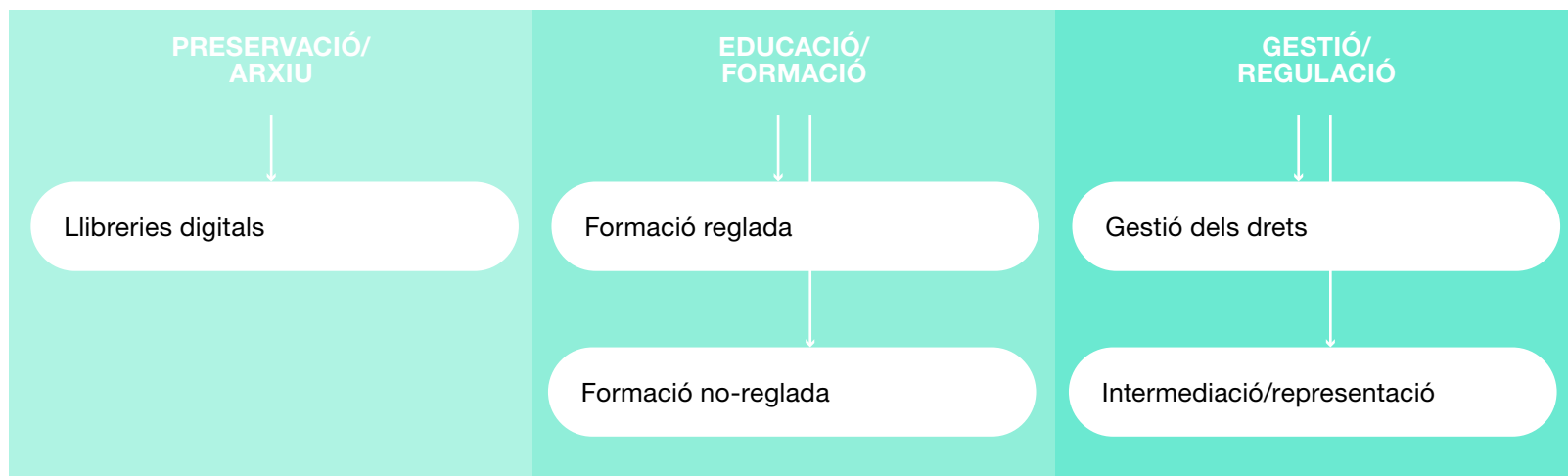
Arts escèniques



Funcions principals



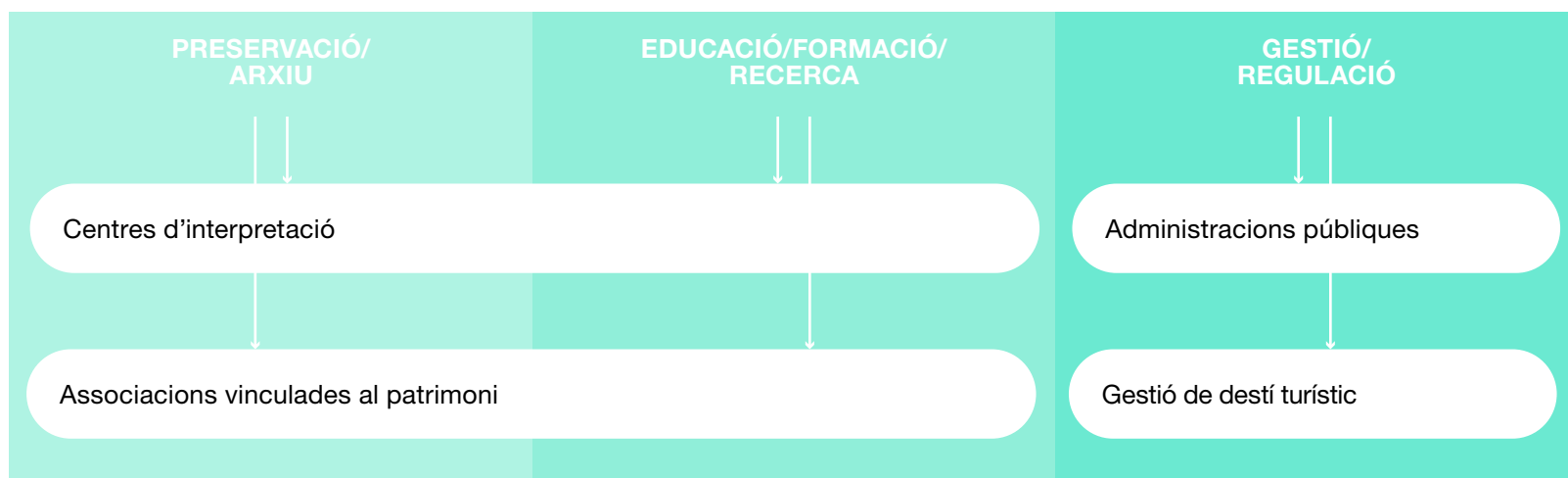
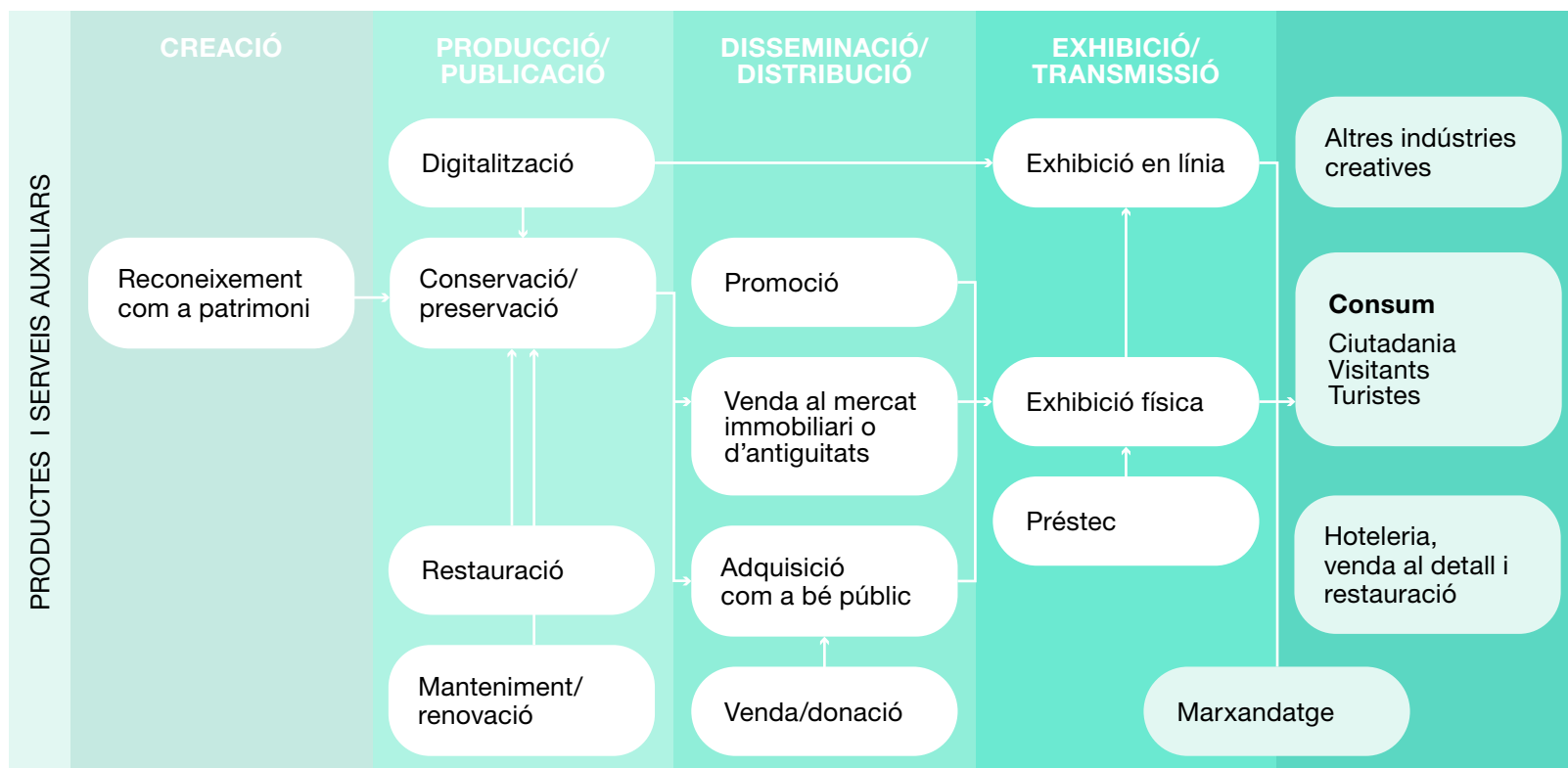
Funcions de suport



Patrimoni



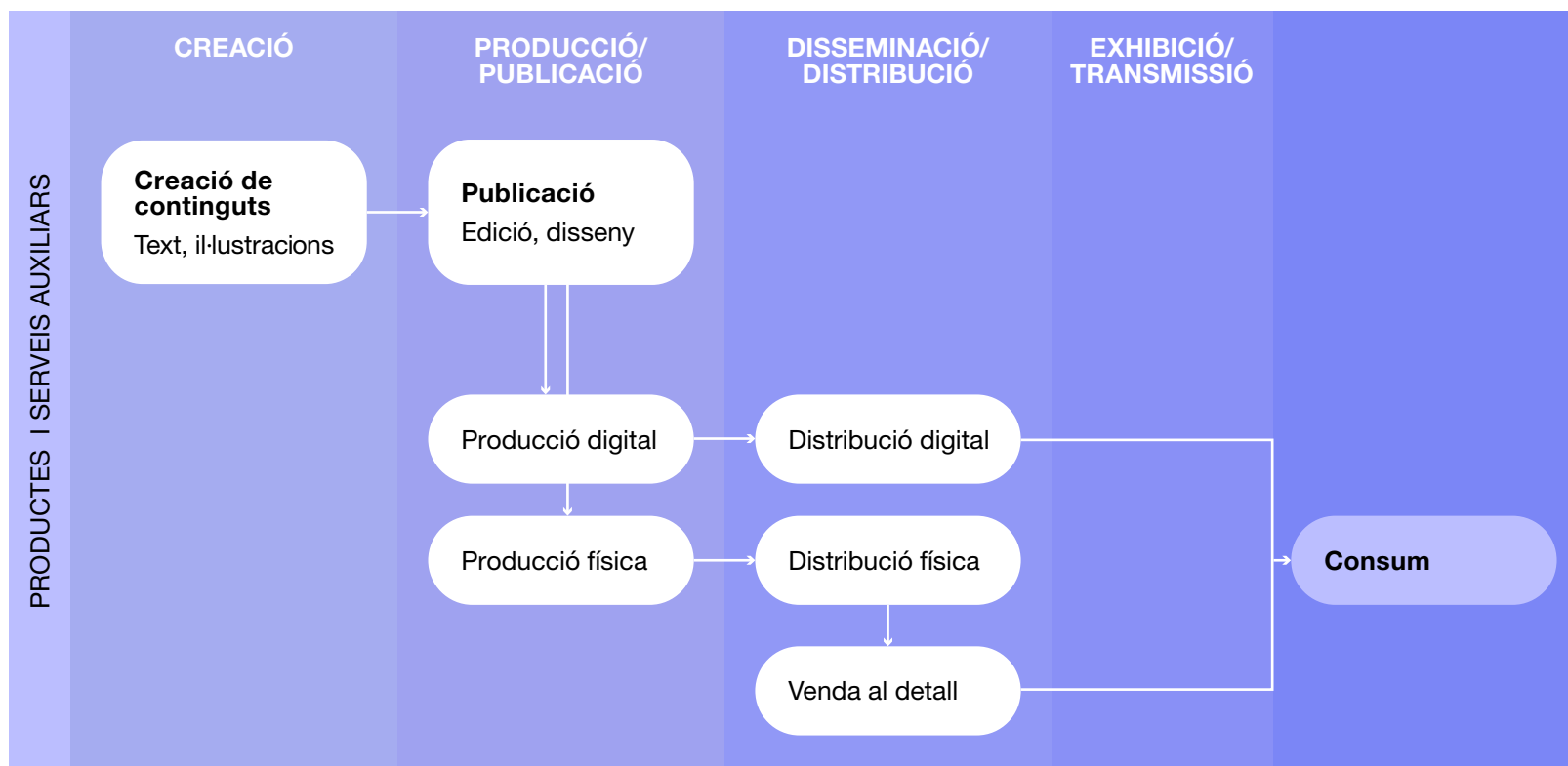
Funcions principals



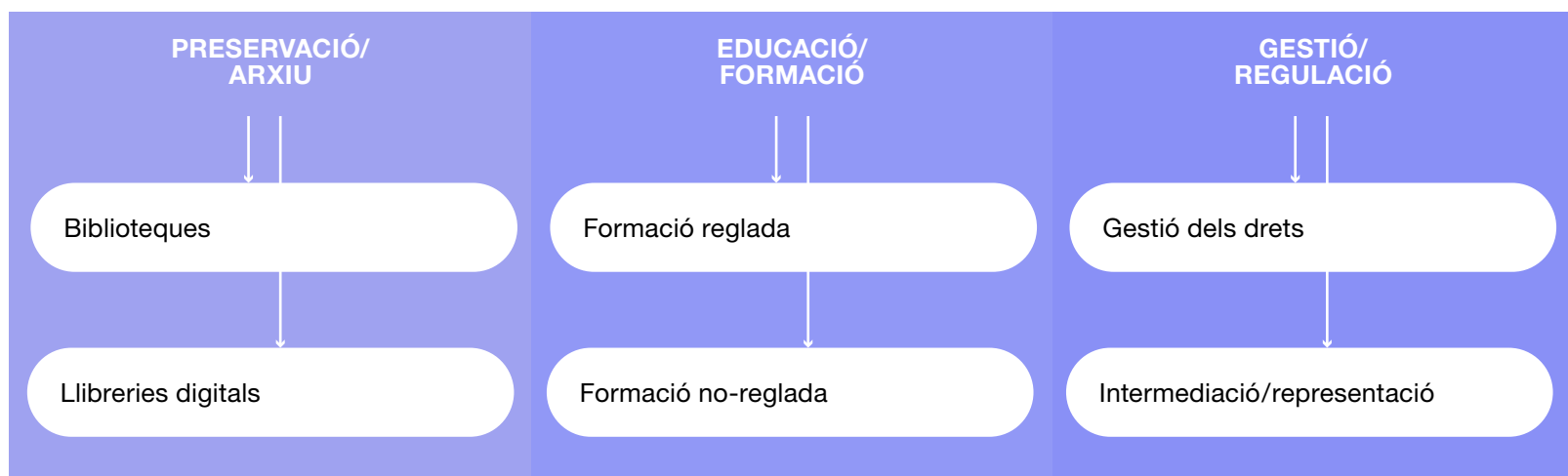
Llibres i premsa



Funcions principals



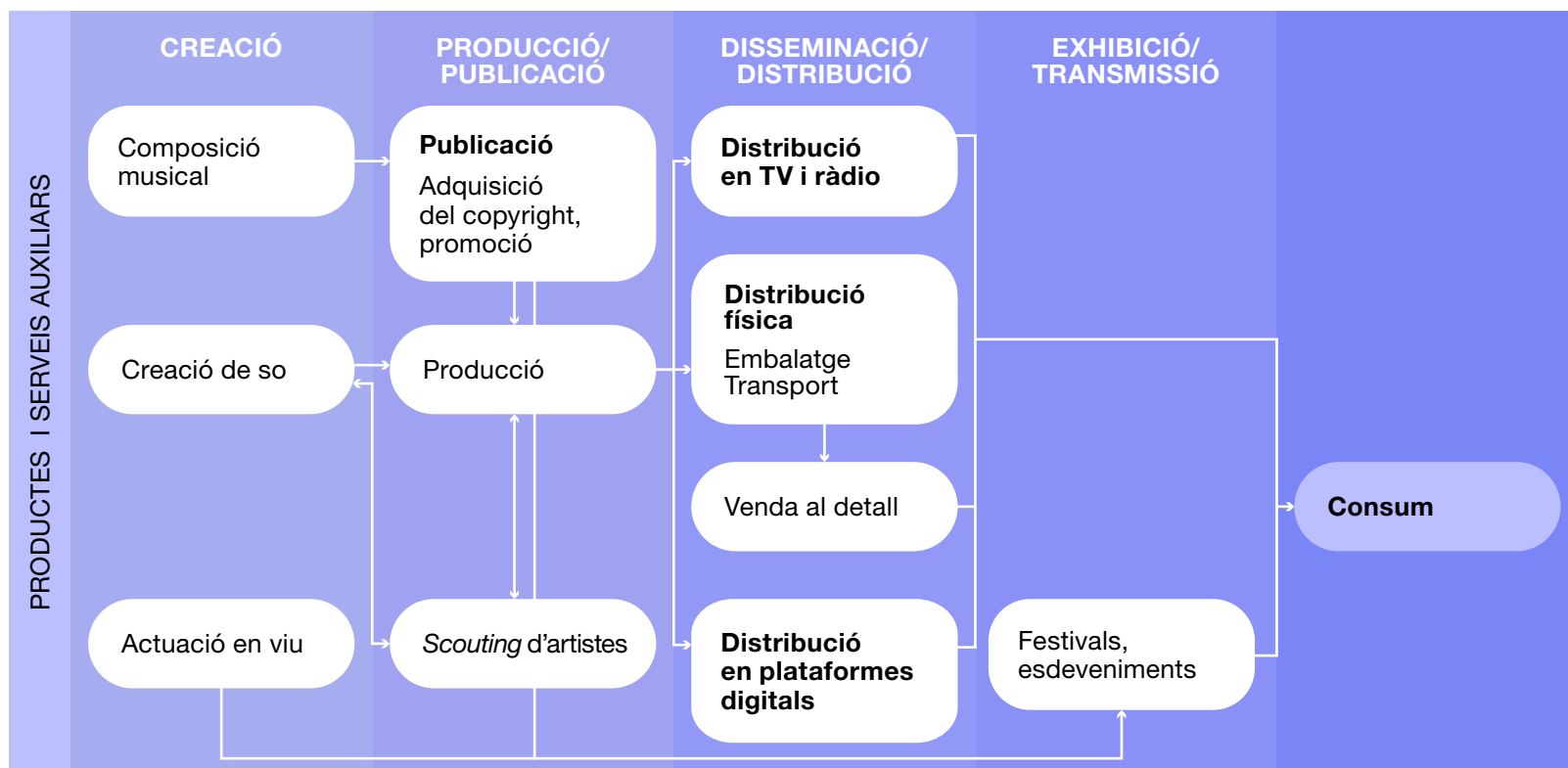
Funcions de suport



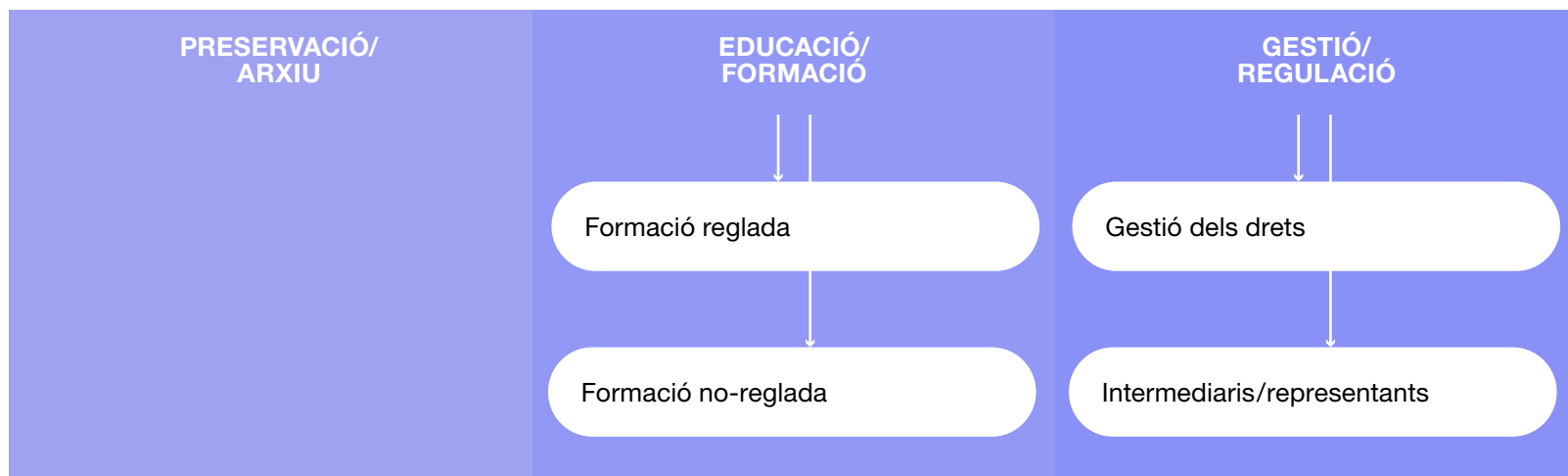
Edició de música



Funcions principals



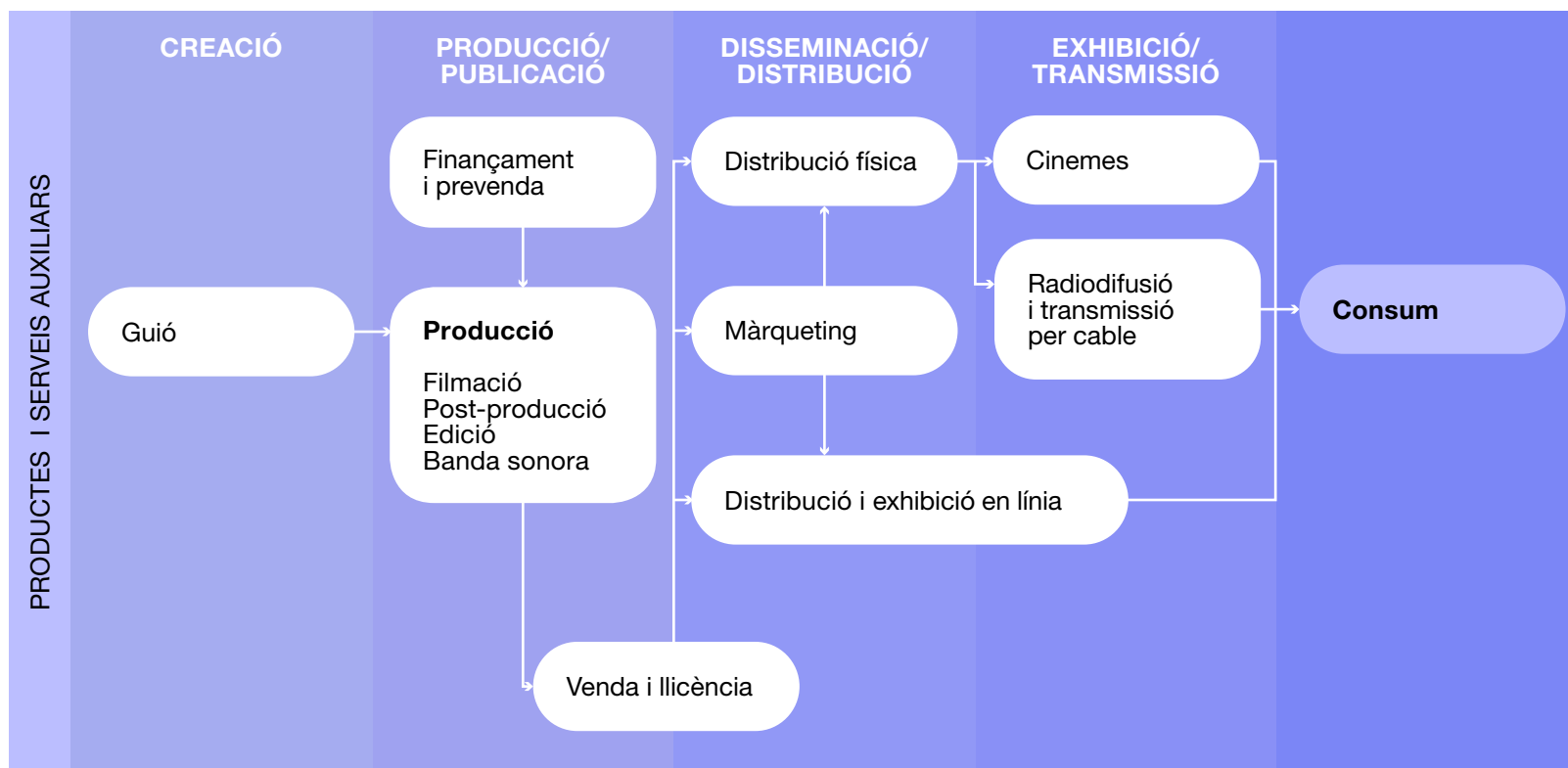
Funcions de suport



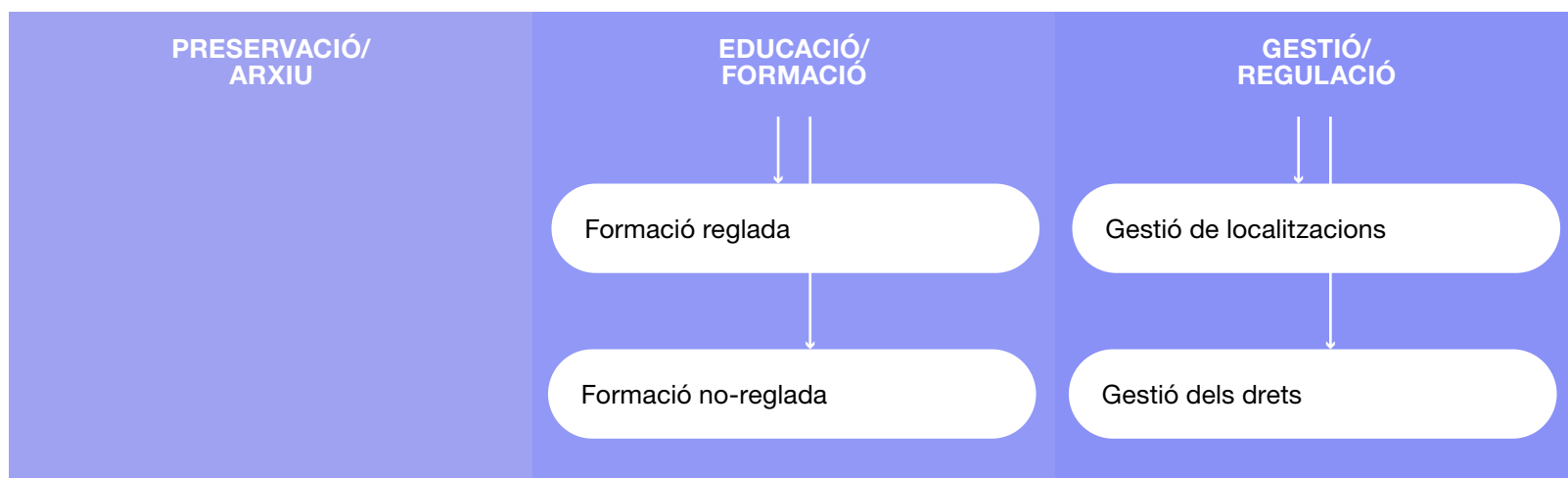
Cinema i vídeo



Funcions principals



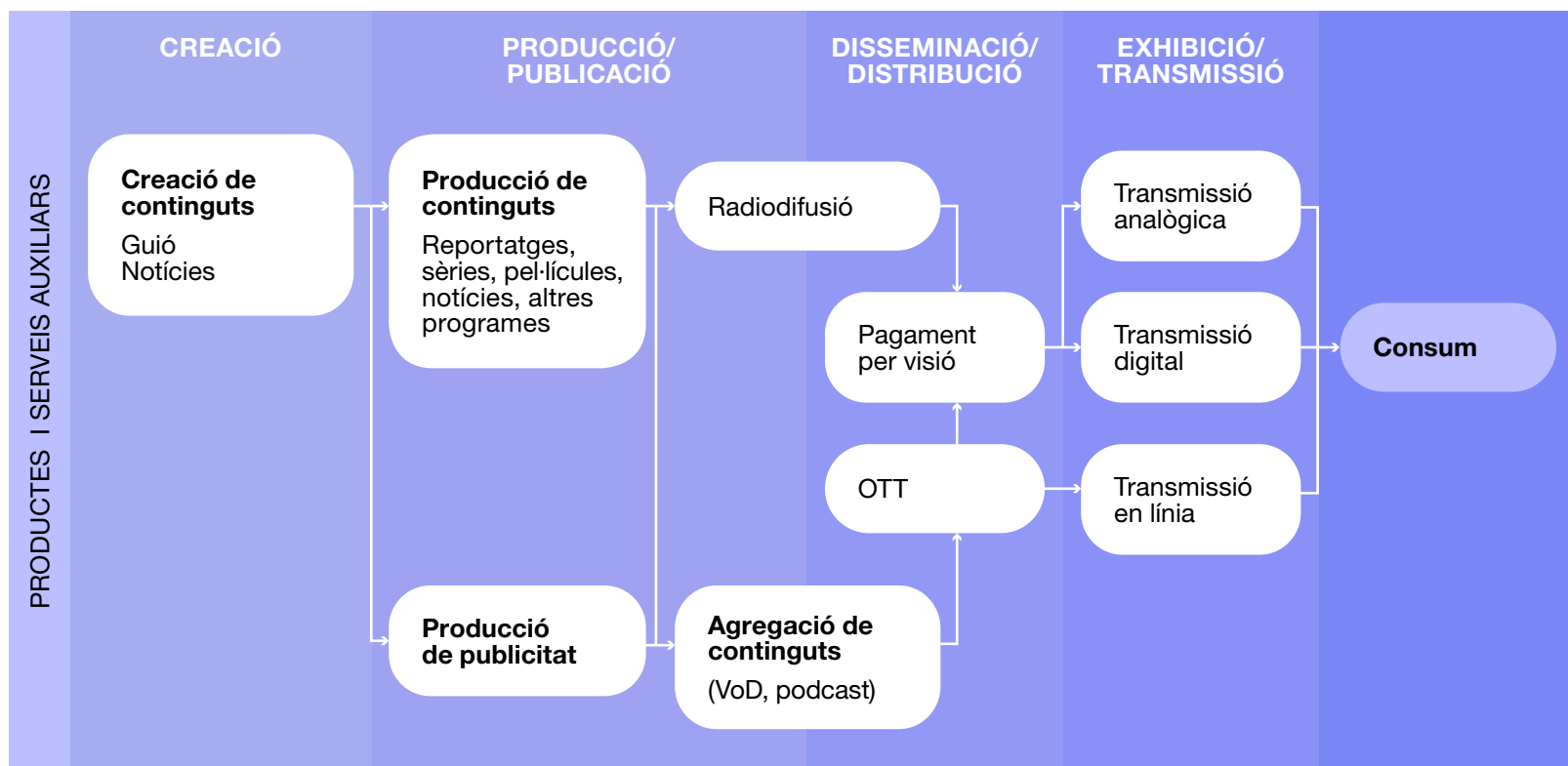
Funcions de suport



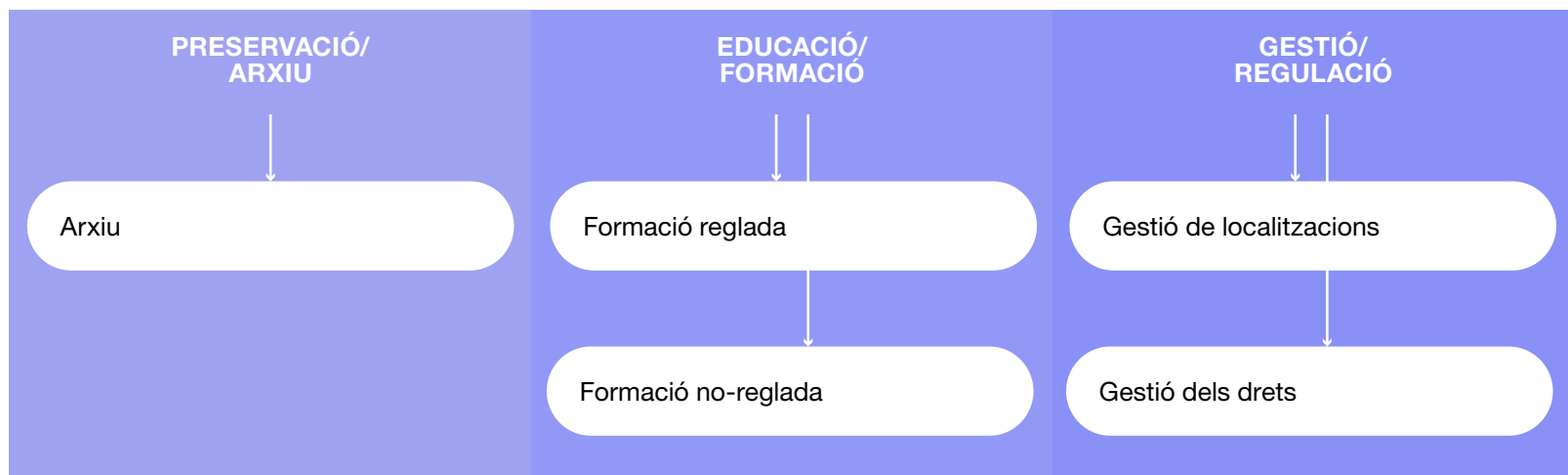
TV i ràdio



Funcions principals



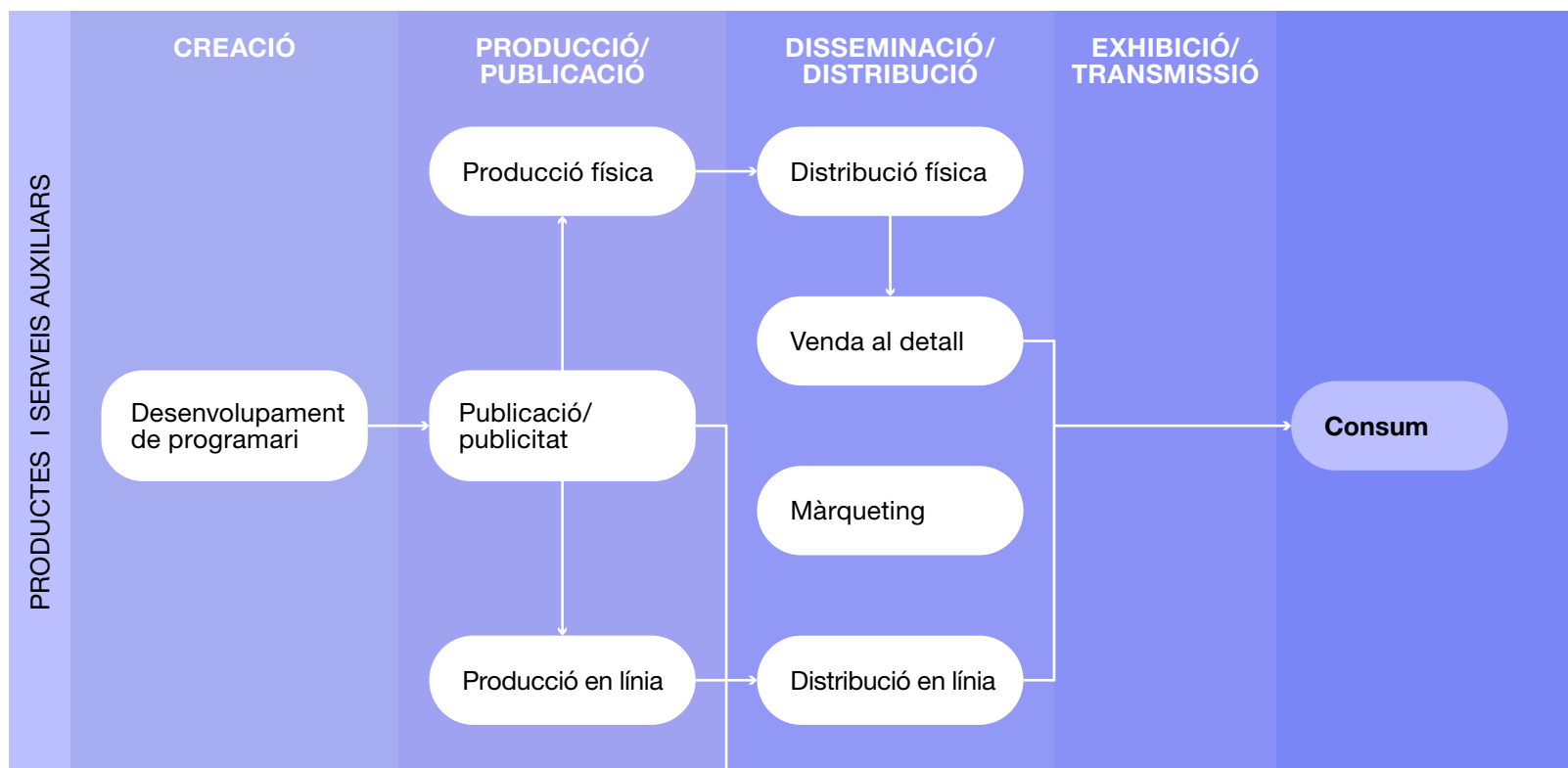
Funcions de suport



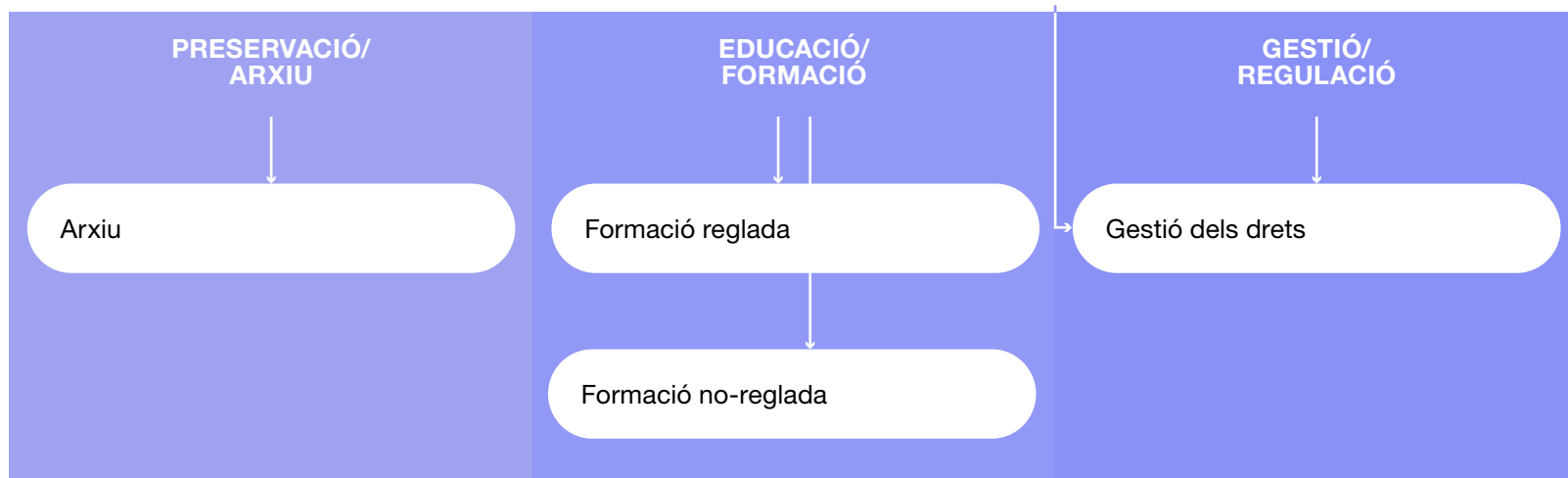
Videojocs



Funcions principals



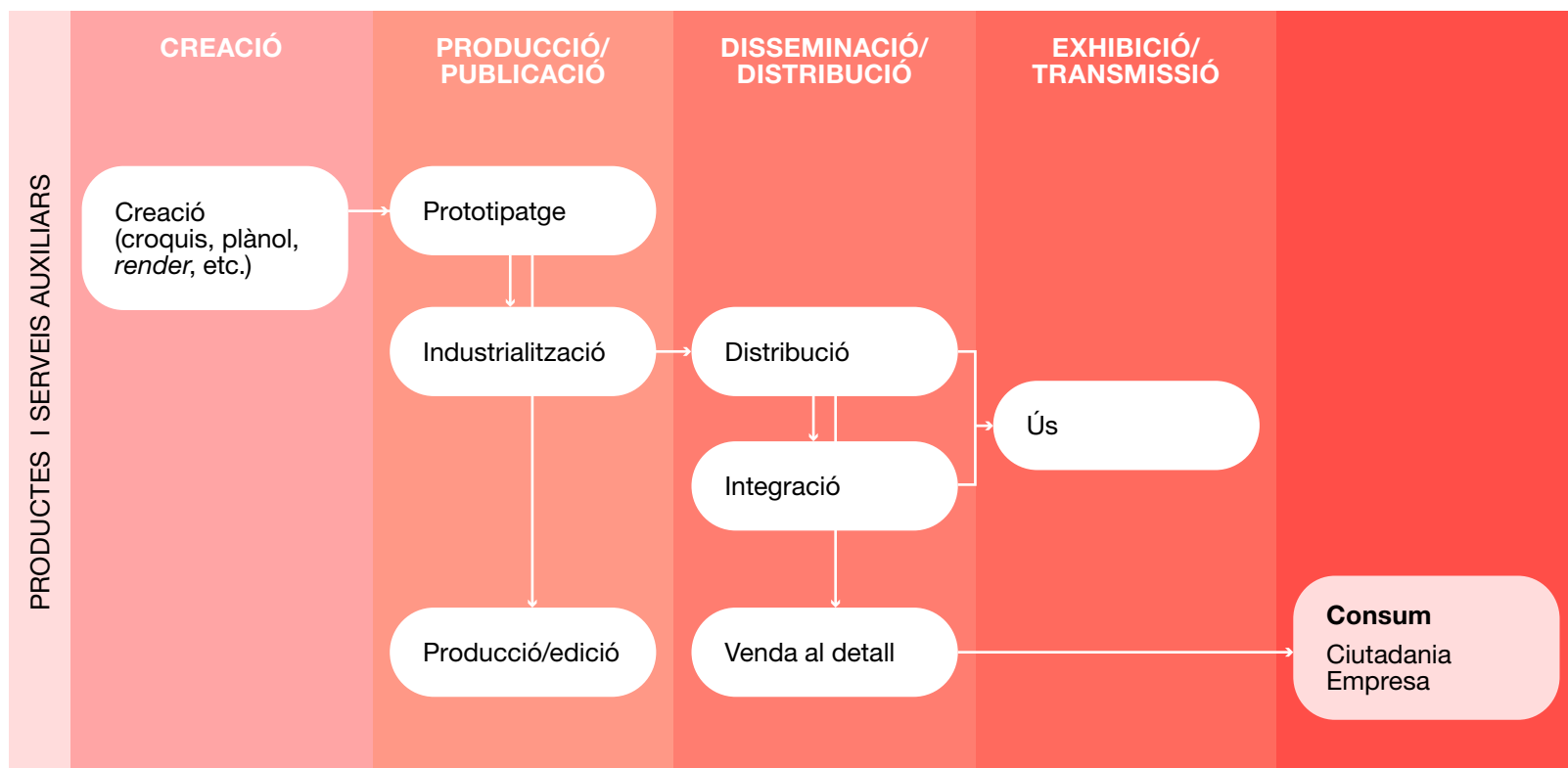
Funcions de suport



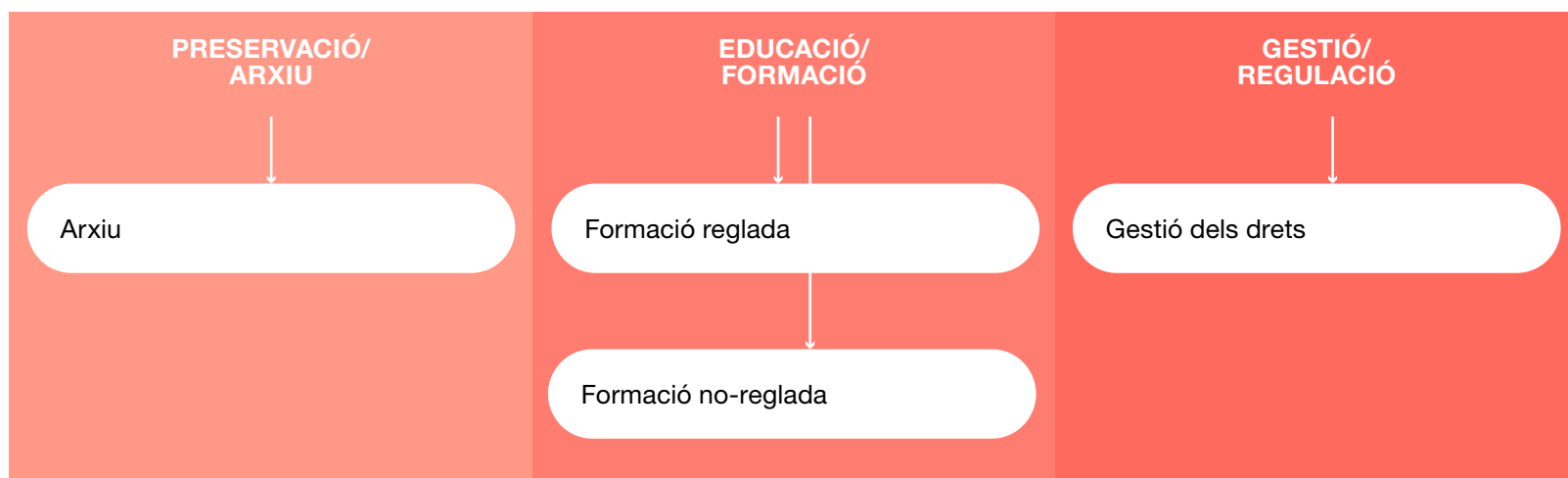
Disseny



Funcions principals



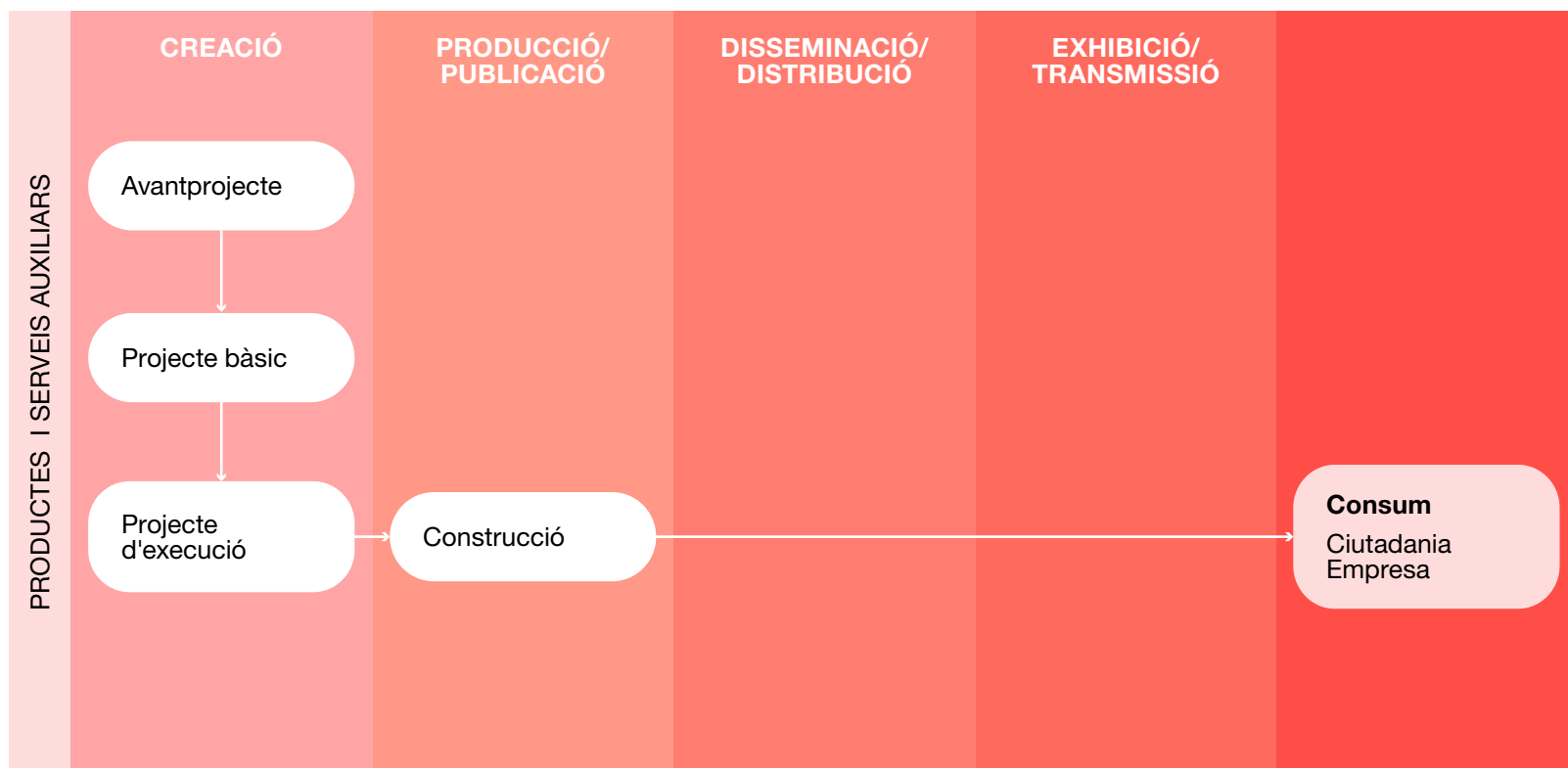
Funcions de suport



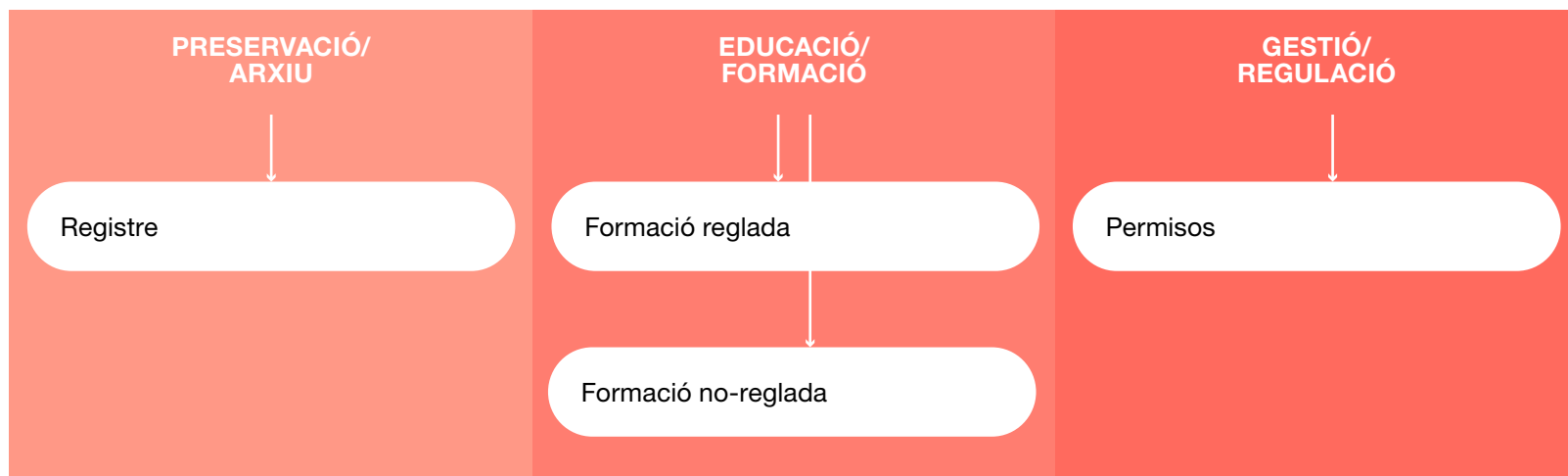
Arquitectura



Funcions principals



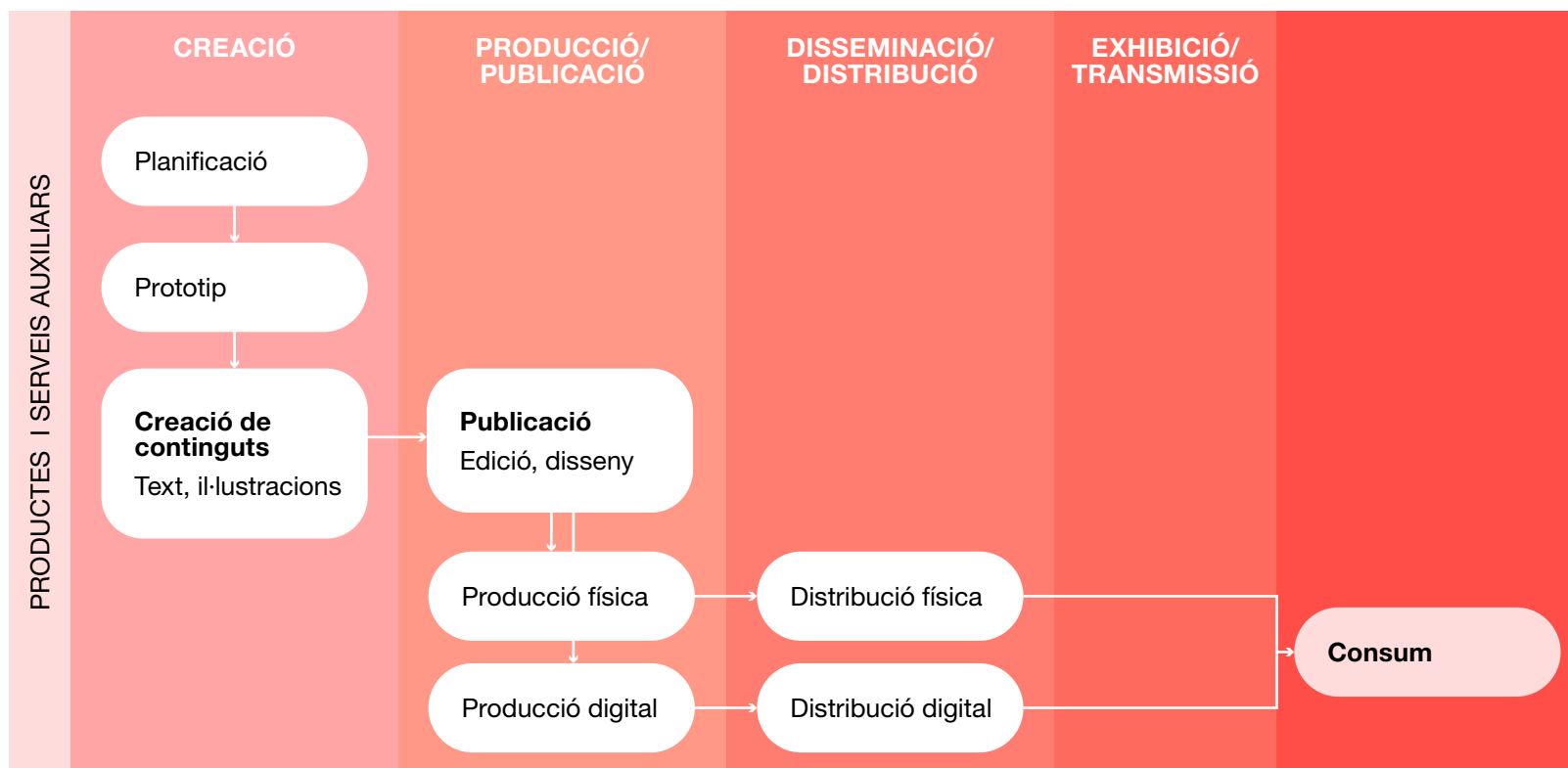
Funcions de suport



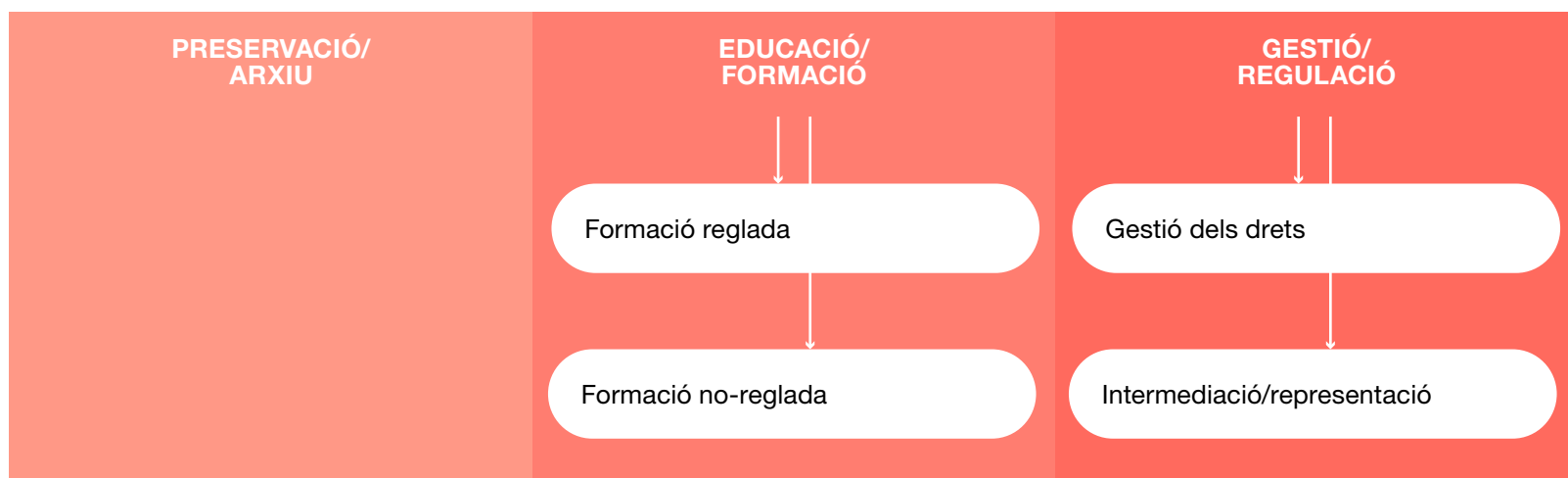
Publicitat



Funcions principals

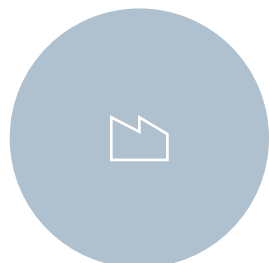


Funcions de suport



Mapeig i quantificació de les ICC a Barcelona





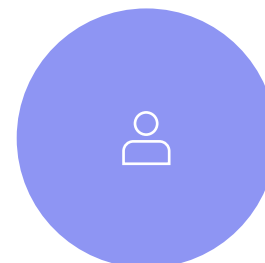
**4.675
empreses**

Que representen un 6,2%¹ del total d'empreses a Barcelona



**10.158 M€ de
facturació**

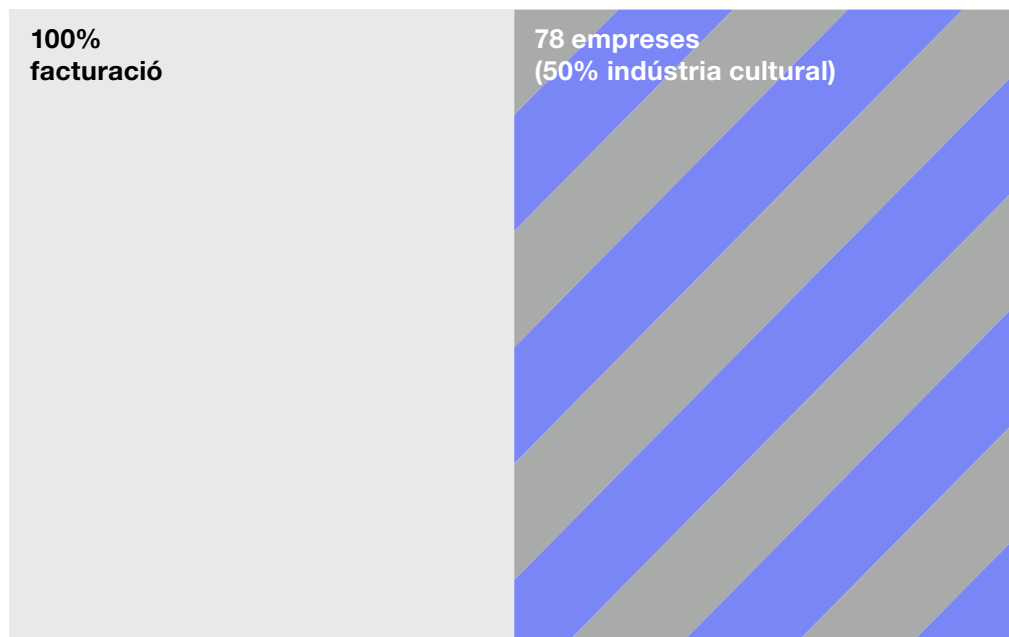
Que representen un 6,3%² del total de facturació a Barcelona



**43.535 llocs
de treball**

Que representen un 3,8%¹ del total de persones treballadores a Barcelona

El 50% de la facturació de les ICC a Barcelona la generen només 78 empreses, la meitat de les quals pertanyen al segment de la indústria cultural (cinema i vídeo, TV i ràdio, llibres i premsa, edició de música i videojocs).



¹ Dades relatives a l'any 2019 del Departament d'Estadística i Difusió de Dades de l'Ajuntament de Barcelona

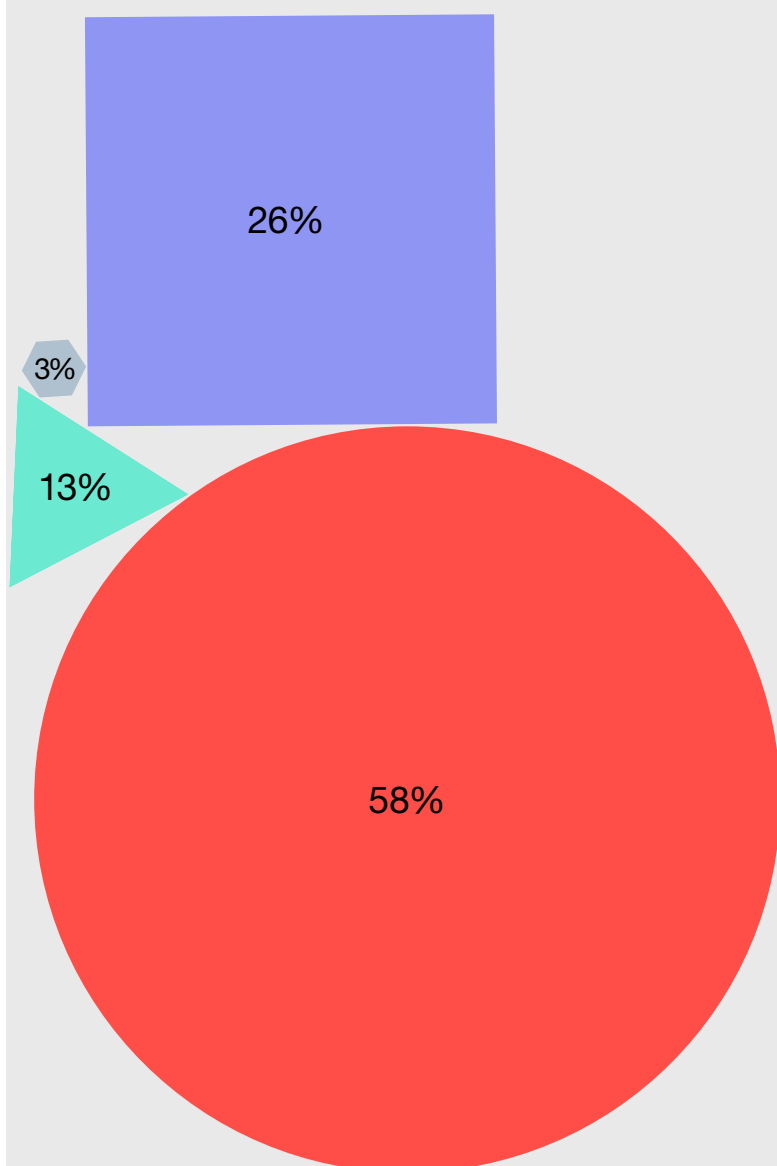
² Dades exportades del Registre Mercantil mitjançant la plataforma SABI

Empreses per segments

El 58% de les ICC a Barcelona correspon al segment de les **indústries i activitats creatives** (de les quals, pràcticament el 40% correspon a la publicitat, el 36% al disseny i el 24% a l'arquitectura).

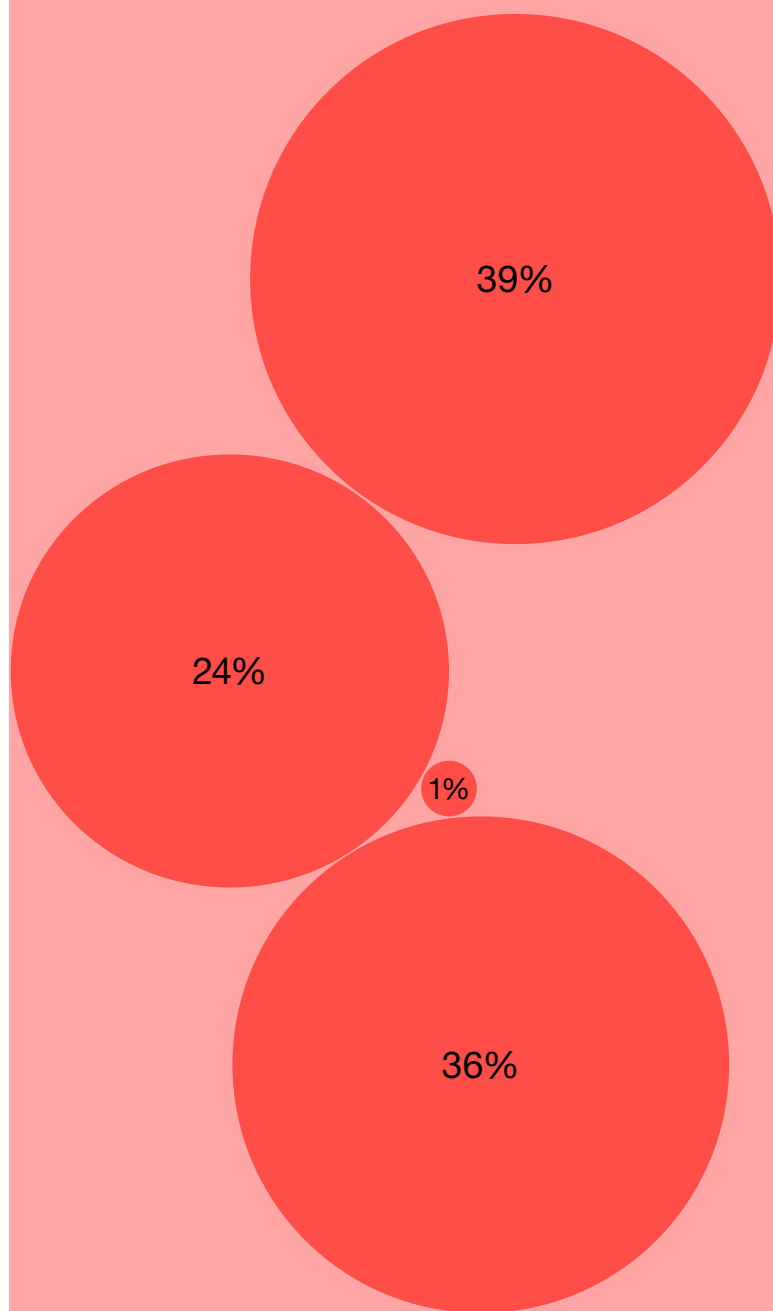
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	58%	2.688
■ Indústria cultural	26%	1.227
▲ Nucli central	13%	622
● Indústries complementàries	3%	138



INDÚSTRIES I ACTIVITATS CREATIVES

● Publicitat	🏠	39%	1.056
● Disseny	🏠	36%	970
● Arquitectura	🏠	24%	633
• Food design	○	1%	29

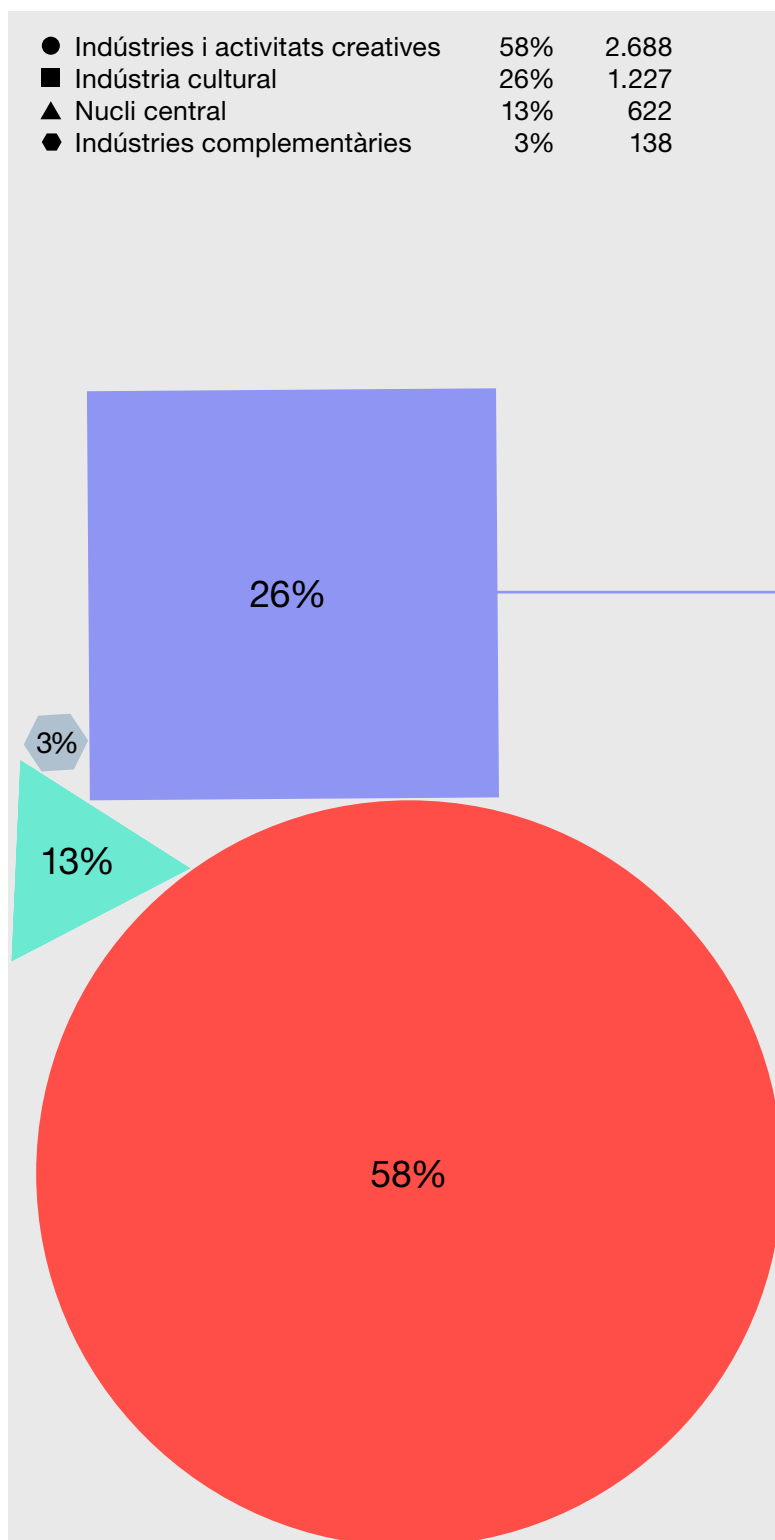


Empreses per segments

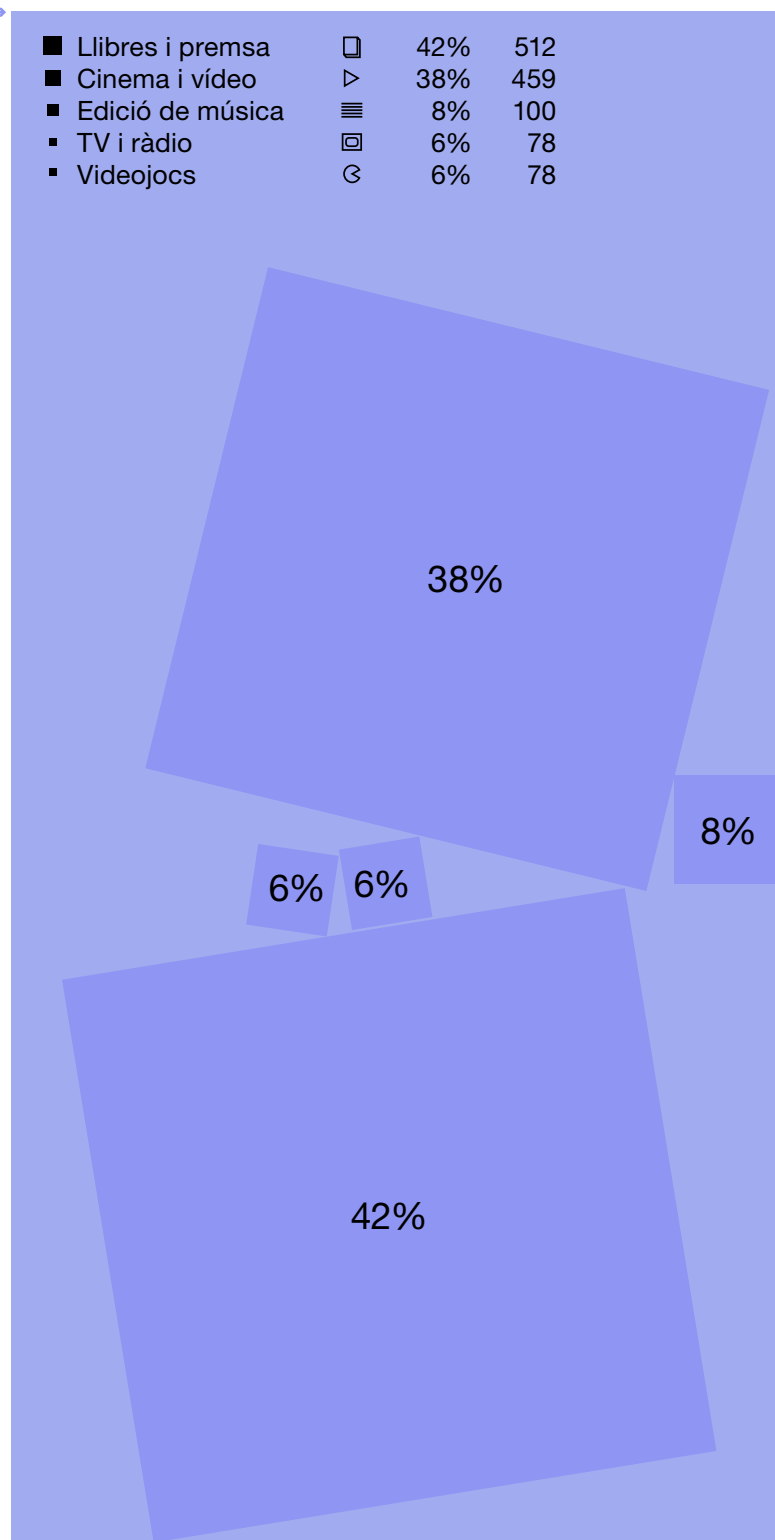
La **indústria cultural** suposa una quarta part de les ICC a Barcelona. Per subsegments, llibres i premsa més cinema i vídeo representen un 80% del total. En canvi, les empreses d'edició de música suposen un 8%. D'altra banda, tant el subsegment de TV i ràdio com el subsegment de videojocs estan representats amb un 6% d'empreses cadascun. Cal dir, però, que al subsegment de videojocs predominen les empreses individuals i emergents, i és possible que les dades obtingudes no reflecteixin totalment la realitat a la ciutat¹.

¹ Les bases de dades consultades no inclouen algunes de les empreses amb una facturació inferior a 0,5 M€.

DISTRIBUCIÓ GENERAL



INDÚSTRIA CULTURAL

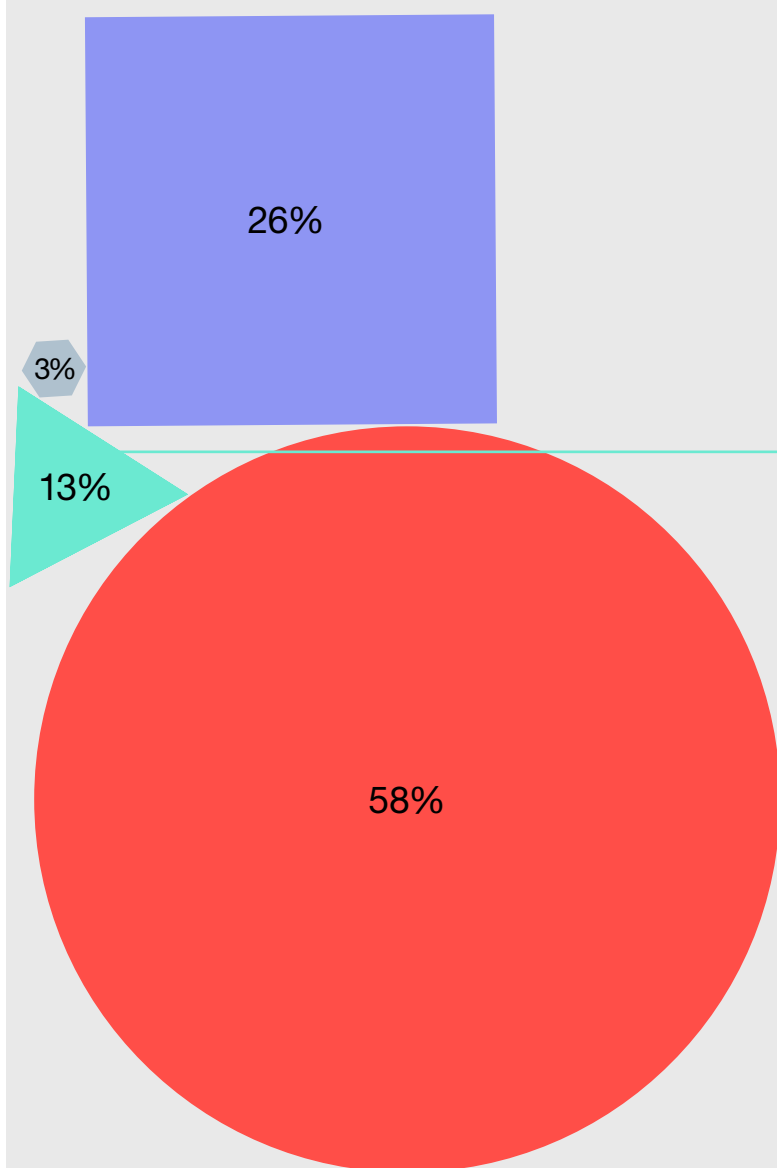


Empreses per segments

El 13% de les empreses de les ICC a Barcelona corresponen al **nucli central**. El subsegment més majoritari és arts escèniques, amb pràcticament el 80% del total.

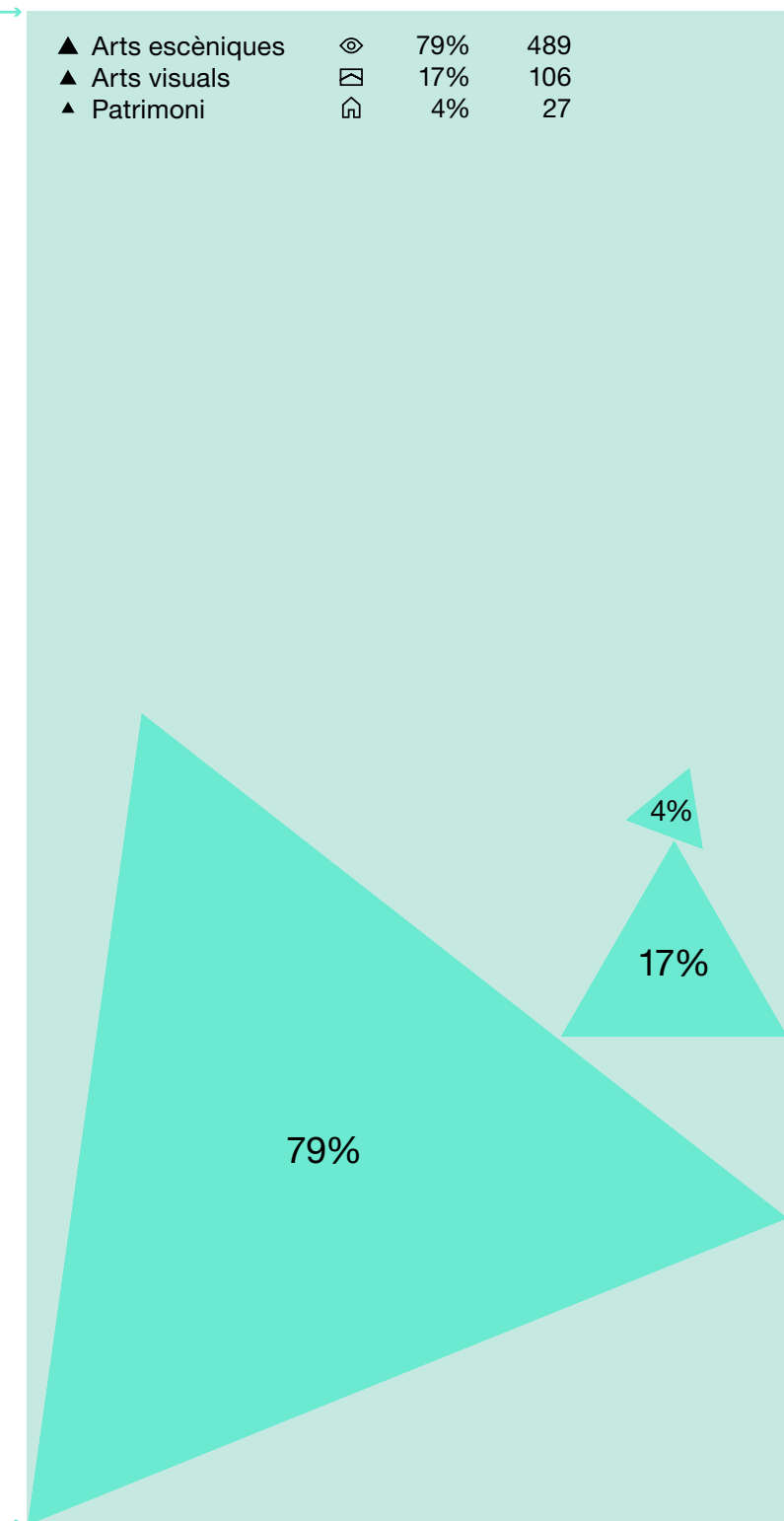
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	58%	2.688
■ Indústria cultural	26%	1.227
▲ Nucli central	13%	622
● Indústries complementàries	3%	138



NUCLI CENTRAL

▲ Arts escèniques	👁️	79%	489
▲ Arts visuals	🖼️	17%	106
▲ Patrimoni	🏠	4%	27

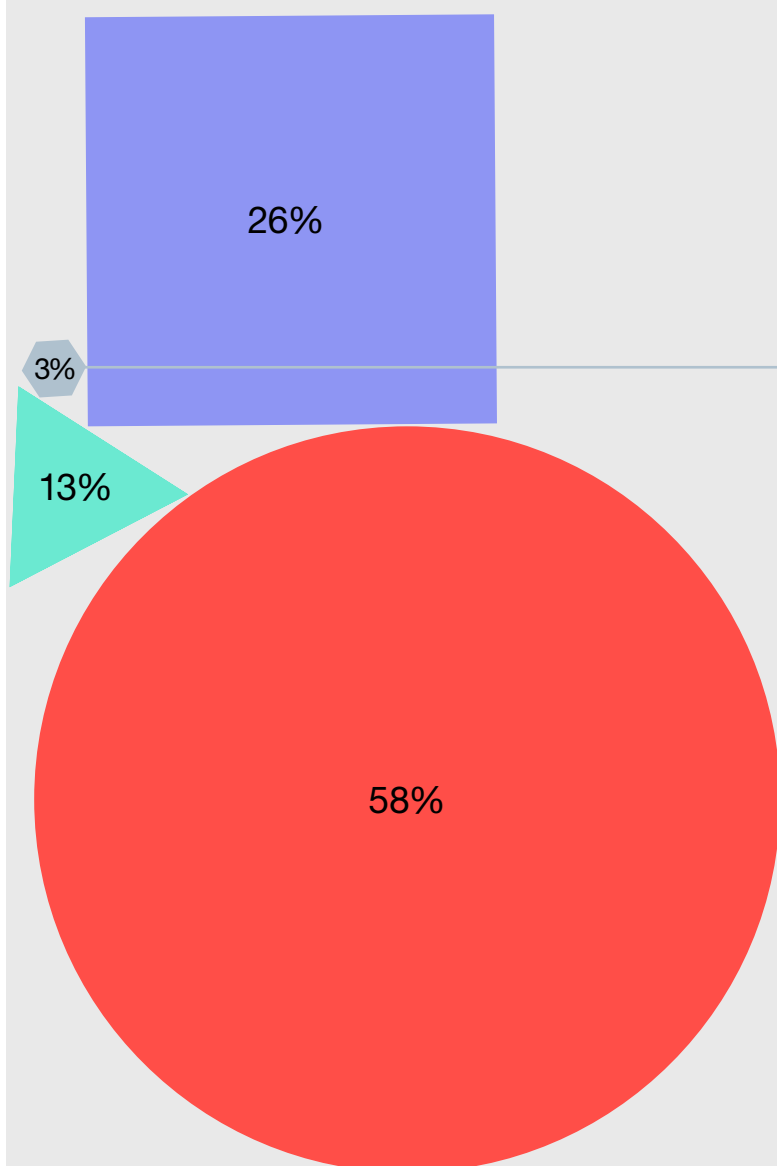


Empreses per segments

Les **indústries complementàries** representen només el 3% del total de les empreses de les ICC a Barcelona. D'aquestes, el 69% es dediquen als serveis d'informació i el 31% restant a serveis de representació.

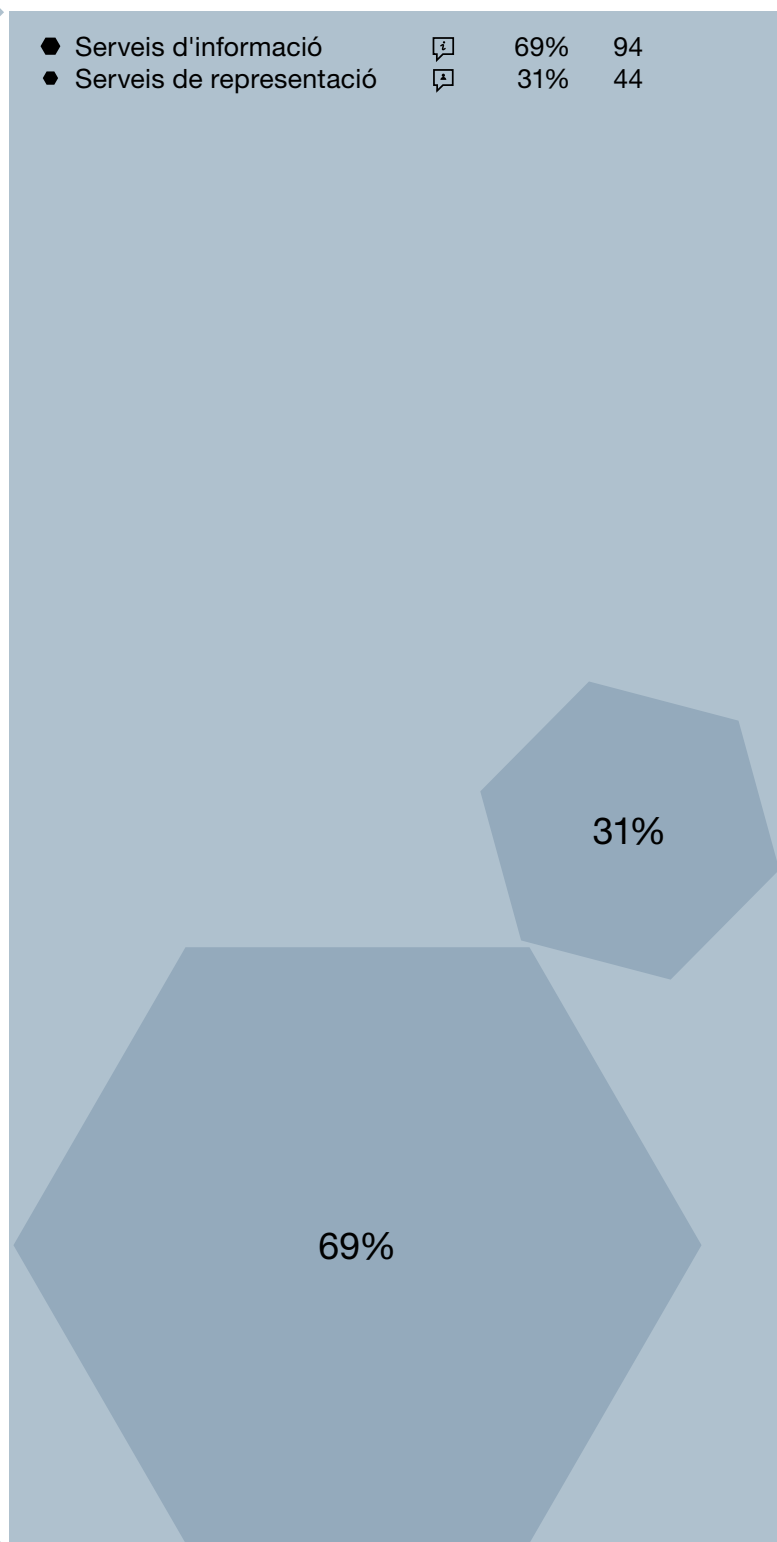
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	58%	2.688
■ Indústria cultural	26%	1.227
▲ Nucli central	13%	622
● Indústries complementàries	3%	138



INDÚSTRIES COMPLEMENTÀRIES

● Serveis d'informació	69%	94
● Serveis de representació	31%	44

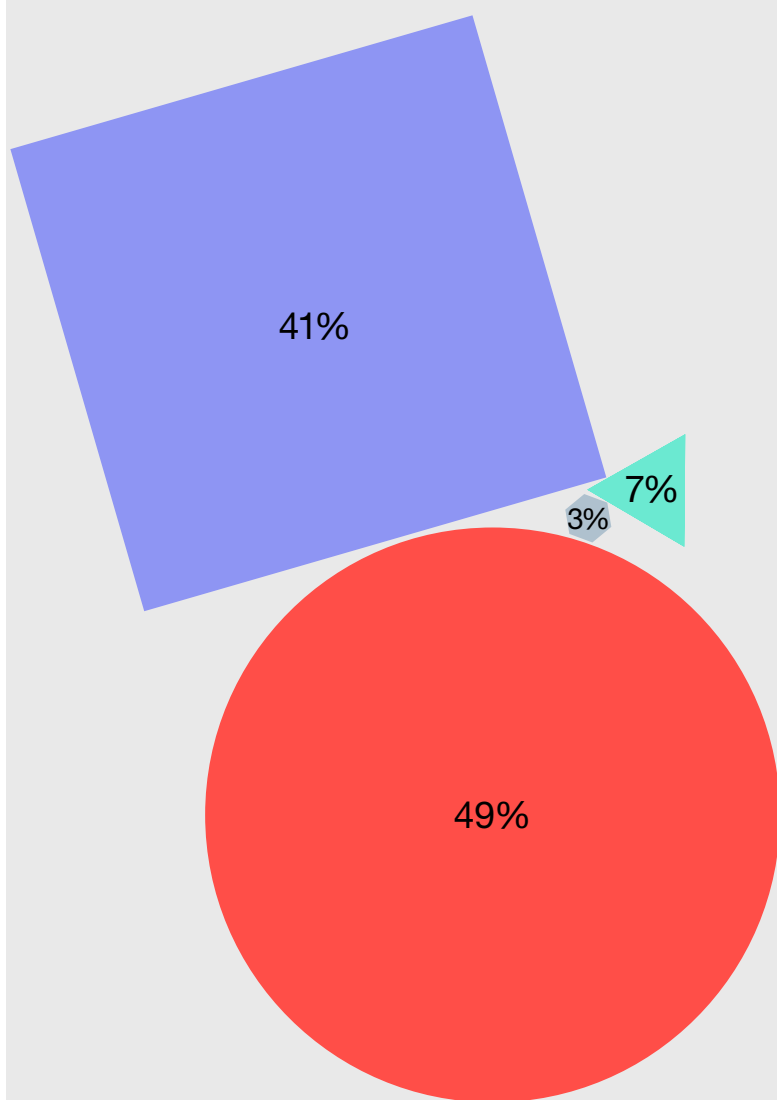


Facturació per segments

Gairebé la meitat de la facturació de les empreses de les ICC a Barcelona la generen empreses del segment d'**indústries i activitats creatives** (49%). Aquesta facturació es divideix en 57% al subsegment de disseny, 37% a publicitat i 6% a l'arquitectura.

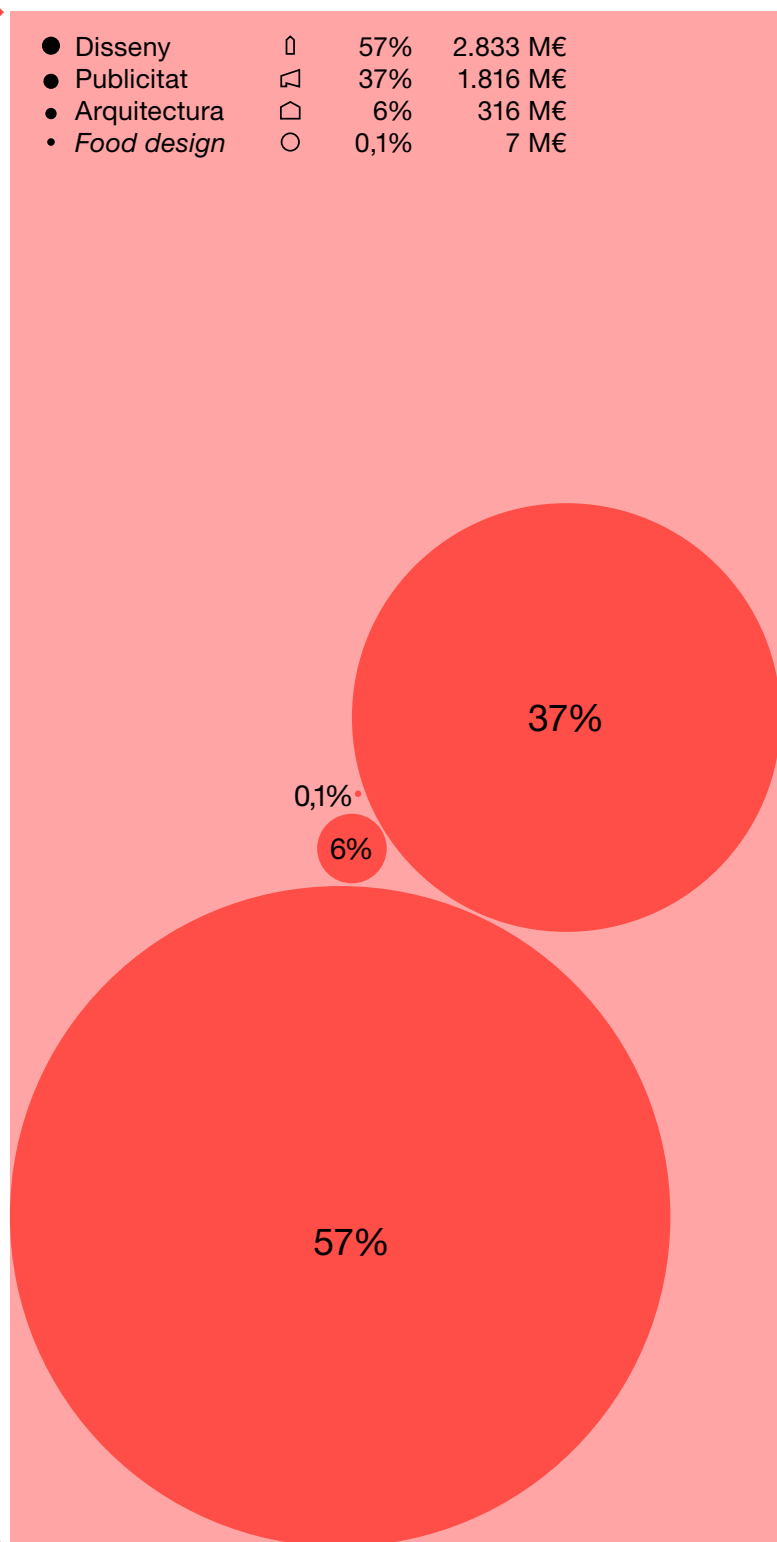
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	49%	4.972 M€
■ Indústria cultural	41%	4.139 M€
▲ Nucli central	7%	706 M€
● Indústries complementàries	3%	341 M€



INDÚSTRIES I ACTIVITATS CREATIVES

● Disseny	↑	57%	2.833 M€
● Publicitat	⏏	37%	1.816 M€
● Arquitectura	□	6%	316 M€
• Food design	○	0,1%	7 M€

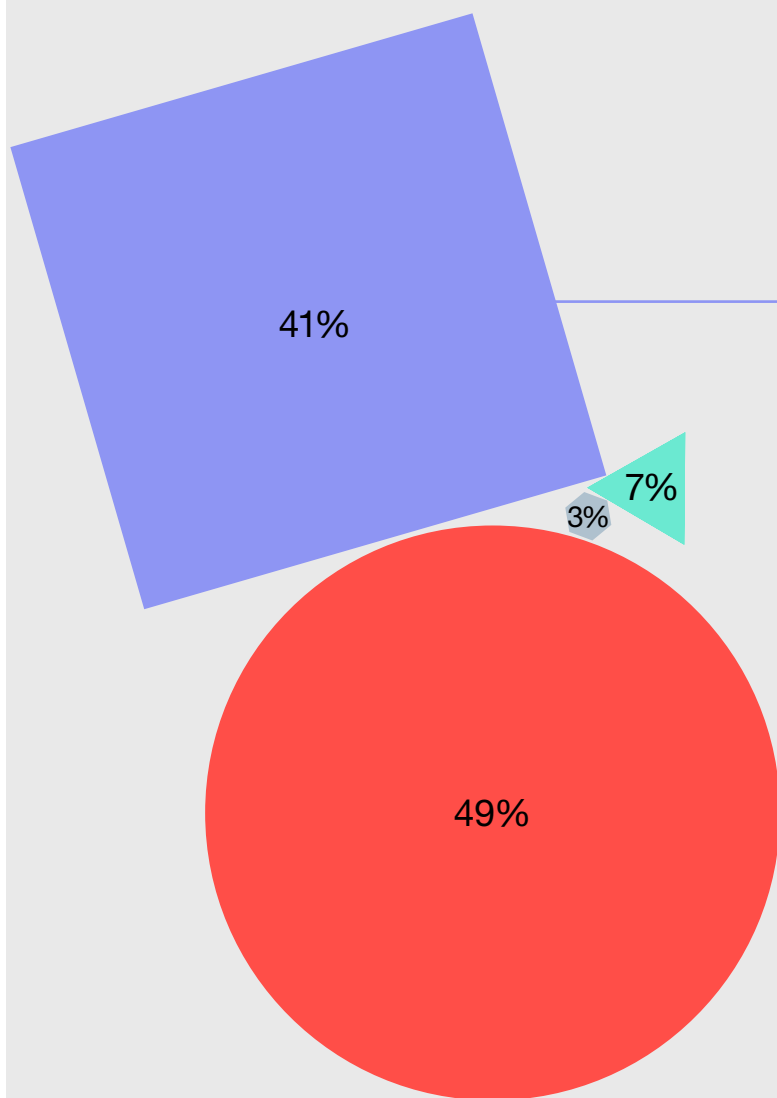


Facturació per segments

El 41% del volum d'ingressos d'explotació a les ICC a Barcelona es concentra al segment d'**indústria cultural**. D'aquests ingressos, menys de la meitat (49%) provenen del subsegment cinema i vídeo, el 33% de llibres i premsa, el 13%, de TV i ràdio, el 3%, de videojocs i el 2%, de l'edició de música.

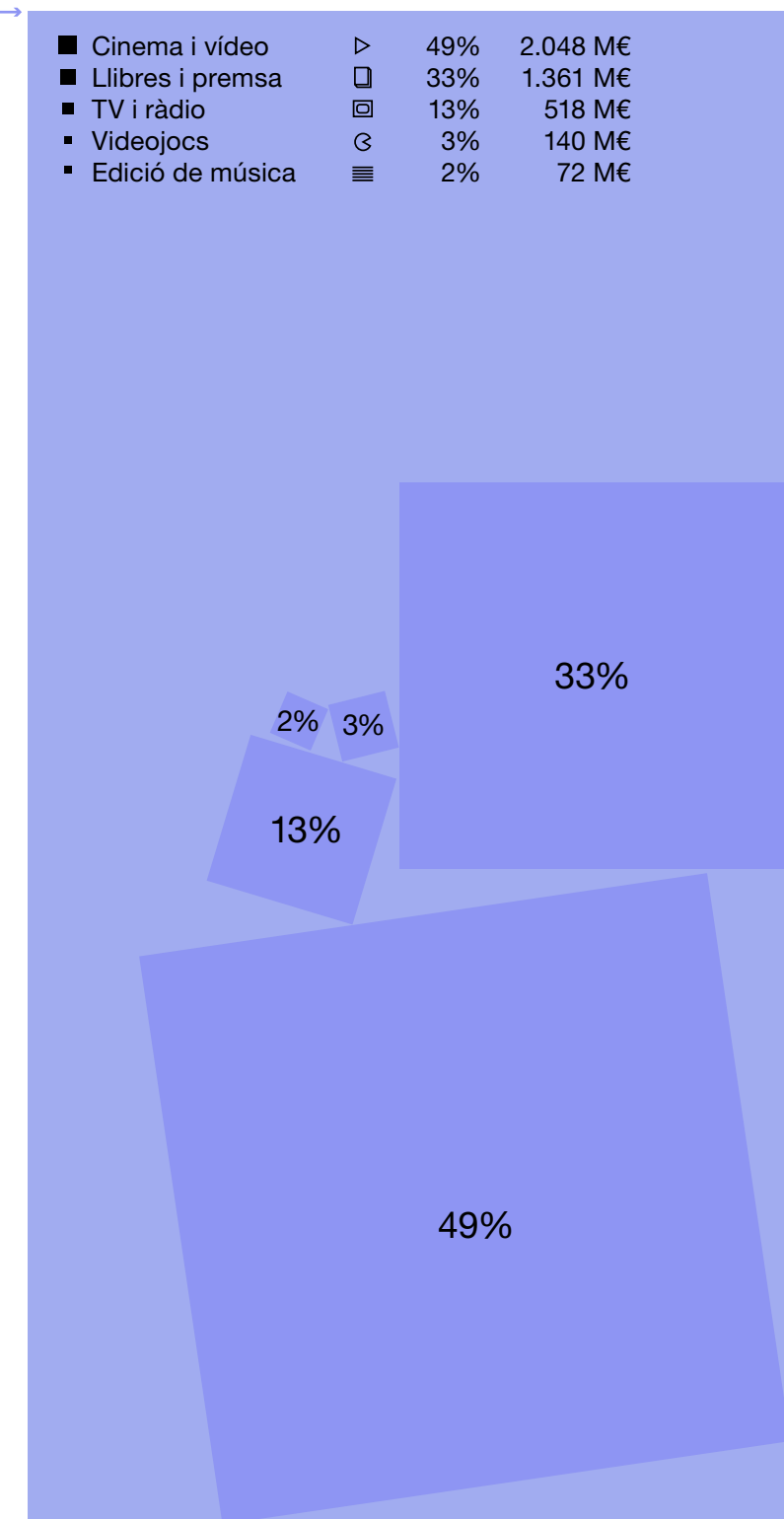
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	49%	4.972 M€
■ Indústria cultural	41%	4.139 M€
▲ Nucli central	7%	706 M€
● Indústries complementàries	3%	341 M€



INDÚSTRIA CULTURAL

■ Cinema i vídeo	▷	49%	2.048 M€
■ Llibres i premsa	📖	33%	1.361 M€
■ TV i ràdio	📺	13%	518 M€
■ Videojocs	🎮	3%	140 M€
■ Edició de música	🎵	2%	72 M€

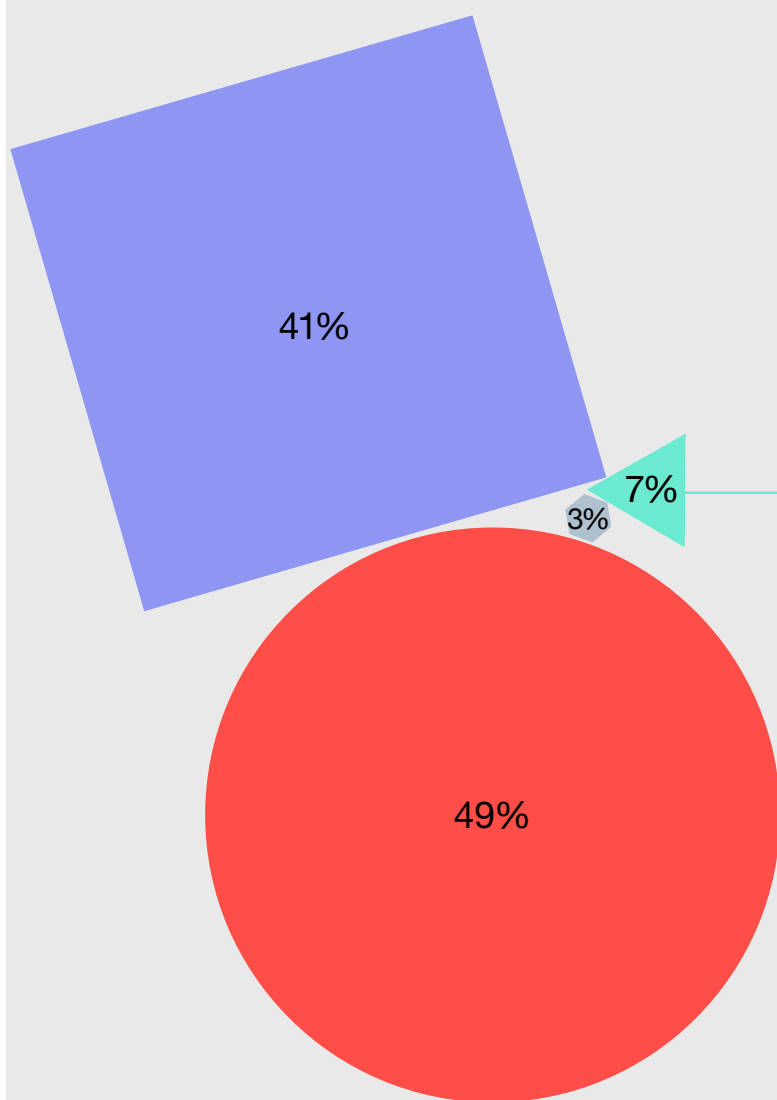


Facturació per segments

En desglossar els ingressos d'exploració de les empreses de les ICC de Barcelona, s'observa que el **nucli central** representa el 7% del total. D'aquest, el 87% de la facturació d'empreses del sector prové de les arts escèniques, seguit del 10% provinent del sub-segment de patrimoni i la resta (3%), de les arts visuals.

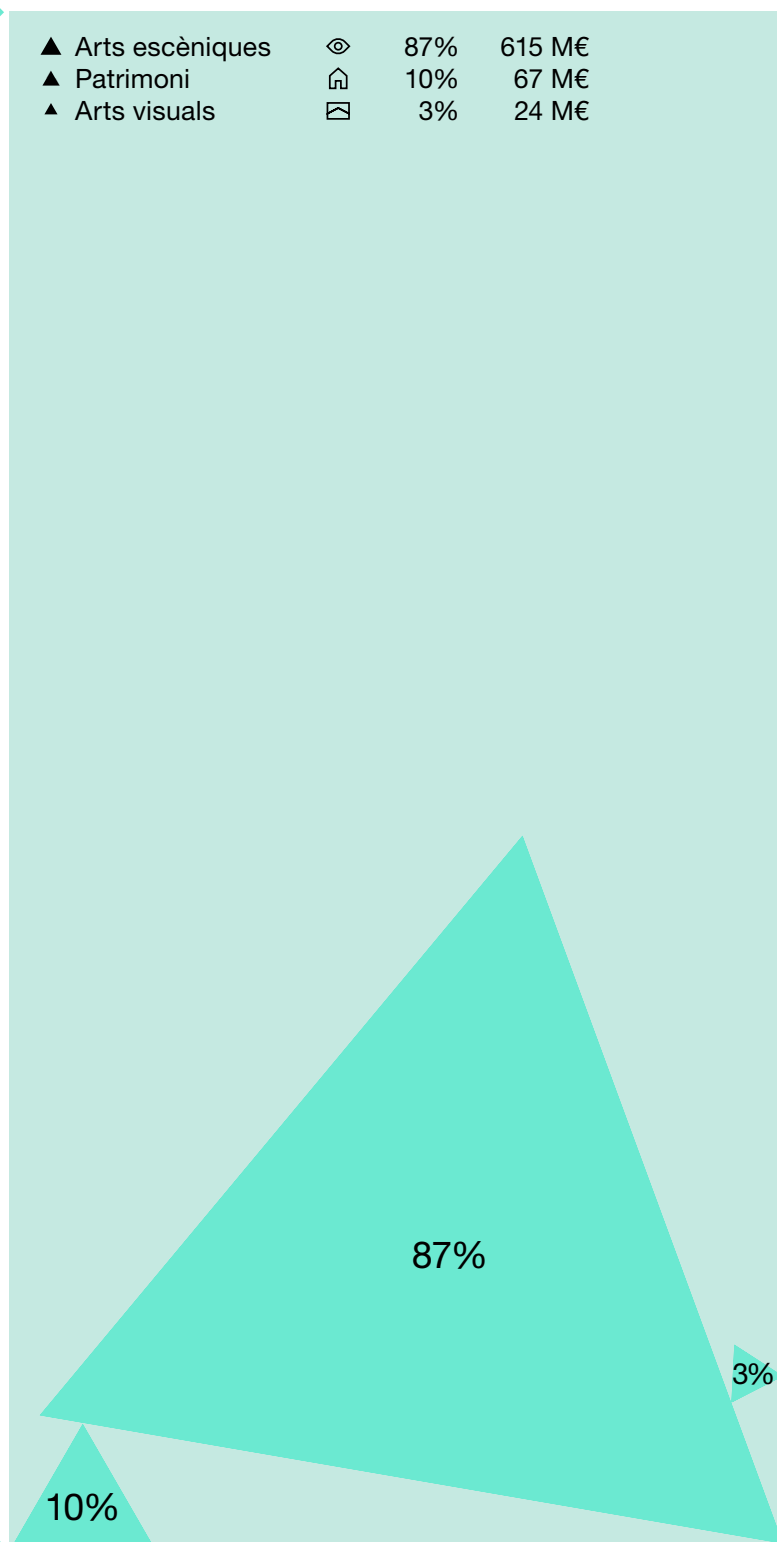
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	49%	4.972 M€
■ Indústria cultural	41%	4.139 M€
▲ Nucli central	7%	706 M€
● Indústries complementàries	3%	341 M€



NUCLI CENTRAL

▲ Arts escèniques	👁️	87%	615 M€
▲ Patrimoni	🏠	10%	67 M€
▲ Arts visuals	🖼️	3%	24 M€

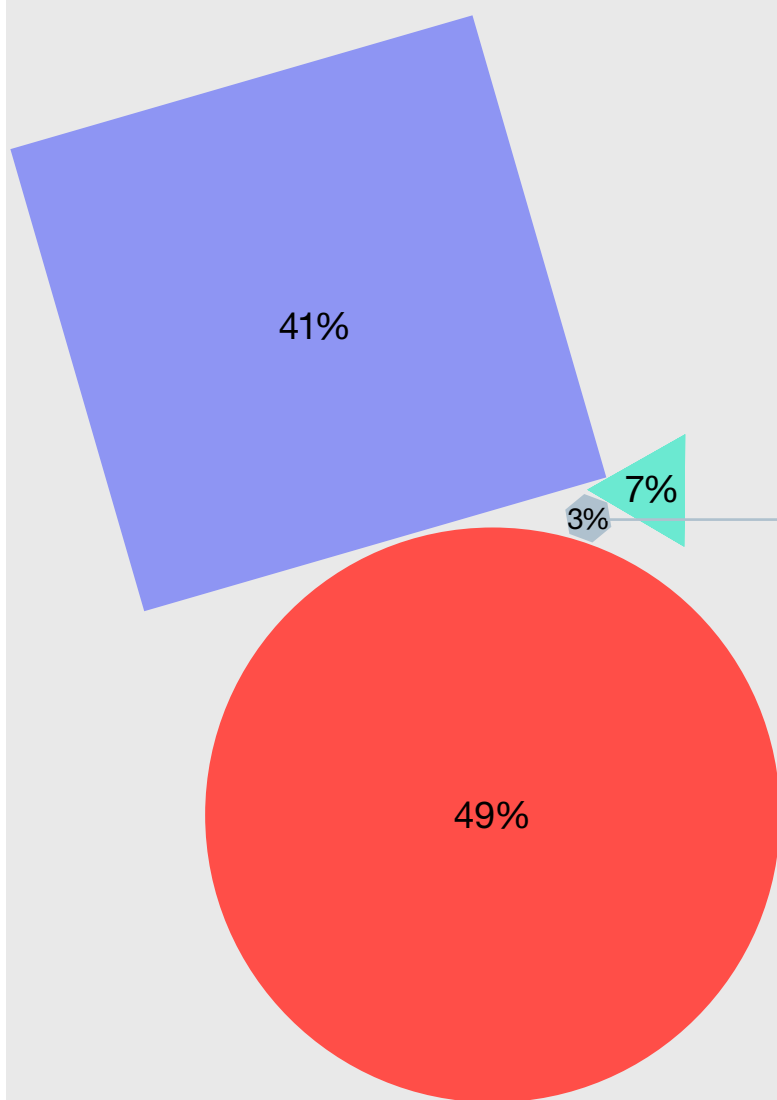


Facturació per segments

Els ingressos d'explotació de les **indústries complementàries** suposen el 3% del total de les ICC a Barcelona. D'aquest el 68% dels ingressos provenen de serveis de representació i el 32%, de serveis d'informació.

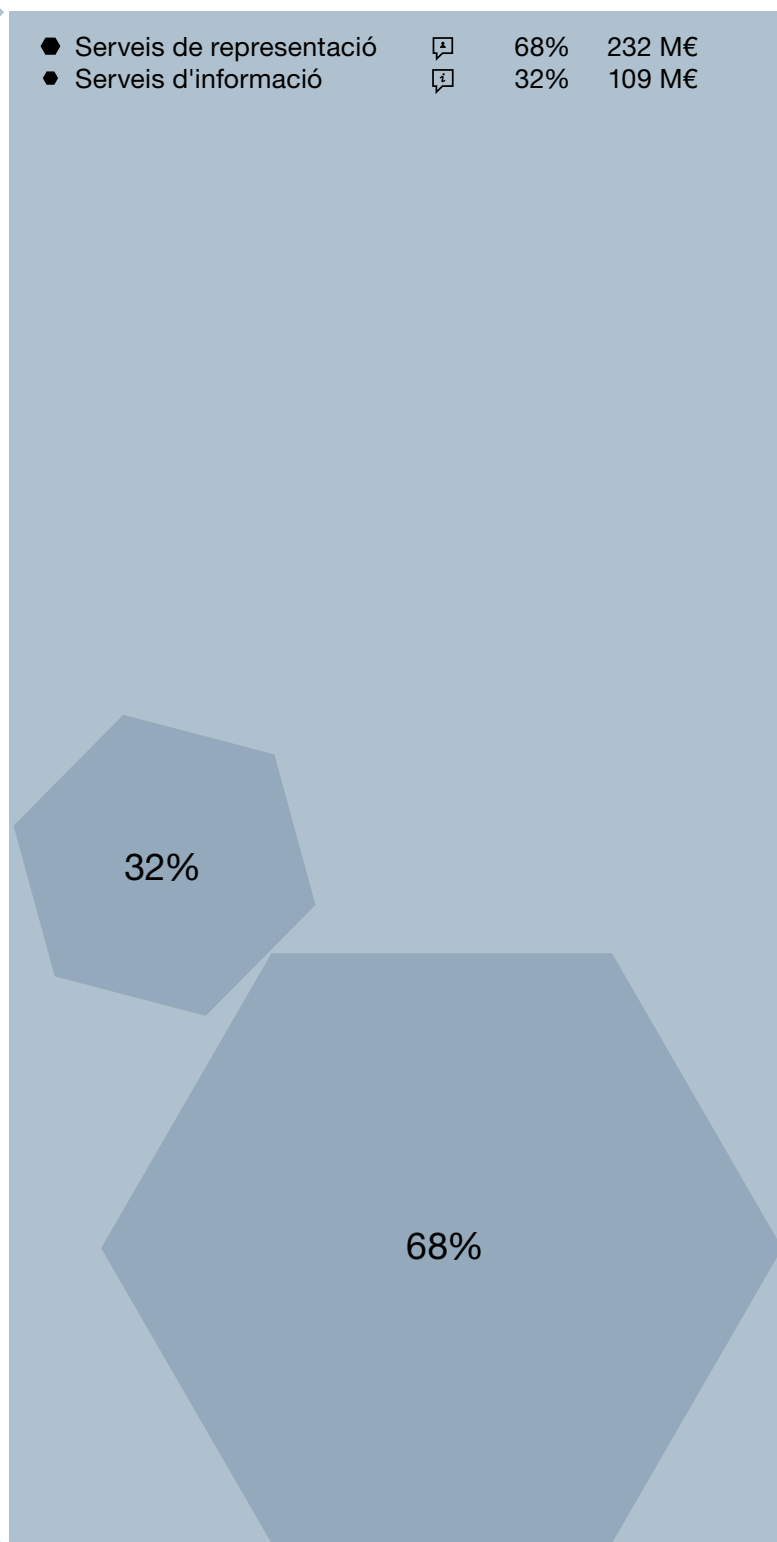
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	49%	4.972 M€
■ Indústria cultural	41%	4.139 M€
▲ Nucli central	7%	706 M€
● Indústries complementàries	3%	341 M€



INDÚSTRIES COMPLEMENTÀRIES

● Serveis de representació	68%	232 M€
● Serveis d'informació	32%	109 M€

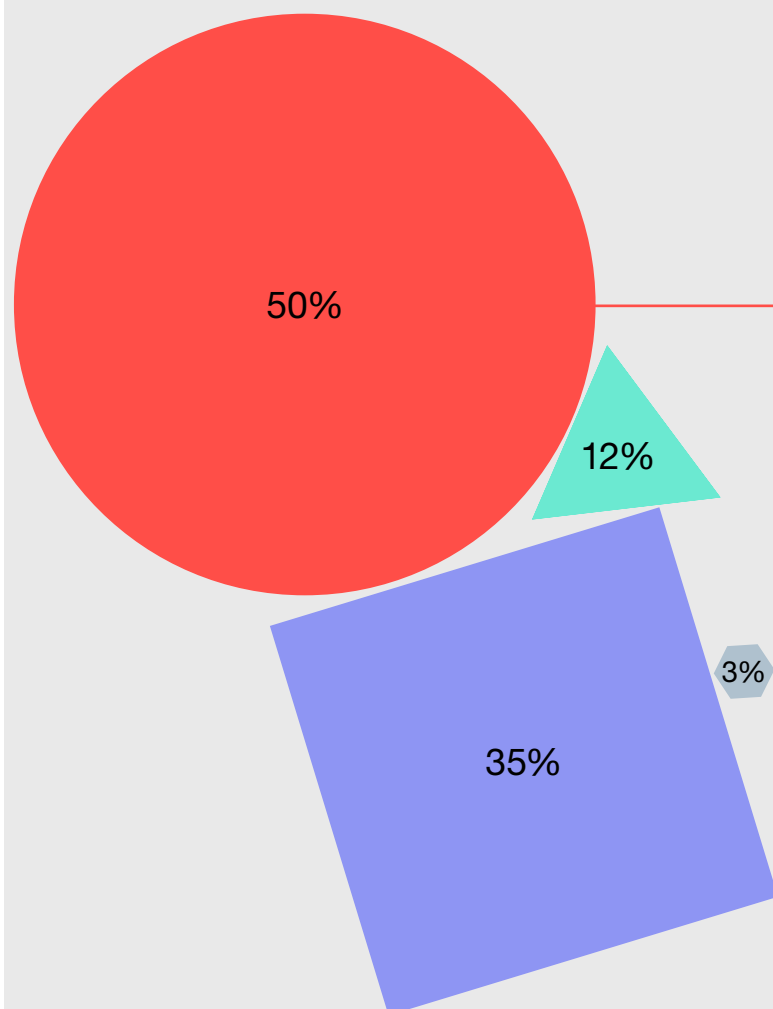


Persones empleades per segments

La meitat de l'ocupació a les ICC a Barcelona s'aglutina al segment de les **indústries i activitats creatives**. D'aquesta ocupació, la meitat correspon al subsegment de disseny, el 37% a publicitat i el 13% a l'arquitectura.

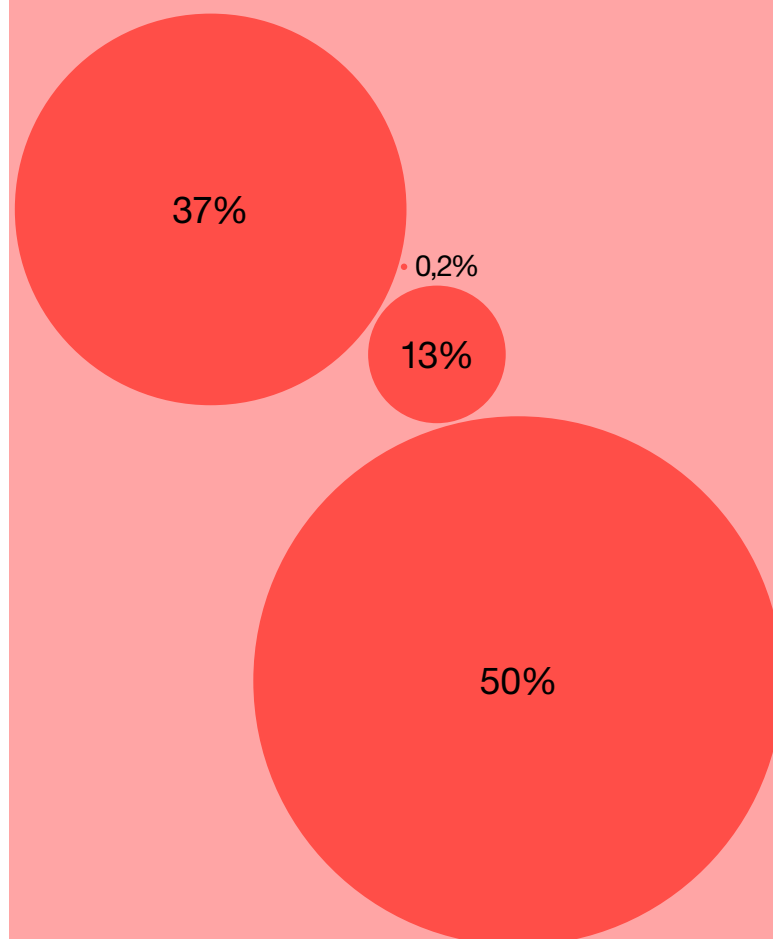
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	50%	21.713
■ Indústria cultural	35%	15.325
▲ Nucli central	12%	5.226
● Indústries complementàries	3%	1.271



INDÚSTRIES I ACTIVITATS CREATIVES

● Disseny	⏏	50%	10.936
● Publicitat	⏏	37%	7.983
● Arquitectura	⏏	13%	2.741
• Food design	○	0,2%	53

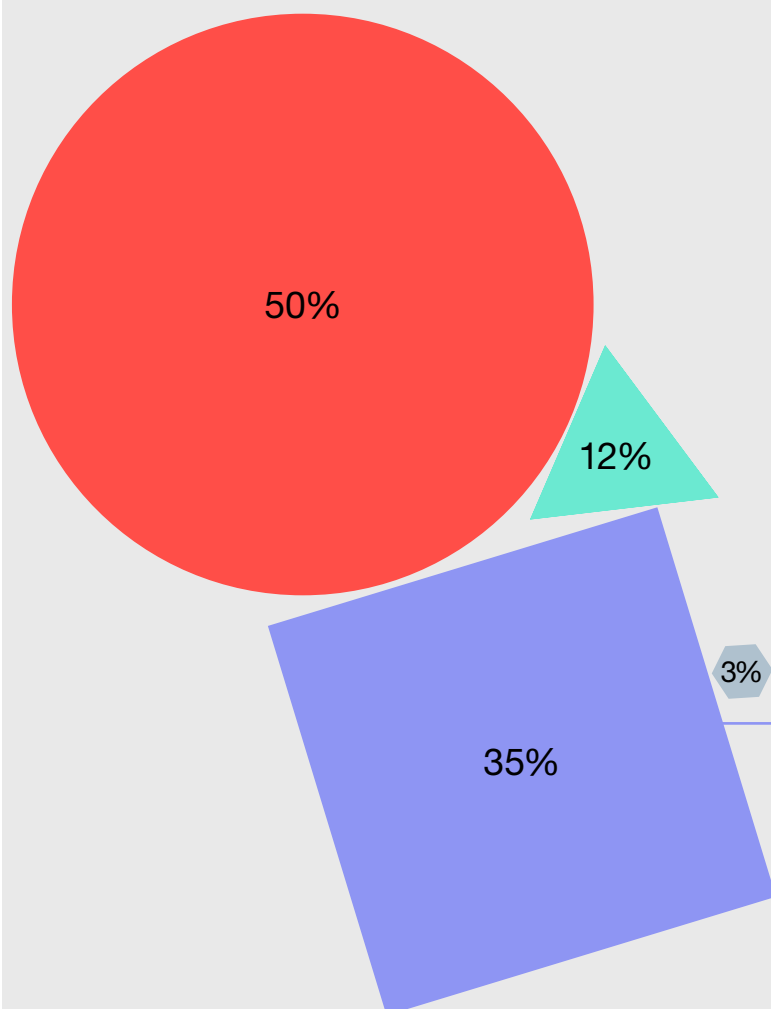


Persones empleades per segments

El segment de la **indústria cultural** genera un quart de les ocupacions de les ICC a Barcelona. D'aquests llocs de feina, el 41% es dedica al sub-segment de cinema i vídeo, el 38% a llibres i premsa, el 10% a TV i ràdio, el 6% a videojocs i el 5% a edició de música.

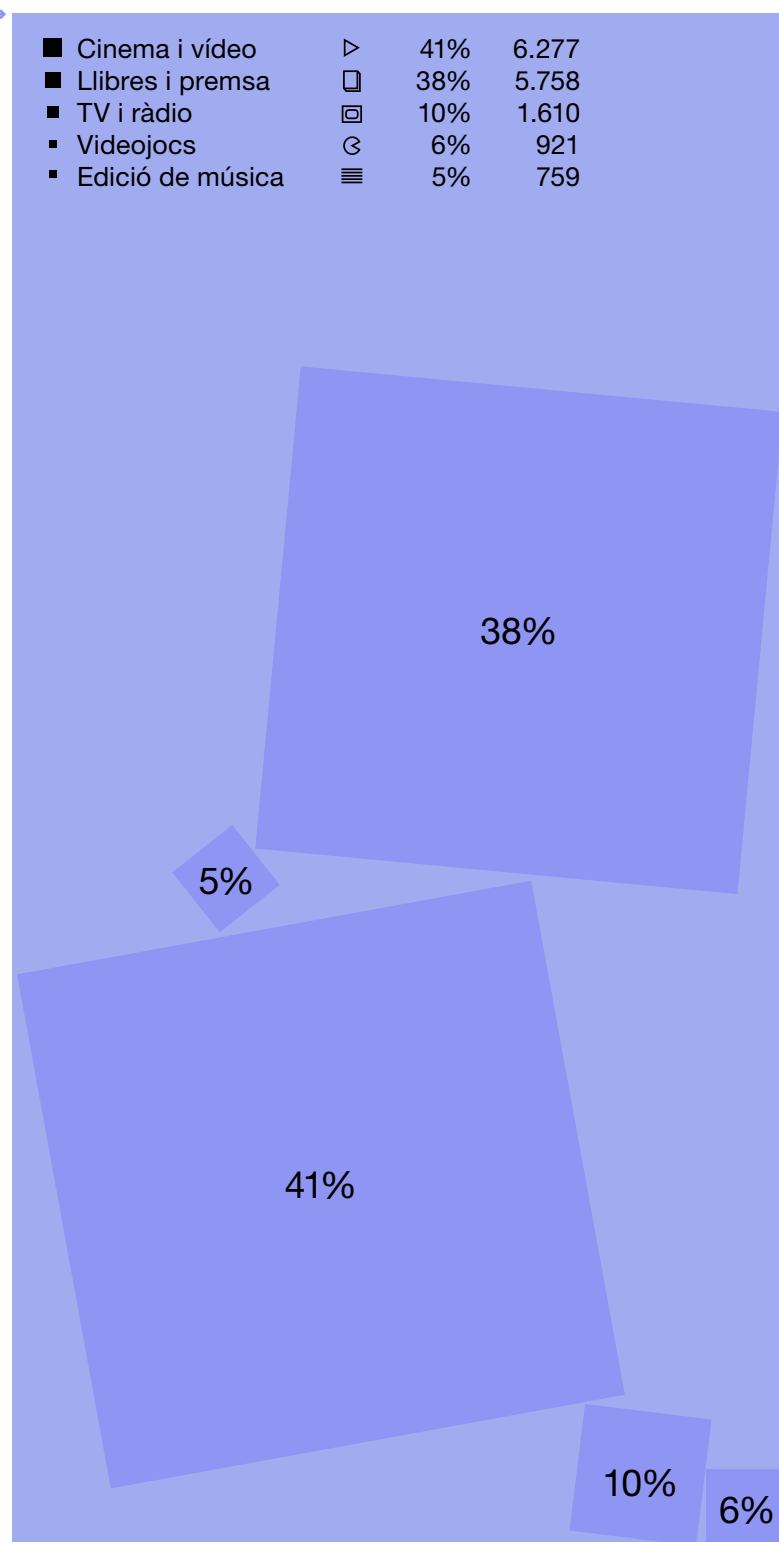
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	50%	21.713
■ Indústria cultural	35%	15.325
▲ Nucli central	12%	5.226
● Indústries complementàries	3%	1.271



INDÚSTRIA CULTURAL

■ Cinema i vídeo	▶	41%	6.277
■ Llibres i premsa	📖	38%	5.758
■ TV i ràdio	📺	10%	1.610
■ Videojocs	🎮	6%	921
■ Edició de música	🎵	5%	759

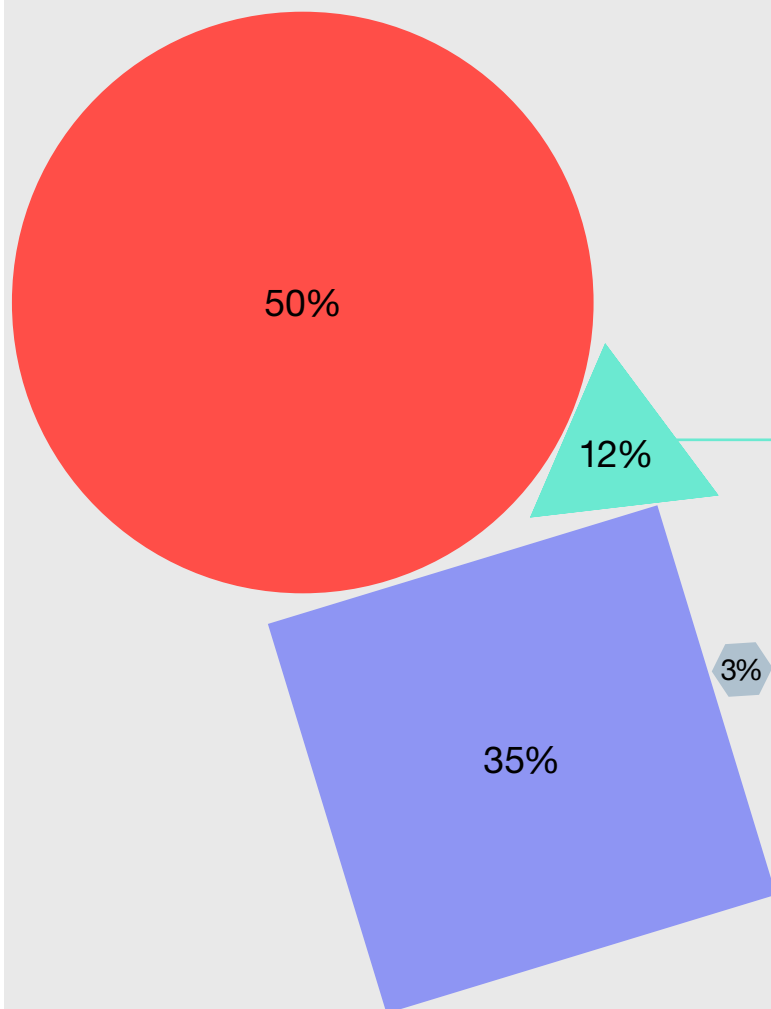


Persones empleades per segments

Respecte al total de persones empleades per les ICC de Barcelona, el **nucli central** representa el 14%. Gairebé el 80% d'aquestes es dedica a les arts escèniques i la resta a patrimoni (14%) i arts visuals (7%).

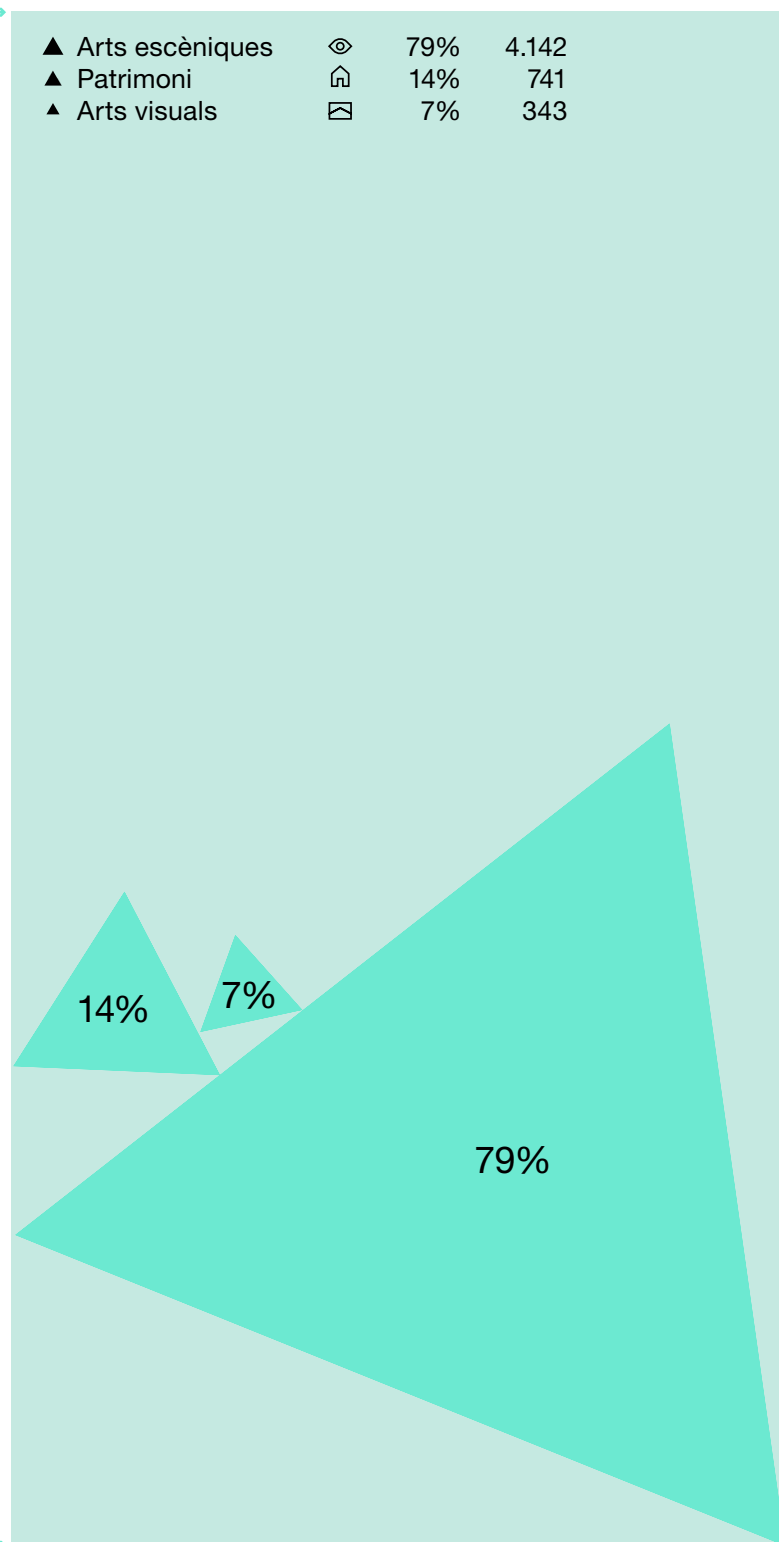
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	50%	21.713
■ Indústria cultural	35%	15.325
▲ Nucli central	12%	5.226
● Indústries complementàries	3%	1.271



NUCLI CENTRAL

▲ Arts escèniques	👁️	79%	4.142
▲ Patrimoni	🏠	14%	741
▲ Arts visuals	🖼️	7%	343

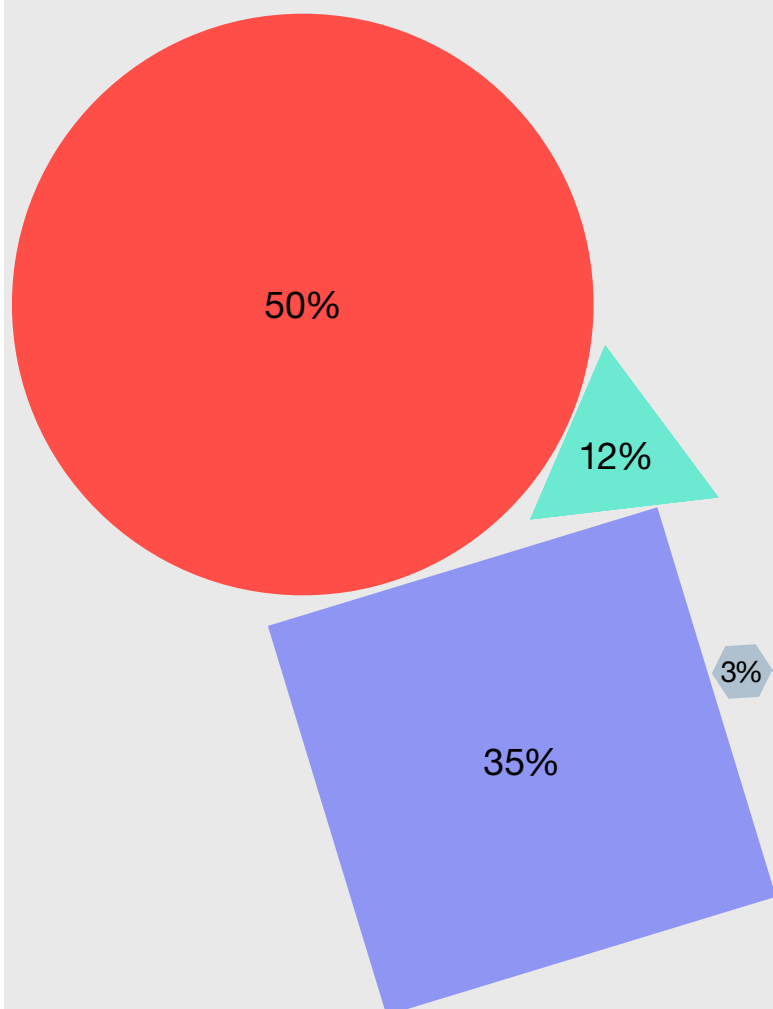


Persones empleades per segments

Les **indústries complementàries** representen només el 3% del total de llocs de treball de les ICC de Barcelona, dins el qual el 60% de les persones ocupades es dediquen als serveis d'informació i la resta (40%) a serveis de representació.

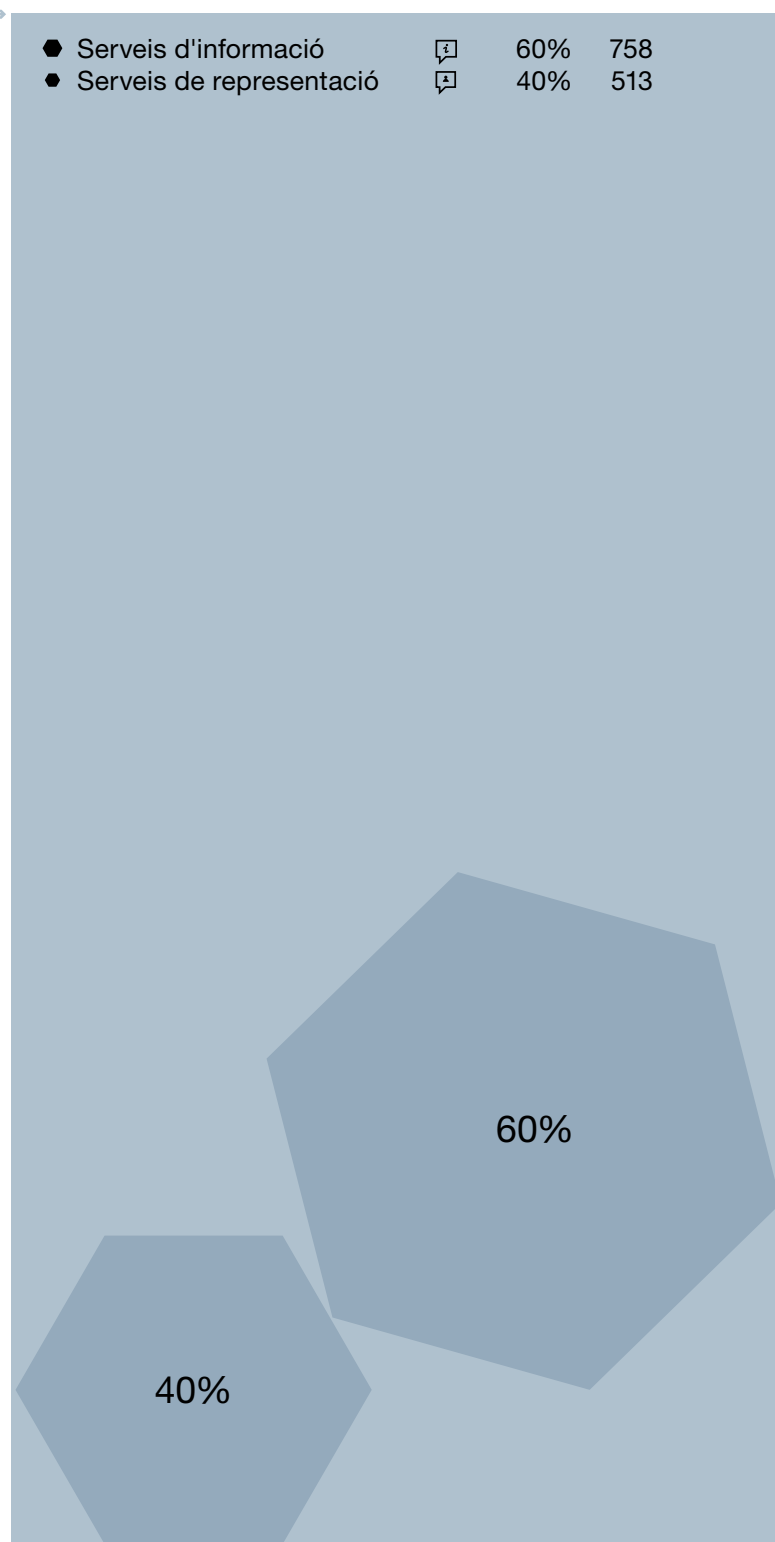
DISTRIBUCIÓ GENERAL

● Indústries i activitats creatives	50%	21.713
■ Indústria cultural	35%	15.325
▲ Nucli central	12%	5.226
● Indústries complementàries	3%	1.271



INDÚSTRIES COMPLEMENTÀRIES

● Serveis d'informació	60%	758
● Serveis de representació	40%	513



Altres agents i iniciatives

Il·lustratiu parcial

Fundacions i associacions

ARTS VISUALS

- AFP, Asociación de Fotógrafos Profesionales de España
- PAAC, Plataforma Assemblèria d'Artistes de Catalunya
- Galeries d'art de Catalunya
- Fundació Foto Colectania
- Fundació de les Arts i els Artistes
- New Art Foundation
- Eart
- Interarts
- Fundació Suñol
- Fundació Glòria Soler
- Photografic Social Vision

CINEMA I VÍDEO

- Acadèmia del Cinema Català
- AADPC, Associació d'Actors i Directors Professionals de Catalunya
- PAC, Productors Audiovisuals de Catalunya
- Proa, Productors Audiovisuals Federats
- Proanimats
- Proficció
- Pro-Docs
- Pro-TV

ARTS ESCÈNIQUES

- Associació de Professionals de Circ de Catalunya
- ARC, Associació de Representants, Promotors i mànagers de Catalunya
- ADETCA, Associació d'Empreses de Teatre de Catalunya
- ACET, Associació d'Escoles de Teatre
- Atecat, Associació de Tècnics de l'Espectacle de Catalunya
- Ciatre, Associació de Companyies de Teatre Professional de Catalunya
- Fundació Romea per a les Arts Escèniques
- FAETEDA, Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Danza
- Teatronika

MÚSICA

- Xarxa de Festivals de Música de Catalunya
- FMA, Asociación de Festivales de Música
- Fundació CIMA, Centre Internacional de Música Antiga
- Fundació Bachcelona
- Fundació de Música Ferrer-Salat
- Fundació Privada Música Simfònica i de Cambra
- Fundació Privada Ribermúsica
- Fundació Música Contemporània
- Palau de la Música – Orfeó Català
- Gran Teatre del Liceu
- Orfeó Martinenc
- Taller de Músics
- Xamfrà, Centre de Música i Escena del Raval

Fundacions i associacions

LLIBRES I PREMSA

- APIC, Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya
- Editors.cat
- Fundació Mercè Rodoreda - Institut d'Estudis Catalans

VIDEOJOCS

- DeviCAT

ARQUITECTURA

- Arquin-FAD
- Arquitectes per l'arquitectura
- COAC, Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya
- CAATEEB, Col·legi d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació de Barcelona
- Col·legi Oficial de Dissenyadors d'Interiors i Decoradors de Catalunya

PUBLICITAT

- ADCE, Arts Director Club of Europe
- Associació Empresarial de la Publicitat
- Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya

FOOD DESIGN

- Food Cultura
- Fundació Viure el Mediterrani

DISSENY

- FAD, Foment de les Arts i del Disseny
- Moda FAD
- ADI-FAD
- ADG-FAD
- A-FAD
- BCD, Barcelona Centre de Disseny
- ADP, Associació de Dissenyadors Professionals
- APDI, Associació Professional de Dissenyadors d'Il·luminació
- Col·legi Oficial de Disseny Gràfic de Catalunya
- Palo Alto
- FHD, Fundació Història del Disseny
- FAAOC, Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya
- Associació per a l'Estudi del Moble

ALTRES

- Barcelona Tech City
- Design for all Foundation
- Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació
- Fundació Catalunya Cultura
- Institut d'Humanitats de Barcelona
- Fundació Societat i Cultura
- Federació d'Ateneus de Catalunya
- TresC
- Poblenou Urban District
- SGAE
- CEDRO
- VEGAP
- EGEDA
- AGEDI

Centres de recerca

- BIST, Barcelona Institute of Science and Technology
- CETT Fundació
- Elisava Research
- FabLab Foundation
- Gracmon, Grup de Recerca en Història de l'Art i del Disseny Contemporanis
- Gredits, Grup de Recerca en Història del Disseny i Transformació Social
- I+ED Lab

Altres entitats

- Barcelona Supercomputing Center
- Club Marketing Barcelona
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
- Institut Ramon Llull
- Makea tu Vida
- MATERFAD, centre de materials
- MOB, Makers of Barcelona
- Mobile World Capital Barcelona
- PIMEC
- TheCreative.net

Clústers

- Clúster Audiovisual de Catalunya
- Clúster Disseny. Barcelona Centre de Disseny
- Clúster Digital
- Cambra del Llibre de Catalunya
- Clúster Foodservice
- Leather Cluster Barcelona
- Modacc

Centres tecnològics

- Eurecat

Gremis

- Gremi d'Editors de Catalunya
- Gremi de Llibreters de Catalunya
- Gremi d'Indústria i Comunicació Gràfica de Catalunya
- Gremi de Cinemes de Catalunya
- Gremi de Restauració de Barcelona
- Gremi d'Editorials de Música de Catalunya
- Gremi d'Empresaris de Discoteques de Barcelona i Província

Hubs

- Disseny Hub Barcelona
- Grafic Hub
- HacTe, Hub d'Art, Ciència i Tecnologia

Iniciatives

- *Design the restaurant experience*
- Design 4 Innovation
- Bonus Cultura
- Beques Premis Barcelona
- Fàbriques de creació
- Inspired in Barcelona
- MidTalent
- Starting Lab – UPF

Infraestructures i espais

ARTS VISUALS

- Arts Santa Mònica
- CCCB
- Fabra i Coats
- Fundació Miró
- Fundació Vila Casas
- Hangar
- Ideal
- La Escocesa
- La Virreina. Centre de la Imatge
- Macba
- Museu Picasso
- Piramidón

CINEMA I VÍDEO

- La Bonne
- Filmoteca de Catalunya

LLIBRES I PREMSA

- Biblioteques de Barcelona
- Institut d'Estudis Catalans

ARTS ESCÈNIQUES

- Ateneu Popular de Nou Barris
- BArts
- Centres cívics de Barcelona
- Gran Teatre del Liceu
- Graner
- Escenari Joan Brossa
- La Caldera
- La Central del Circ
- Nau Ivanow
- Sala Beckett
- Teatre Lliure
- Teatre Tantarantana
- TNC, Teatre Nacional de Catalunya

DISSENY

- Fira de Barcelona
- Acid House
- Canòdrom
- Casa Seat
- Palo Alto
- Roca Gallery Barcelona
- Disseny Hub Barcelona - Museu del Disseny
- Il·lacions, galeria de disseny

ARQUITECTURA

- Fundació Enric Miralles
- Fundació Mies van der Rohe
- COAC

MÚSICA

- Antiga Fàbrica Estrella Damm
- L'Auditori
- Fira Barcelona
- Poble Espanyol
- Parc del Fòrum

Fires, festivals i premis

ARTS VISUALS

- Ars Electrònica
- Art Photo Barcelona
- Art Futura
- ADG Laus
- Barcelona Gallery Weekend
- Barcelona Visual Sound
- DocField
- ISE, Integrated Systems Europe
- Kronos Art Barcelona
- Loop Barcelona
- Premis Lux
- Mira, Digital Arts Festival
- ArtsFAD
- Photo Forum Fest
- ISEA, International Symposium on Electronic Art Barcelona
- Premis Ciutat de Barcelona

ARTS ESCÈNIQUES

- Festival Grec
- Quinzena Metropolitana de la Dansa
- Escena Poblenou
- Festival Píndoles
- Festival Sant Martí Circ
- MAC, Mercè Arts de Carrer
- Hop Festival

TV I RÀDIO

- Serializados
- Miniput

MÚSICA

- Primavera Sound
- Sònar
- AMFest
- Bachcelona
- BBF, Barcelona Beach Festival
- Barcelona Jazz Festival
- Barcelona Independent Sessions
- Barcelona Obertura
- Barcelona Psych Fest
- Brunch in the Park
- Cruïlla
- Curtcircuit
- De Cajón
- DGTL
- El Festival
- Eufònic
- Inauditus
- Festival de Jardins de Pedralbes
- Festival Grec
- Guitar Festival
- OffLEM
- Mas i Mas
- Festival Mil·leni
- Mutek
- MMI Festival
- LEM Festival
- Rock Fest
- Share Festival
- Tradicionàrius
- Tomorrowland

VIDEOJOCOS

- Gamelab Barcelona

Fires, festivals i premis

CINEMA I VÍDEO

- Americana
- Asian Film Festival
- B'Ars
- BCCN
- Sant Jordi Film Fest
- BCN Sports Film
- Barcelona Visual Sound
- Craft Film Festival
- Choreoscope
- D'A Film Festival
- Dart
- Docs Barcelona
- Festival de Cinema Jueu
- Festival de Cinema i Drets Humans
- El Meu Primer Festival
- Ficab
- Fire!
- In-Edit Festival
- Inclús
- La Gran Pantalla
- L'Alternativa
- Loop BCN
- Mostra Internacional de Films de Dones
- Mecal
- Non Stop
- OFFSide
- Ohlalà!
- Reteena
- Rueda
- Sala Montjuïc
- Suncine
- Subtravelling
- U22

LLIBRES I PREMSA

- Saló Internacional del Còmic de Barcelona
- Arts Libris
- Flic
- Graf
- Liber
- Literal
- Saló del Manga
- 42
- Món Llibre
- Setmana del Llibre en Català
- Sant Jordi
- Fira del Llibre d'Ocasíó, Antic i Modern

ARQUITECTURA

- 48h Openhouse Barcelona
- Arq4design
- Architects, not Architecture
- Architect@work
- Barq
- Lightecture
- Premi Mies van der Rohe
- Biennial Int. de Paisatge. Premi Rosa Barba
- Premis FAD
- Setmana d'Arquitectura
- UIA Capital of Architecture

FOOD DESIGN

- Fòrum Gastronòmic
- Foodture
- Independent Barcelona Coffee Festival
- Tast a la Rambla
- Passeig de *Gourmets*

Fires, festivals i premis

DISSENY

- ADCE Festival
- ADI Awards
- Algodonera Market Lab
- Anuaria
- Barcelona Knits
- Blanc!
- Design Market Barcelona
- Diagonal
- Barcelona Design Week
- Ei! Premis de disseny i enginyeria Elisava
- Expohogar
- Premis Enjoia't
- Fira Joya
- Festivalet
- Llum Barcelona
- Off Llum Barcelona
- The Future of Advertising
- Grrr
- Gaudeamus Projecta
- Jump the Gap
- Interhotel
- Premis Catalunya Ecodisseny
- Palo Alto Market
- Poblenou Open Day
- Poblenou Open Night
- Premis FAD
- OFFF
- Service Design Days
- Setmana d'Artesania de Catalunya
- Maker Faire
- Handmade Festival

MODA

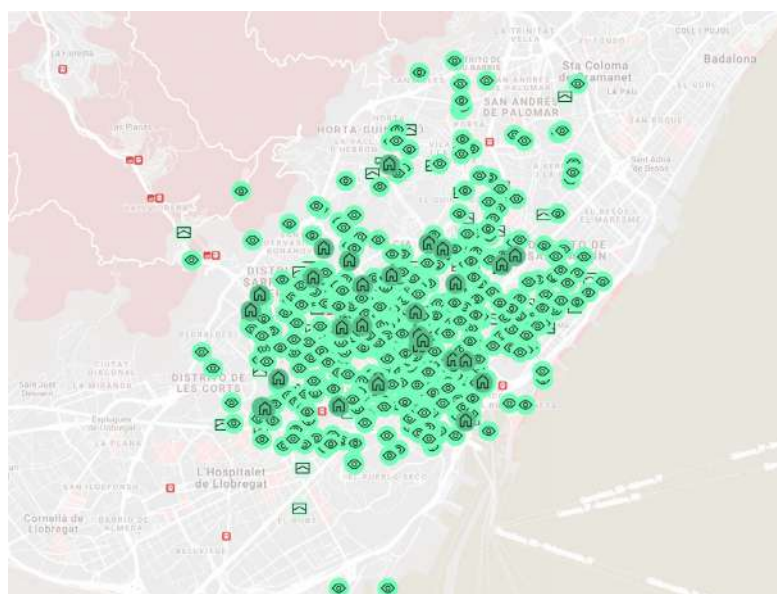
- Barcelona Bridal Fashion Week
- Barcelona Fashion Summit
- Barcelona Fashion Film Festival
- DrapArt
- Flea Market
- The Shopping Night Barcelona
- Moda.es
- 080 Fashion Week
- Moritz Feed Dog
- My Barrio
- Premis Moda-FAD
- Rec.0

Anàlisi de patrons de localització al territori

Mapeig georeferenciat de 4.675 empreses de les indústries creatives a Barcelona.

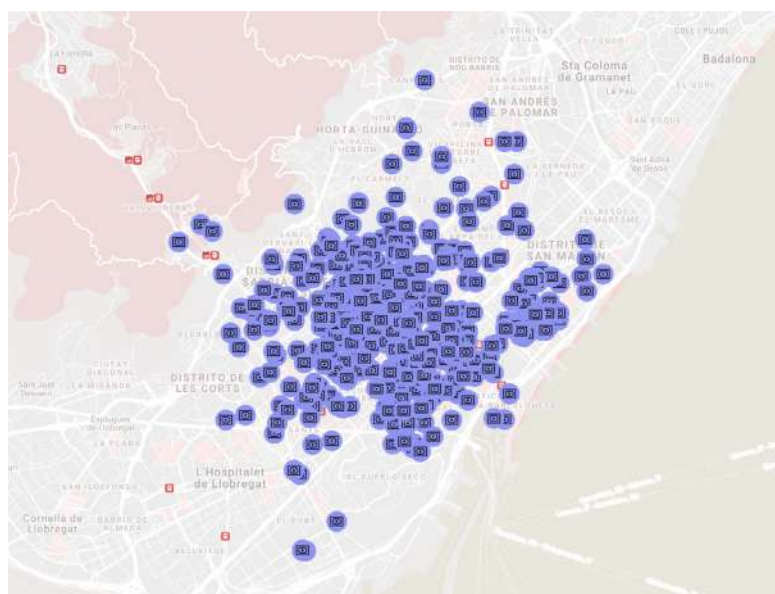
Nucli central

- Arts visuals
- Arts escèniques
- Patrimoni



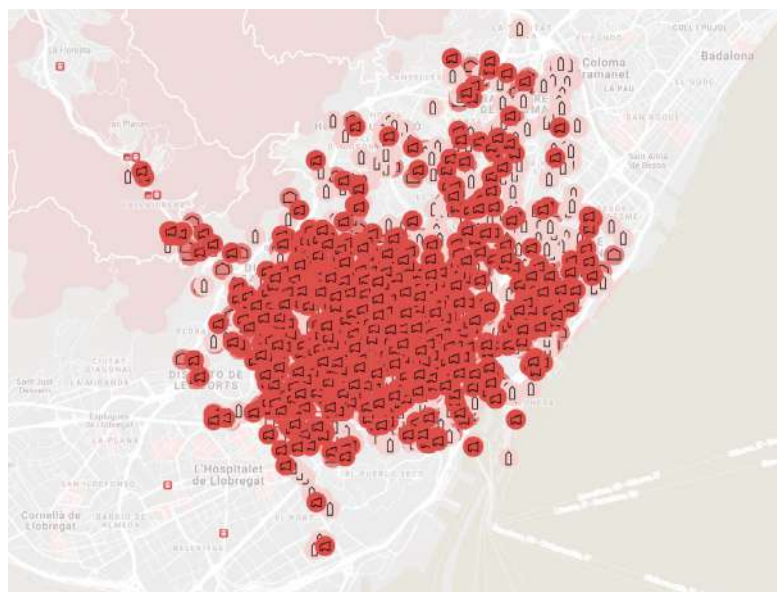
Indústria cultural

- Cinema i vídeo, TV i ràdio
- Edició de música
- Llibres i premsa
- Videojocs



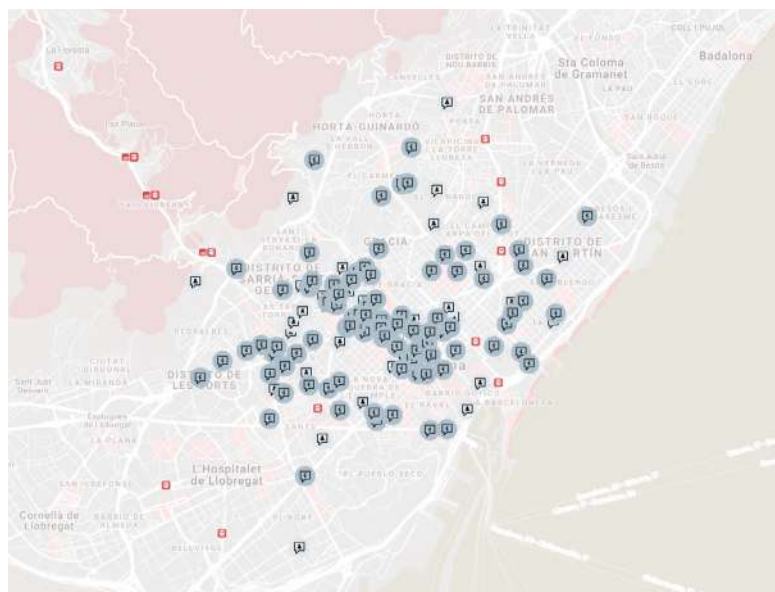
Indústries i activitats creatives

- Disseny
- Arquitectura
- Publicitat i comunicació
- Food design



Indústries complementàries

- Serveis de representació
- Serveis d'interpretació



Nucli central



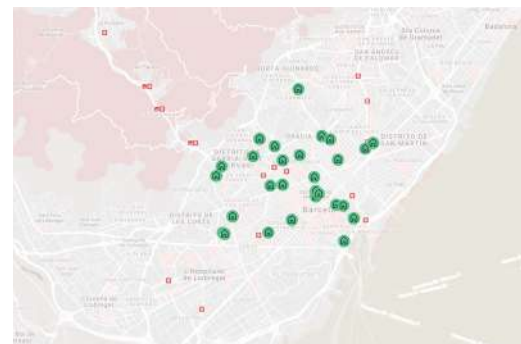
ARTS VISUALS

La indústria de les arts visuals té una densitat lleument més pronunciada tant a l'Eixample com a Sant Gervasi - Galvany.



ARTS ESCÈNIQUES

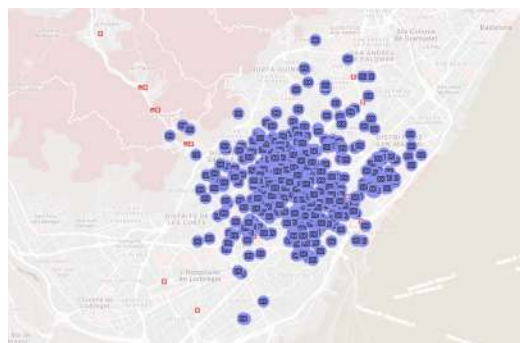
Les empreses del segment de les arts escèniques se situen al conjunt de la ciutat, amb predomini als districtes de l'Eixample, Gràcia i a Ciutat Vella (Gòtic), zona seguida de la Diagonal.



PATRIMONI

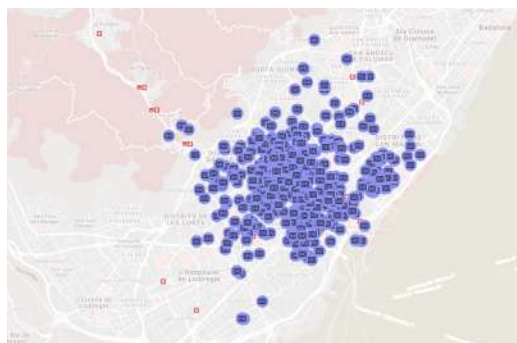
Les iniciatives de patrimoni cultural estan disgregades homogèniament per tot Barcelona.

Indústria cultural



CINEMA I VÍDEO

Pel que fa a les companyies de cinema i vídeo, es localitzen principalment als districtes de Gràcia, l'Eixample i Sant Martí, especialment al barri del Parc i la Llacuna del Poblenou.



TV I RÀDIO

En relació amb els negocis de TV i ràdio, hi ha una concentració a l'avinguda Diagonal entre els districtes de l'Eixample i Gràcia, i amb menor densitat al Poblenou.



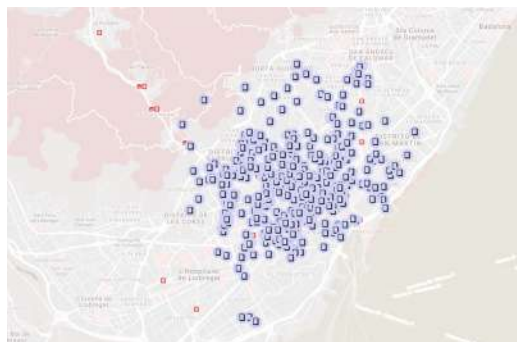
EDICIÓ DE MÚSICA

Les organitzacions dedicades a l'edició de música es troben sobretot a Gràcia i Ciutat Vella.



VIDEOJOCs

La massa empresarial vinculada amb els videojocs s'agrupa a la zona del 22@ i a les Corts.



LLIBRES I PREMSA

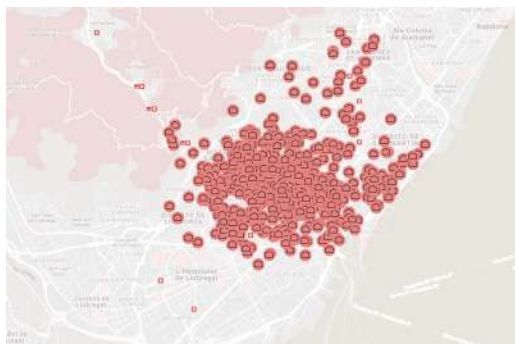
Els compresos al segment de llibres i premsa s'apleguen majoritàriament a Sant Gervasi - Galvany, Vila de Gràcia i la Dreta de l'Eixample.

Indústries i activitats creatives



DISSENY

En relació amb el segment del disseny, es distingeix una lleu concentració d'empreses al Parc i la Llacuna del Poblenou, l'Antiga Esquerra de l'Eixample i Sant Gervasi - la Bonanova.



ARQUITECTURA

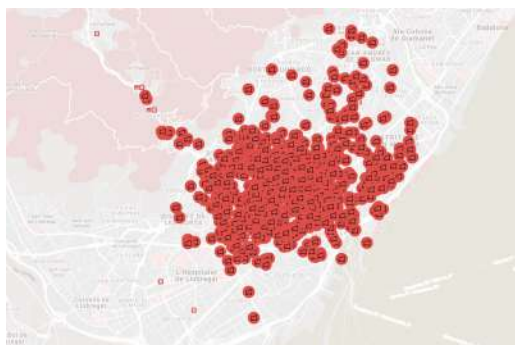
La densitat de firmes a l'àmbit de l'arquitectura s'incrementa als barris de la Dreta de l'Eixample, Vila de Gràcia, el Putxet i el Farró i Sant Gervasi - la Bonanova.

El districte de Barcelona amb més empreses dedicades a la indústria creativa és l'Eixample, seguit de Sarrià - Sant Gervasi. D'altra banda, els districtes de Sant Martí i Gràcia també tenen una gran aflluència de negocis.



FOOD DESIGN

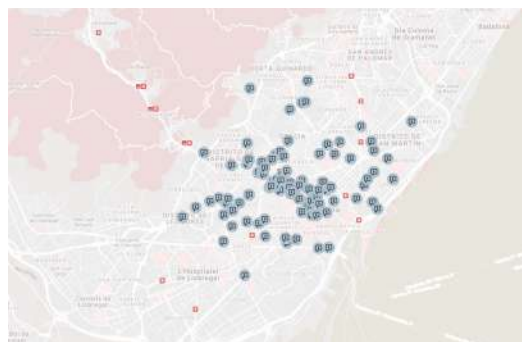
Els projectes de *food design* es troben per tota la ciutat, però destaca la Dreta de l'Eixample.



PUBLICITAT

Hi ha una destacable agrupació d'empreses de publicitat a la zona central de la Diagonal, entre els barris de Sant Gervasi - Galvany, l'Antiga Esquerra de l'Eixample i la Dreta de l'Eixample.

Indústries auxiliars



SERVEIS DE MEDIACIÓ I INTERMEDIACIÓ

Les empreses de serveis de mediació i intermediació estan repartides de forma dispersa a Barcelona, amb petites concentracions als barris de la Vila de Gràcia i la Dreta de l'Eixample.



1 1

Oferta formativa

Il·lustratiu parcial

ARTS VISUALS

- ESDAP
- ESDI
- Facultat de Belles Arts. Universitat de Barcelona
- Escola Antoni Algueró
- Escola d'art floral de Barcelona
- Groc
- Grisart
- Idep
- Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya
- La Salle. Universitat Ramon Llull

CINEMA I VÍDEO

- ESCAC
- EMAV
- CEV
- ENTI
- FX Animation
- ITES
- IPF
- Vive Formació

ARTS ESCÈNIQUES

- Institut del Teatre
- Eòlia
- Col·legi de Teatre de Barcelona
- Sala Beckett. Obrador Internacional de Dramatúrgia
- Èxit
- Platea
- Lazzigags
- ESMUC
- Conservatori Liceu
- Palau de la Música. Orfeó Català
- Taller de Músics

TV I RÀDIO

- Universitat Autònoma de Barcelona
- Universitat Pompeu Fabra

EDICIÓ DE MÚSICA

- TAI
- IGECA

PATRIMONI

- Escola Superior de Conservació i Restauració de Béns Culturals de Catalunya
- Universitat de Barcelona
- Universitat Autònoma de Barcelona

VIDEOJOCS

- Universitat de Barcelona
- Universitat Politècnica de Catalunya
- Universitat Pompeu Fabra
- La Salle. Universitat Ramon Llull
- CEV
- Enti
- FX Animation
- IFP
- LCI Barcelona
- L'Idem
- SAE Institute

LLIBRES I PREMSA 

- Universitat Autònoma de Barcelona
- Universitat de Barcelona
- Universitat Pompeu Fabra

DISSENY 

- BAU
- EINA
- Elisava
- Escola Massana
- Escola de la Dona
- ESDESIGN
- IED
- LCI Barcelona
- L'Idem
- La industrial
- Labasad
- RMIT University

ARQUITECTURA 

- ETSAB. Universitat Politècnica de Catalunya
- UPC School. Fundació Politècnica de Catalunya
- La Salle. Universitat Ramon Llull
- UIC
- IAAC
- Escola Sert

FOOD DESIGN 

- Barcelona Culinary Hub
- Bellart
- Campus de l'Alimentació. Universitat de Barcelona
- CETT. Universitat de Barcelona
- Culinary Institute of Barcelona
- Elisava
- Escola de Pastisseria del Gremi de Barcelona
- ESHOB
- Espai Sucre
- IED

PUBLICITAT 

- Blanquerna. Universitat Ramon Llull
- ESERP
- Universitat de Barcelona
- Universitat Pompeu Fabra
- Monlau
- Vive Formación

ALTRES

- Barcelona School of Creativity
- Harbour. Space
- Implika

Demanda de perfils professionals per a les ICC

DISTRIBUCIÓ DE LES OFERTES LABORALS EN L'ÀMBIT DE LES ICC QUE HAN ARRIBAT A BARCELONA ACTIVA (2019-2021)

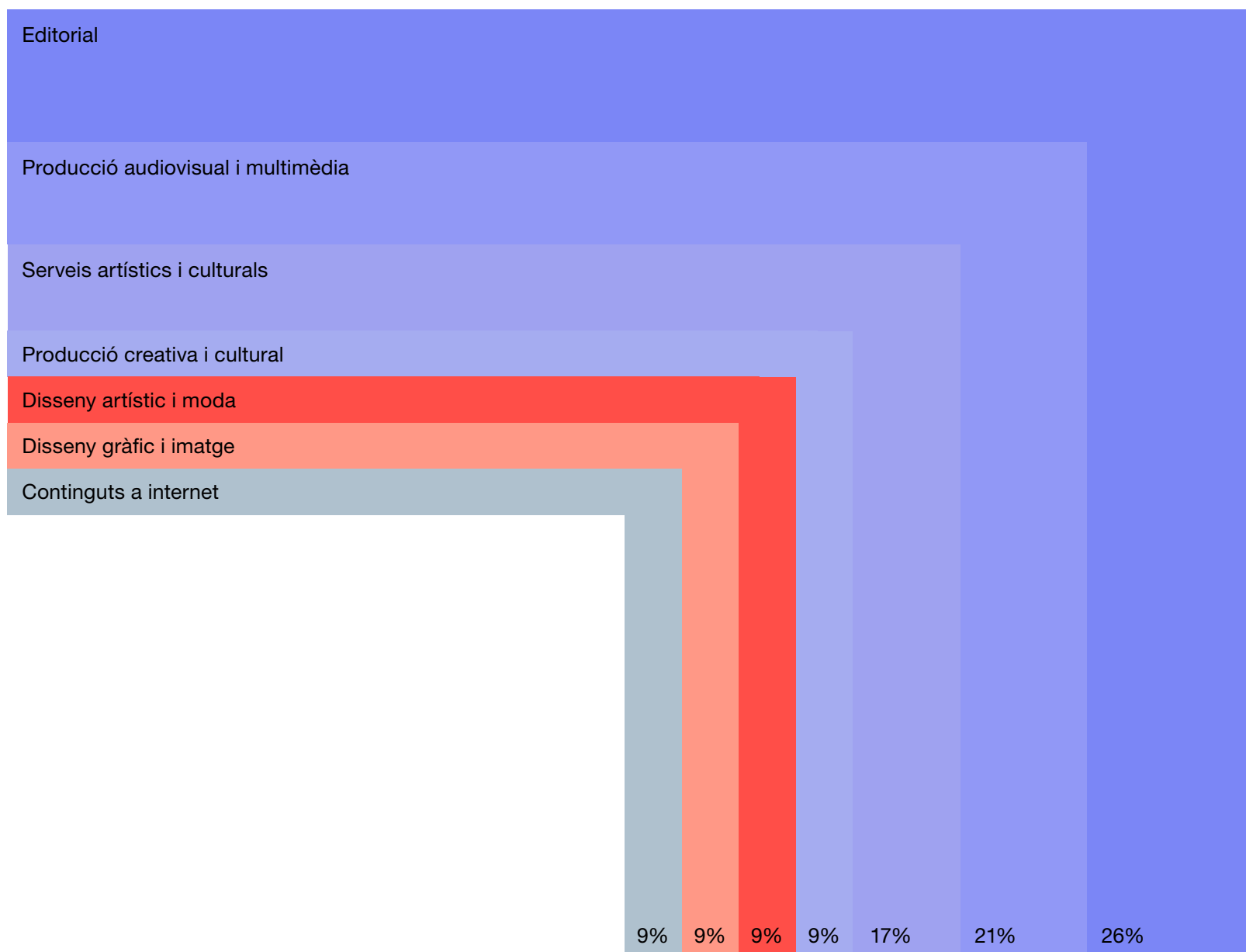
En els subsegments amb més component tecnològic, hi ha una gran demanda de perfils professionals, que generalment troben ocupació abans d'acabar els estudis.

En l'àmbit de la indústria cultural, en què sovint es treballa per projectes, els perfils creatius es contracten per coneixença, o a través d'autocandidatures. Les demandes no arriben als serveis d'ocupació.

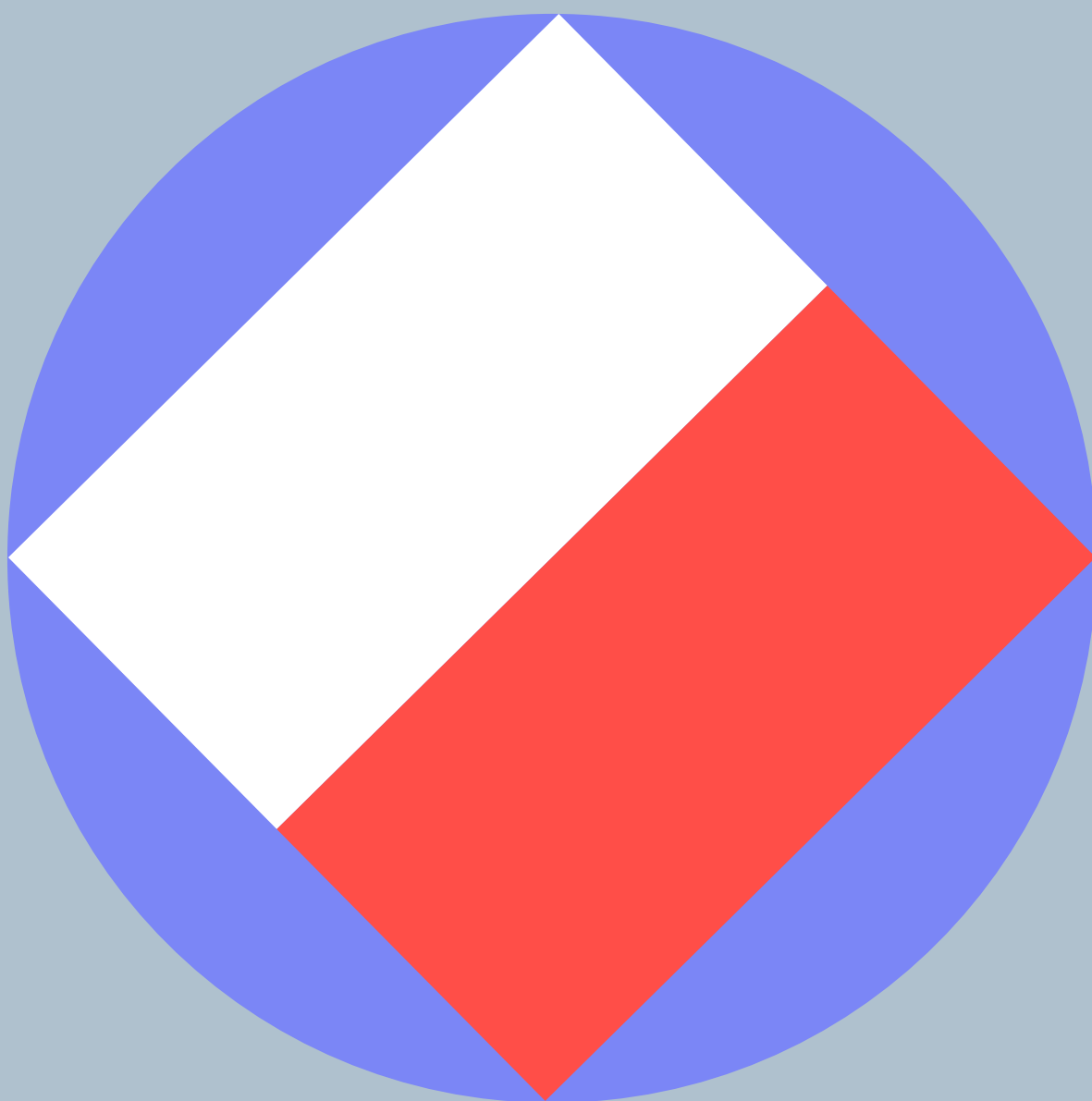
Tampoc s'identifica falta de perfils professionals en les funcions de suport a les ICC.

En el nucli central i alguns segments de la indústria cultural, la precarietat laboral és destacada.

Només el 2% de les vacants que arriben al Servei d'Intermediació de Barcelona Activa són d'indústries culturals i creatives.

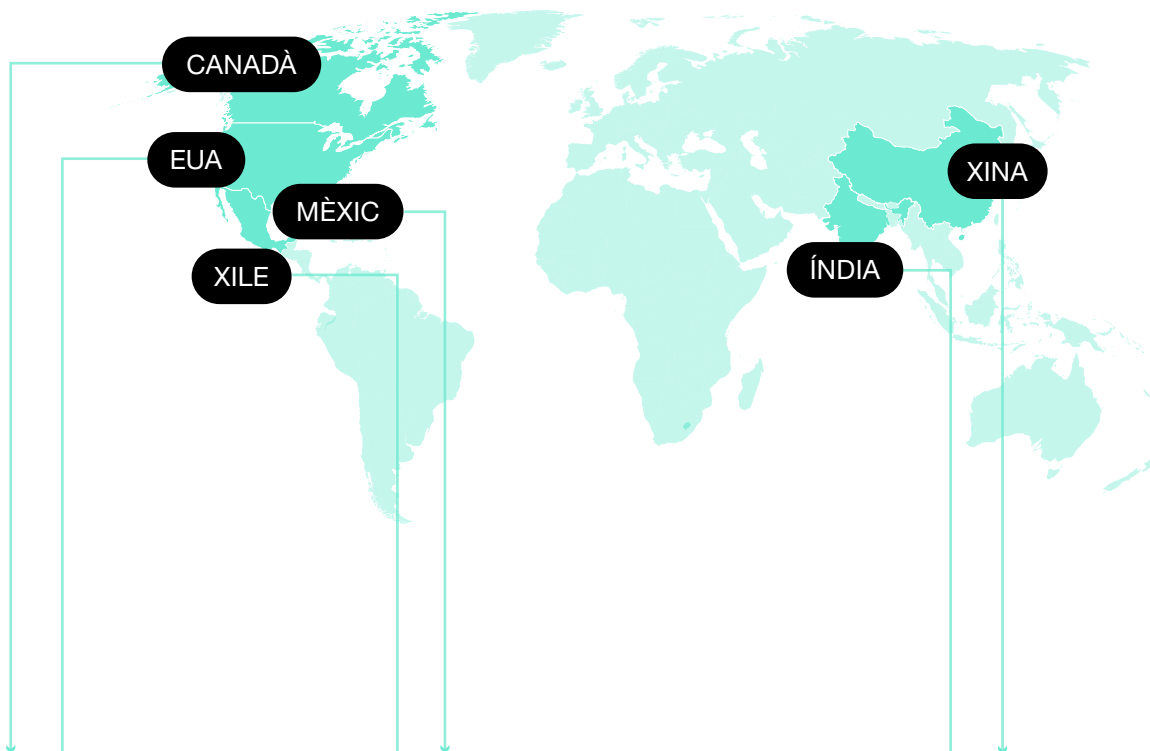


Regions de referència



Nucli central

Àmbit global



CANADÀ



Montreal és seu de la productora de teatre més gran: el Cirque du Soleil. A més a més, disposa d'una de les escoles més prestigioses de circ en l'àmbit mundial, l'École Nationale de Cirque.

D'altra banda, Toronto es considera una ciutat referent en arts escèniques a l'estil de Broadway però amb preus molt més accessibles. El Royal Alexandra és el teatre més antic d'Amèrica del Nord.

ESTATS UNITS



El centre de Chicago, conegut com The Loop, és la seu d'una gran quantitat d'espais culturals com el Teatre Goodman i el Teatre Chicago. Nova York és la ciutat amb més quantitat de teatres del món, amb 420 aproximadament. El talent mundial en actuació, cant, direcció o dramaturgia posa els seus ulls a Broadway per mostrar les seves habilitats artístiques.

MÈXIC



Mèxic és el setè país amb més llocs declarats Patrimoni de la Humanitat segons la Unesco, amb 35. Alguns llocs tenen un valor incalculable, com la ciutat maia de Chichen Itzà, situada al Yucatán.

La Ciutat de Mèxic té al voltant de 40 teatres i es considera una ciutat de referència en creació, producció i reproducció d'obres teatrals, de dansa i de música.

XILE



La ciutat de Valparaíso és Patrimoni Cultural de la Humanitat de la Unesco i una de les urbs amb més art urbà del món. Valparaíso disposa de nombroses rutes per admirar els prop de 1.400 graffitis repartits per tots els barris de la ciutat. A més a més, és de les poques ciutats on el grafiti i els murals no són il·legals.

XINA



La Xina és el segon país amb més llocs declarats Patrimoni de la Humanitat segons la Unesco, amb un total de 55. Una part de l'antiga Ruta de la Seda o la gran muralla xinesa són alguns dels exemples del gran patrimoni xinès.

A Pequín el 2007 es va inaugurar el Gran Teatre Nacional, conegut com "l'ou", que presenta òperes, música i teatre.

ÍNDIA



L'Índia és el sisè país amb més llocs declarats Patrimoni de la Humanitat segons la Unesco, amb 38. El Taj Mahal és un dels més coneguts a l'Índia, però el seu patrimoni va més enllà, i inclou alguns dels temples més impressionants del món, com les coves d'Ellora.

Nucli central

Àmbit europeu



ESCÒCIA



A Edimburg el Festival Fringea reuneix anualment centenars d'intèrprets del món de la comèdia, la música i l'òpera.

REGNE UNIT



Londres produeix la quantitat més gran d'obres de teatre del món, amb més de 32.400 funcions cada any.

La ciutat de Bristol és considerada un museu a l'aire lliure, amb el carrer Nelson Street com a punt més popular, i és on va néixer un dels artistes més reconeguts en art urbà, Banksy.

FRANÇA



París és la segona ciutat del món amb més nombre de teatres, amb 353, tan sols després de Nova York. Un dels recintes més importants és l'Òpera Garnier, coneguda com a Òpera de París.

ESPANYA



La riquesa cultural d'Espanya és molt àmplia, amb molts monuments i llocs naturals de gran valor per al món, com les coves d'Altimira o l'Alhambra de Granada. Actualment és el tercer país amb més llocs declarats Patrimoni de la Humanitat per la Unesco, amb 48.

ITÀLIA



És el país amb un dels patrimonis més rics del món. El mont Etna, a Sicília, o el centre històric de Roma són alguns dels exemples del valuós patrimoni italià. Actualment Itàlia és el país amb més llocs declarats Patrimoni de la Humanitat per la Unesco, amb 55.

GRÈCIA



A Atenes cada any té lloc el Festival d'Atenes, al Teatre Odeon d'Herodes Àtica, conegut com Herodiòn, que reuneix les estrelles més importants del món del teatre, la música i la dansa.

SUÈCIA



Estocolm té una arrelada tradició musical i s'hi troba una de les institucions mundials de música més importants, el Royal College of Music.

ALEMANYA



Alemanya disposa d'un un dels patrimonis més valorats del món. A tot el país es poden trobar esglésies impressionants, com la catedral d'Aquisgrà o la de Colònia. És el quart país amb més lloc declarats Patrimoni de la Humanitat segons la Unesco, amb un total de 47.

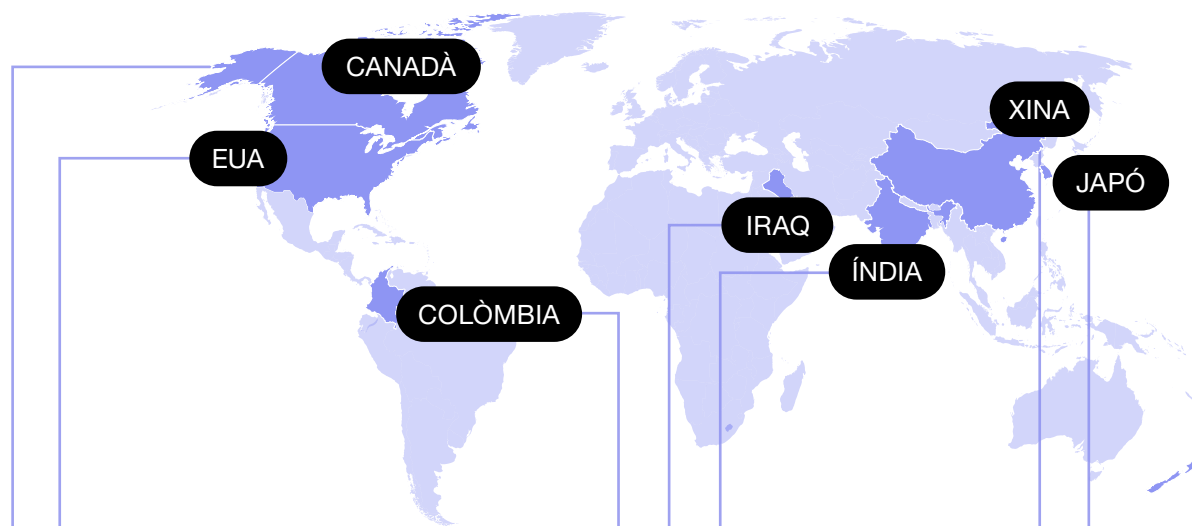
ÀUSTRIA



A la ciutat de Viena se situa una de les universitats més reconegudes en el món de les arts escèniques, la Universitat de Música i Art Dramàtic de Viena.

Indústria cultural

Àmbit global



CANADÀ

La indústria dels videojocs al país s'ha convertit en una de les més potents en l'àmbit mundial gràcies a l'esforç del Govern per atraure talent i proporcionar incentius fiscals per al sector.

ESTATS UNITS

País on es troben les companyies propietàries de videojocs més reconegudes del món com Fortnite (Epic Games) o Minecraft (Microsoft) i estudis de videojocs molt coneguts com Activision Blizzard o Electronic Arts. S'organitzen esdeveniments líders en el camp dels videojocs, com l'E3 i el GDC.

El districte de Hollywood, a Los Angeles, és un dels referents en cinematografia amb les productores internacionals més grans, com Warner Bros, Universal Studios o 20th Century Studios. L'estat de Califòrnia és un dels que ofereix més desgravacions fiscals per a rodatges al país.

Seattle es classifica com la ciutat més lectora d'Amèrica i una de les tres més alfabetitzades de la regió. També és l'urbs amb més llibreries per càpita del país.

COLÒMBIA

Bogotà és una ciutat creativa reconeguda per la seva rica escena musical. La iniciativa pública ha impulsat el programa "Festivales al parque", que ofereix concerts gratuïts a l'aire lliure d'artistes locals de rock, jazz, salsa, hip-hop i òpera. Bogotà també té uns altres 60 festivals de música anuals i 500 sales de música.

IRAQ

Baghdad es beneficia de centres i programes d'investigació literària estatal i no governamental locals com la Unió d'Escriptors Iraquiens, la Casa d'Afers Culturals, la Casa de Traducció i Edició *al-Mamoon* i la Casa de Poesia de l'Iraq.

ÍNDIA

Més conegut com a Bollywood, el centre de producció audiovisual de Bombai és un dels hubs audiovisuals més grans del món. En aquest centre es produeix el nombre més gran de llargmetratges en l'àmbit mundial.

XINA

És el segon país amb més produccions de llargmetratges. A més a més, algunes de les productores més reconegudes del món són xineses, com Alibaba (*Mission Impossible*) o Polybona (*Once Upon a Time in Hollywood*).

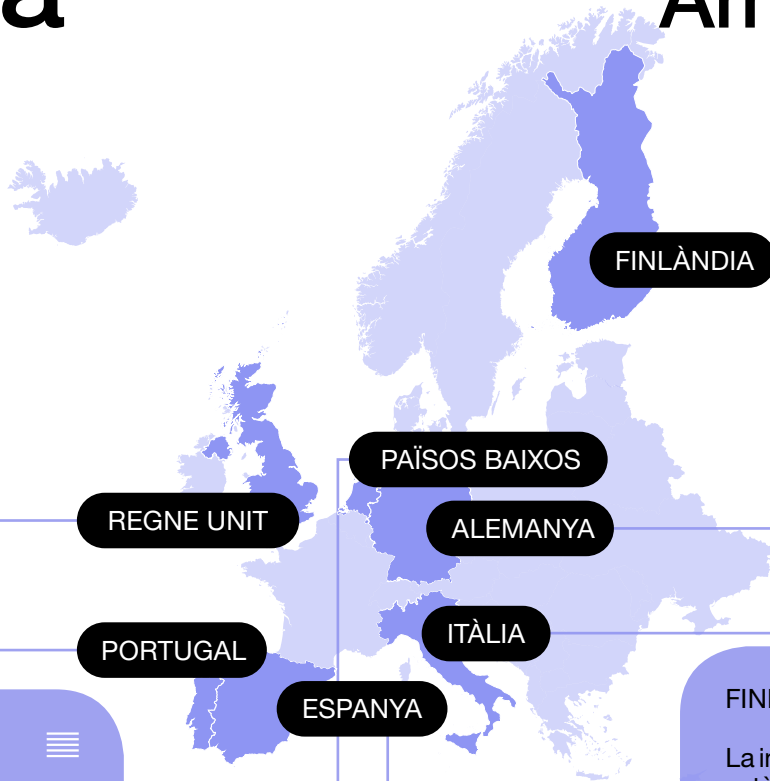
A Hangzhou s'ha desenvolupat un barri exclusiu destinat als esports electrònics. La ciutat és seu dels Asian Games 2022, que incorpora els esports electrònics com a nova modalitat d'esport.

JAPÓ

País referent en videojocs en l'àmbit mundial amb estudis reconeguts com Nintendo, Sega, Sony i Capcom. Existeix la cultura *otaku* que connecta persones amb interessos comuns: videojocs, anime o còmics.

Indústria cultural

Àmbit europeu



PORTUGAL

Amarante ha invertit en la indústria musical com a facilitador clau per a la inclusió social per estimular noves habilitats i oportunitats laborals. El municipi ha desenvolupat un conjunt de polítiques de suport a les organitzacions locals que promouen la difusió i les pràctiques musicals.

REGNE UNIT

És el país europeu amb més produccions audiovisuals i disposa dels estudis més grans d'Europa, els anomenats Pinewood Studios.

És un dels països europeus amb més inversió estrangera en el camp dels videojocs. La fira London Games Festival dona suport a la creació de videojocs i a la seva cultura a la ciutat.

La literatura s'incorpora en el teixit de Manchester, amb esdeveniments que tenen lloc a biblioteques, cafeteries, pubs, teatres, museus i locals d'arts. Es calcula que a Manchester es produeixen 800 esdeveniments literaris l'any.

El Festival Internacional de Música de Liverpool, el Liverpool Sound City, l'Africa Oye i el Psych Festival són esdeveniments emblemàtics en el món de la música.

PAÏSOS BAIXOS

La literatura és un component clau en la construcció d'identitats d'Utrecht. El municipi ha realitzat una campanya promocional en què més de 150 llocs de la ciutat s'han adornat amb poesia i obres d'art literàries.

ESPANYA

A Madrid se situen algunes productores molt reconegudes com Netflix. A més a més, s'està invertint en la construcció d'un dels complexos de producció cinematogràfica més grans d'Europa, el Madrid Content City.

Granada és, sobretot, la ciutat de Federico García Lorca, l'escriptor espanyol més conegut i traduït després de Cervantes. La ciutat ha construït una gran xarxa d'equipaments, esdeveniments i institucions al voltant de la figura de Lorca i tot el seu llegat.

A Sevilla hi ha espais oberts públics dedicats a la música, l'òpera o la música simfònica, passant per fundacions, organitzacions juvenils, escoles i conservatoris: la ciutat ofereix a la ciutadania una manera d'impli-car-se en la creació i valoració de la música.

FINLÀNDIA

La indústria dels videojocs a Finlàndia està considerada com una de les més rellevants tant a Europa com en l'àmbit mundial, especialment en el camp del desenvolupament per a mòbils.

ALEMANYA

És considerat el mercat de videojocs amb més volum en l'àmbit europeu. A més a més, és la seu de l'organitzador més gran d'esports electrònics del món (ESL).

Mannheim veu la música com un motor per al desenvolupament de polítiques artístiques, econòmiques, educatives i urbanes.

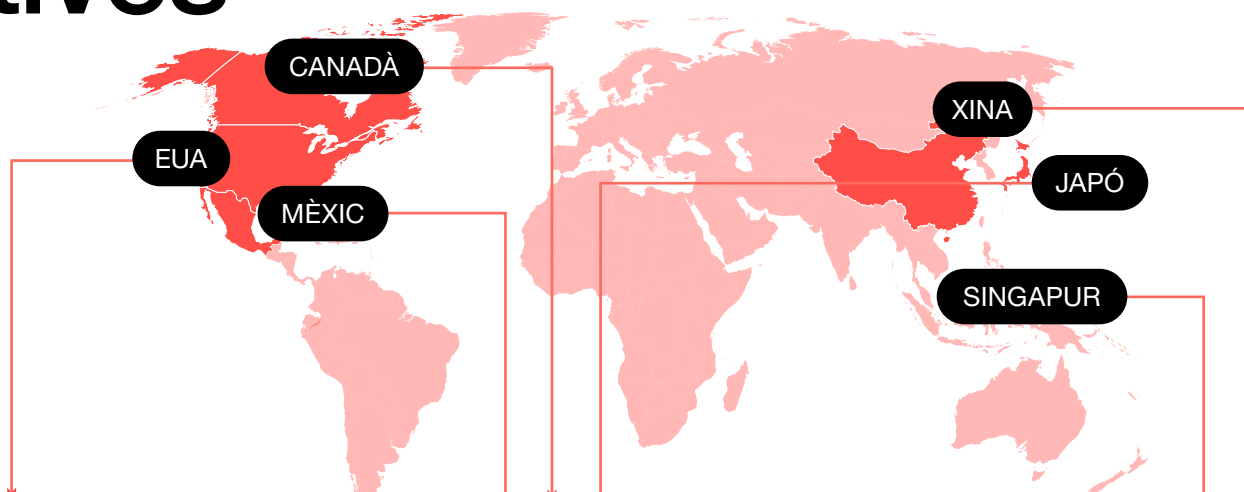
ITÀLIA

Milà ha desenvolupat una experiència important en accions estratègiques i responsables per al futur del sector editorial. El 2012 va llançar Bookcity, un esdeveniment dedicat a debatre sobre la transformació de la indústria editorial en l'era digital.

D'altra banda, Bolonya destaca per la seva àmplia promoció del sector musical, que se celebra en una sèrie de reconeguts festivals internacionals, com el Bologna Festival, de música clàssica.

Indústries i activitats creatives

Àmbit global



ESTATS UNITS



És el país de referència en el segment de comunicació i publicitat. No només és la seu de les agències de comunicació més reconegudes i amb més premis del món (com McCann, Grey i BBDO), sinó que disposa del mercat més gran per volum d'inversió. A més a més, s'hi celebren les fires més importants en aquest camp, com la MarTech Conference, l'expo SMX, la MozCon i la Social Media Marketing World.

És el sisè país amb més restaurants del món amb Estrella Michelin, amb un total de 187. A més a més, 6 restaurants nord-americans són a la llista "The World's 50 best restaurants".

Nova York és una de les ciutats referents en arquitectura avançada. És seu d'alguna de les firmes d'arquitectura més prestigioses, com Kohn Pedersen Fox i Perkins Eastman, entre altres. A més a més, en l'àmbit mundial és una de les ciutats amb més edificis certificats com a edificis sostenibles (LEED).

San Francisco és seu d'una de les World Design Weeks.

CANADÀ



Montreal és una "ciutat de dissenyadors" que té més de 25.000 professionals que treballen en aquest camp. Al llarg dels anys s'han desenvolupat estratègies per impulsar el disseny, com ara garantir un millor reconeixement als professionals, millorar l'accés a les comissions públiques dels dissenyadors, sensibilitzar els talents i desenvolupar els seus mercats. Per la seva banda, Toronto és seu d'una de les World Design Weeks.

MÈXIC



La Ciutat de Mèxic és mundialment reconeguda per la seva oferta de festivals de disseny, incloent-hi el Mexican Open Design, la Design Week Mexico i la Mextrópoli. Actualment, la indústria del disseny genera 41,93 milions de dòlars i dona feina a 68.254 persones.

JAPÓ



És el segon país amb més restaurants amb Estrella Michelin, amb un total de 415. A més a més, dos restaurants japonesos són a la llista "The World's 50 best restaurants".

XINA



Fires com l'Expo d'Arquitectura Verda i Materials de la Construcció o la China Architectural Design Expo són reconegudes en l'àmbit mundial. A més a més, algunes de les universitats més prestigioses són xineses, com la Shanghai Jiao Tong University, la Tsinghua University i la Tongji University.

A finals del 2013, a Shanghai hi havia 87 clústers creatius, més de 4.000 agències i institucions innovadores relacionades amb el disseny, 283 institucions d'art, 239 centres comunitaris d'art i culturals, 100 museus, 25 biblioteques i 743 institucions d'arxiu.

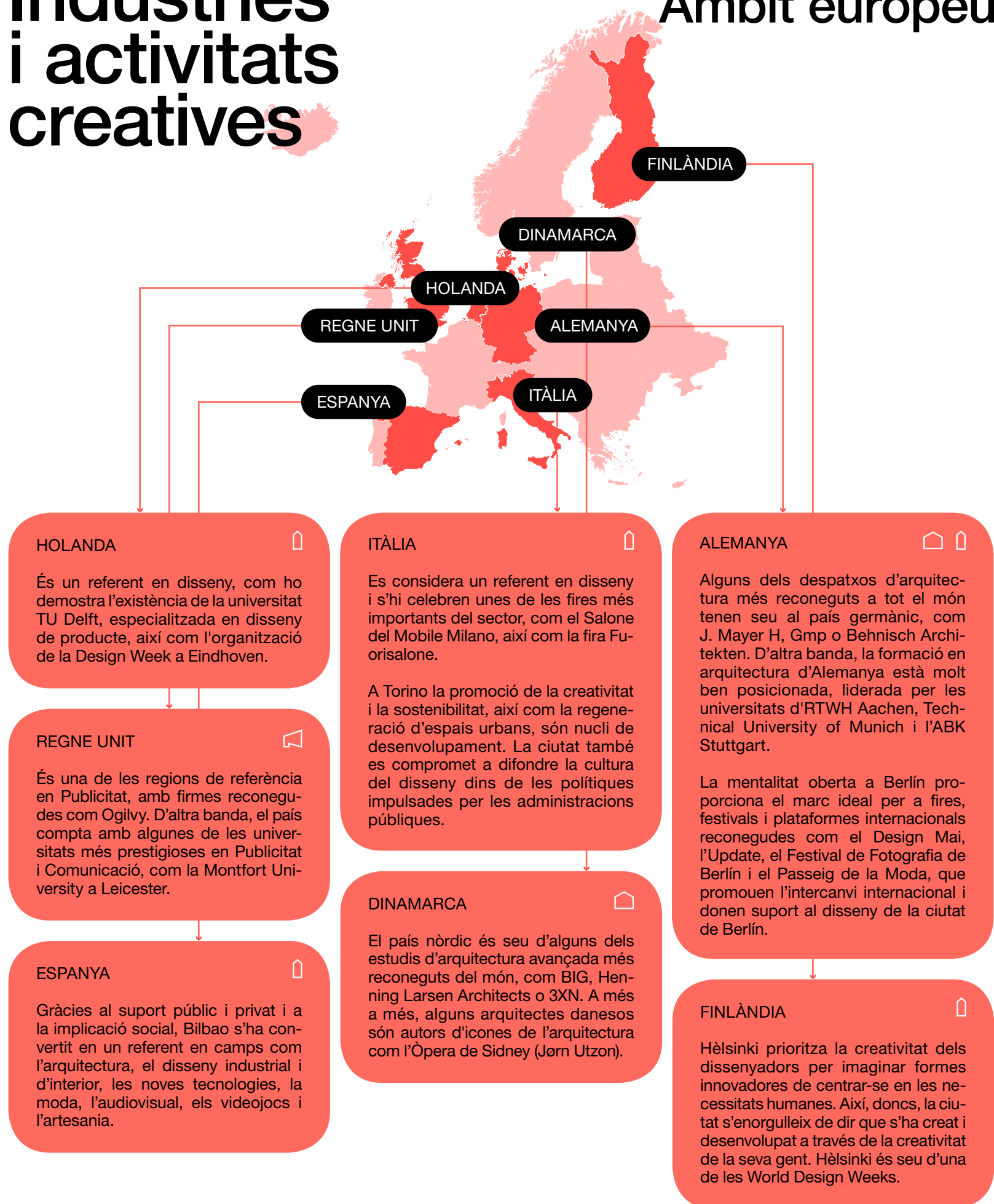
SINGAPUR



El disseny segueix sent el motor clau de l'economia creativa local de Singapur i aporta anualment uns 2,13 milions de dòlars al PIB de la ciutat, amb una estimació de 5.500 empreses de disseny actives que donen feina a fins a 29.000 persones. Singapur ha dissenyat un pla mestre per treballar per mantenir el sector del disseny impulsat pel DesignSingapore Council.

Indústries i activitats creatives

Àmbit europeu



HOLANDA

És un referent en disseny, com ho demostra l'existència de la universitat TU Delft, especialitzada en disseny de producte, així com l'organització de la Design Week a Eindhoven.

REGNE UNIT

És una de les regions de referència en Publicitat, amb firmes reconegudes com Ogilvy. D'altra banda, el país compta amb algunes de les universitats més prestigioses en Publicitat i Comunicació, com la Montfort University a Leicester.

ESPANYA

Gràcies al suport públic i privat i a la implicació social, Bilbao s'ha convertit en un referent en camps com l'arquitectura, el disseny industrial i d'interior, les noves tecnologies, la moda, l'audiovisual, els videojocs i l'artesania.

ITÀLIA

Es considera un referent en disseny i s'hi celebren unes de les fires més importants del sector, com el Salone del Mobile Milano, així com la fira Fuorisalone.

A Torino la promoció de la creativitat i la sostenibilitat, així com la regeneració d'espais urbans, són nucli de desenvolupament. La ciutat també es compromet a difondre la cultura del disseny dins de les polítiques impulsades per les administracions públiques.

DINAMARCA

El país nòrdic és seu d'alguns dels estudis d'arquitectura avançada més reconeguts del món, com BIG, Henning Larsen Architects o 3XN. A més a més, alguns arquitectes danesos són autors d'icones de l'arquitectura com l'Òpera de Sidney (Jørn Utzon).

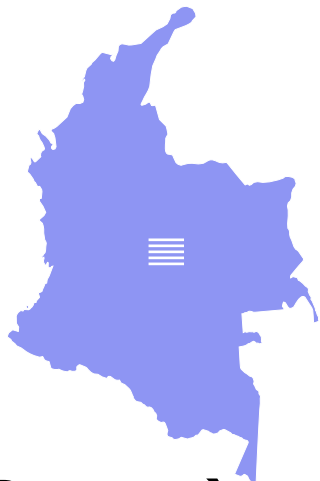
ALEMANYA

Alguns dels despatxos d'arquitectura més reconeguts a tot el món tenen seu al país germànic, com J. Mayer H, Gmp o Behnisch Architekten. D'altra banda, la formació en arquitectura d'Alemanya està molt ben posicionada, liderada per les universitats d'RWTH Aachen, Technical University of Munich i l'ABK Stuttgart.

La mentalitat oberta a Berlín proporciona el marc ideal per a fires, festivals i plataformes internacionals reconegudes com el Design Mai, l'Update, el Festival de Fotografia de Berlín i el Passeig de la Moda, que promouen l'intercanvi internacional i donen suport al disseny de la ciutat de Berlín.

FINLÀNDIA

Hèlsinki prioritza la creativitat dels dissenyadors per imaginar formes innovadores de centrar-se en les necessitats humanes. Així, doncs, la ciutat s'enorgulleix de dir que s'ha creat i desenvolupat a través de la creativitat de la seva gent. Hèlsinki és seu d'una de les World Design Weeks.



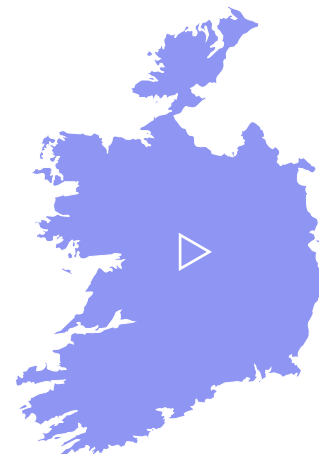
Bogotà, Colòmbia

Pla estratègic amb l'objectiu d'alinejar i dur a terme la coordinació intersectorial per a la implementació de polítiques per als camps de l'art, la cultura i el patrimoni cultural. Un dels àmbits prioritaris és la **música**.



Itàlia

El Ministeri del Patrimoni i de les Activitats Culturals i de Turisme d'Itàlia ha dissenyat un pla que té com a objectiu promoure un nou mètode d'utilització del **patrimoni** italià en el turisme.



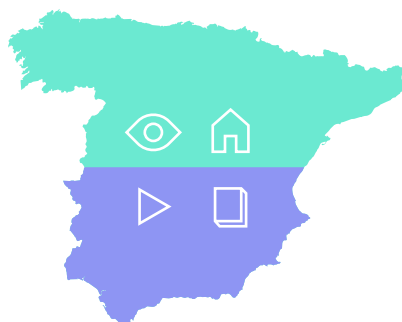
Irlanda

El Departament de Turisme, Cultura, Arts, Gaeltacht, Esport i Mitjans de Comunicació d'Irlanda va publicar, el 2018, un pla d'acció amb l'objectiu de situar Irlanda com a líder global de les **produccions audiovisuals**.



Montreal, Canadà

L'Oficina de Disseny de l'Ajuntament de Montreal ha promogut un pla d'acció posant el **disseny i l'arquitectura** com a àmbit clau per al desenvolupament econòmic i urbà de Montreal.



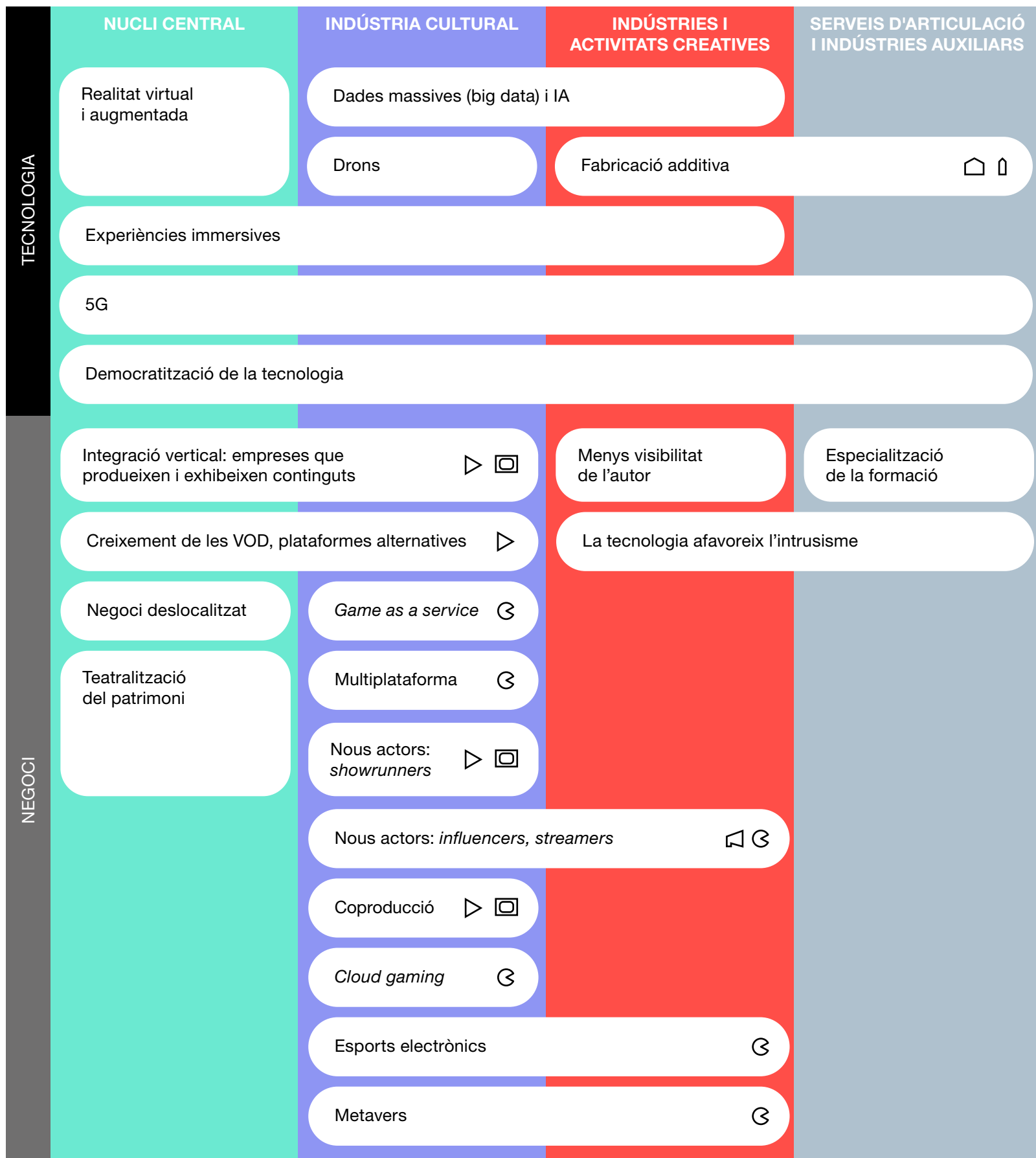
Madrid, Espanya

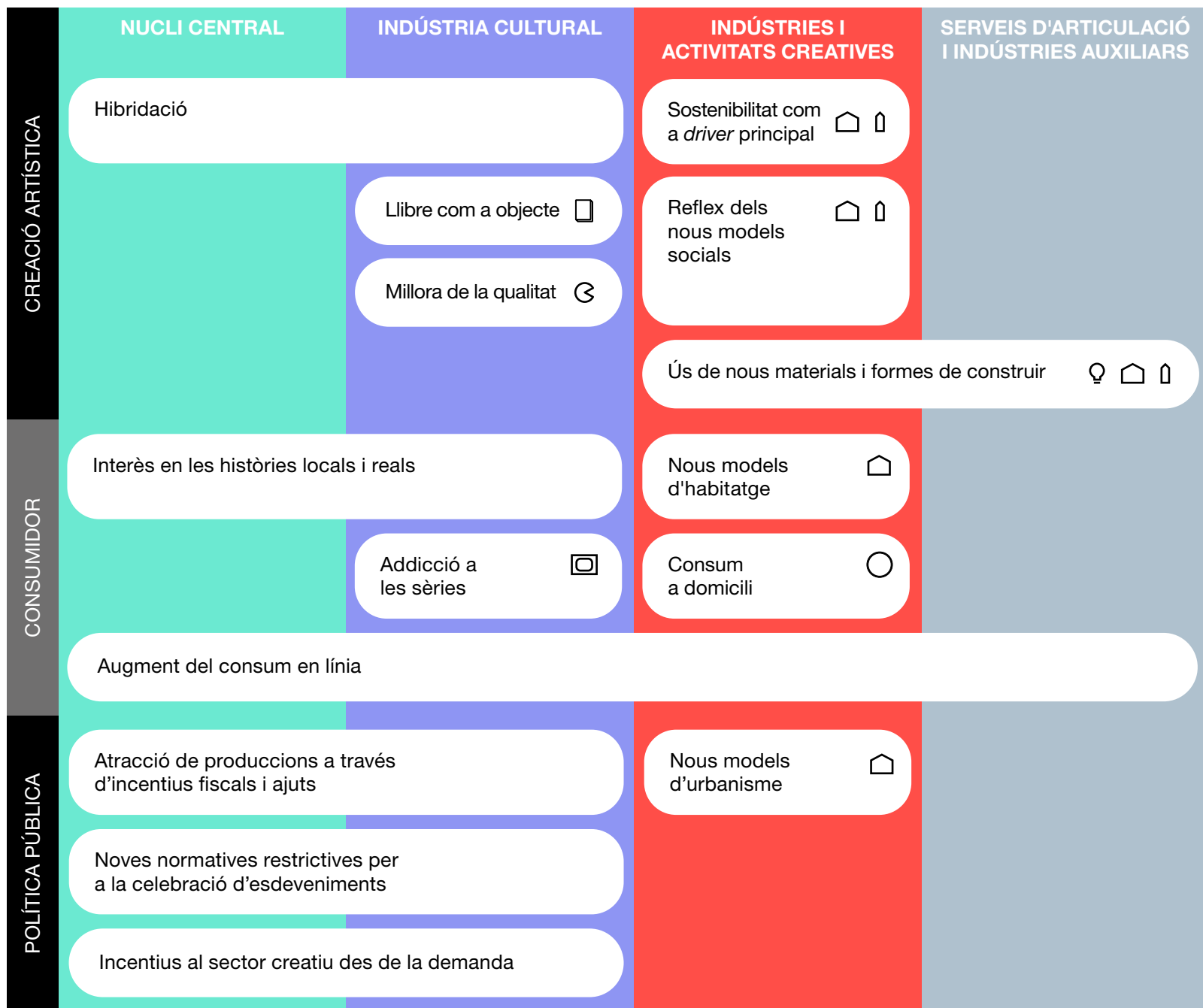
L'Àrea de Cultura, Turisme i Esport de l'Ajuntament de Madrid va llançar un pla amb diferents mesures per reactivar la cultura de la ciutat, en els segments d'**arts escèniques, patrimoni, cinema, art i sector editorial**.

Anàlisi estratègica

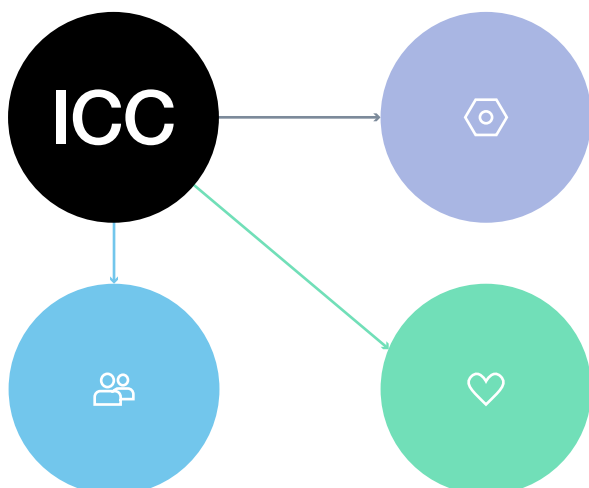


Tendències relacionades





Possibilitats d'interacció del sector creatiu



Indústria manufacturera

Publicitat especialitzada en indústria

Continguts audiovisuals per a la formació de treballadors

Disseny de producte

Disseny gràfic

User Experience / Interface

Economia digital / TIC

Animació digital

Videojocs

Experiències immersives

Treball en remot

Millora de l'experiència de l'usuari

Espectacles en *streaming*

Nous models de negoci basats en plataformes digitals

Salut i qualitat de vida

Ús de materials audiovisuals per superar fòbies, alentir el deteriorament cognitiu, etc.

Musicoteràpia

Ludificació

Food design (nutrició personalitzada / adaptada)

Llibres per millorar la qualitat de vida

Design for all

Arquitectura accessible i saludable

Economia verda i circular

Ús de materials audiovisuals per a formació

Ecodisseny

Design 4 Disassembly

Disseny circular

Nature-based solutions

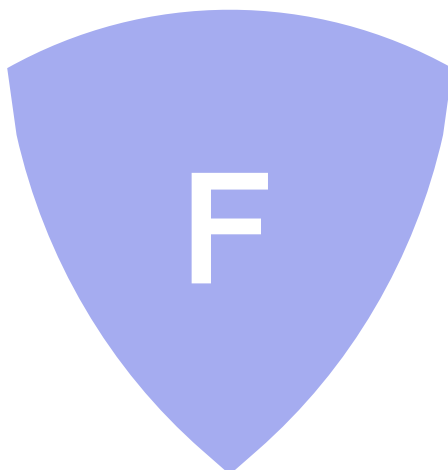
Moda sostenible

Economia social i solidària

Empreses creatives i culturals amb formes jurídiques considerades dins la Llei d'economia social i solidària

Empreses creatives i culturals que es basen en els valors de l'economia social i solidària

Anàlisi DAFO



Fortaleses

Marca Barcelona associada al sector creatiu.

Oferta formativa destacada i àmplia pedrera de talent tècnic.

Existència d'agents promotors de les ICC.

Ambients, infraestructures i equipaments propicis per a la creació.

Condicions geogràfiques favorables per atreure i retenir talent.



Oportunitats

Capacitat de desenvolupament tecnològic i de generació de nous models de negoci digitals.

Gran diversitat de les ICC a la ciutat.

Valoració dels recursos patrimonials des d'una perspectiva contemporània i digital.

Projecció cap a l'exterior.

Fons per a la recuperació econòmica.



Debilitats

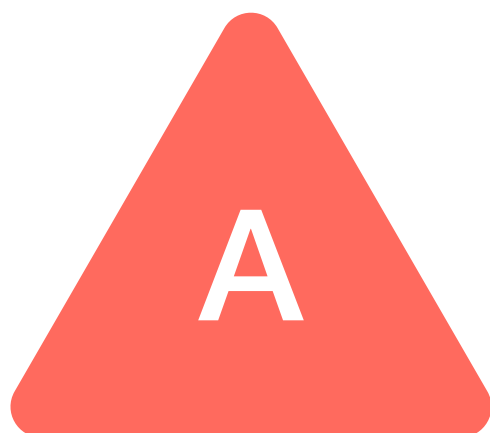
Orientació a curt termini en l'articulació del sector.

Teixit empresarial fràgil, heterogeni i atomitzat.

Col·laboració interempresarial, interinstitucional i publicoprivada limitada.

Connexió feble entre coneixement, talent i empresa.

Baix consum cultural, particularment entre les noves generacions.



Amenaces

Proximitat d'altres pols d'atracció.

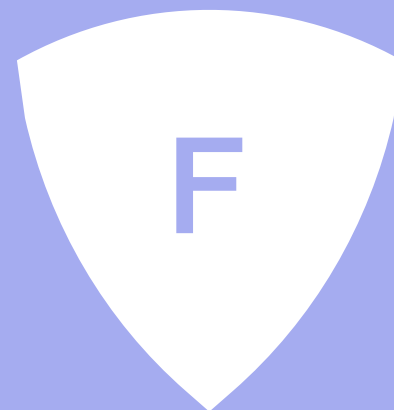
Nous models de comportament dels usuaris.

Falta d'incentius fiscals.

Model econòmic molt centrat en el turisme i el patrimoni.

Crisi econòmica latent davant un sector molt dependent del públic.

Fortaleses



1 Marca Barcelona associada al sector creatiu

El nomenament de Barcelona com a ciutat de la literatura per part de la Unesco, així com el reconeixement de la ciutat com a *hub* de disseny i innovació o l'anunci recent de Barcelona com a Capital Mundial de l'Arquitectura UIA-Unesco (any 2026), són exemples de com la marca Barcelona està posicionada internacionalment. I això pot ser un element tractor de perfils creatius que vulguin desenvolupar la seva carrera professional a Barcelona.

2 Oferta formativa destacada i àmplia pedrera de talent tècnic

Àmplia i diversa oferta formativa i de qualitat relacionada amb la creativitat i la tecnologia. Algunes de les universitats són reconegudes en l'àmbit internacional i atreuen talent estranger.

3 Existència d'agents promotors de les ICC

Existència d'un teixit associatiu entorn de les indústries culturals i creatives, així com d'organismes públics i privats destinats a promoure les indústries creatives. Cal dir, però, que de vegades hi ha solapament de funcions o manca d'una acció coordinada.

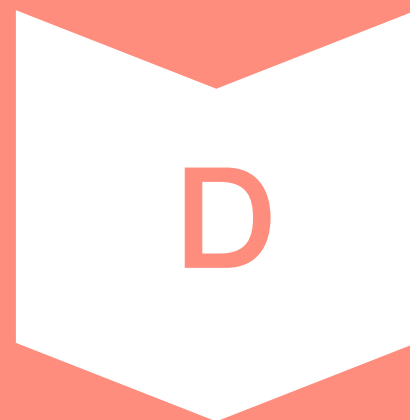
4 Ambients, infraestructures i equipaments propicis per a la creació

Barcelona posseeix ambients i equipaments singulars al servei del sector creatiu i cultural, que poden ajudar a generar una comunitat al voltant de les ICC, incrementar la col·laboració interempresarial i intersectorial, i impulsar la creació de nous projectes.

5 Condicions geogràfiques favorables per atreure i retenir talent

Amb una posició geogràfica estratègica, una excel·lent qualitat de vida, i bona connectivitat amb els principals pols d'influència regionals i nacionals, Barcelona ofereix molt bones condicions per a l'atracció de talent.

Debilitats



-
- 1 Orientació a curt termini en l'articulació del sector**

Tradicionalment ha faltat una visió compartida i orientada a llarg termini com a element vertebrador del sector cultural i creatiu a Barcelona, un projecte de ciutat que serveixi d'imant per aglutinar els actius existents, i per atreure empreses, inversors i creadors. Hi ha moltes iniciatives disperses i algunes d'elles redundants. Falta una estratègia holística que recorri tota la cadena de valor de les indústries creatives i ajudi a la interacció entre les indústries creatives i la ciutadania.
 - 2 Teixit empresarial fràgil, heterogeni i atomitzat**

Sector format majoritàriament per empreses molt petites, amb dèficits en la gestió i el màrqueting, i amb necessitat de millorar la seva competitivitat. Empreses poc internacionalitzades o amb projectes de curt recorregut, perquè els suports estan focalitzats en la creació d'empreses, però no en el seguiment. Això ha creat un ecosistema fragmentat que no sol cobrir tota la cadena de valor.
 - 3 Col·laboració interempresarial, interinstitucional i publicoprivada limitada**

Si bé la col·laboració entre empreses es dona en alguns subsectors (per ex. coproduccions audiovisuals, coedicions en el sector editorial), tradicionalment es tracta de sectors molt individualistes, en els quals no han existit canals o vies de col·laboració. La col·laboració i coordinació interinstitucional, universitat-centres artístics-talent-empresa, i publicoprivada també és escassa.
 - 4 Connexió feble entre coneixement, talent i empresa**

Existeix una gran pedrera de talent artístic i tècnic (escoles de disseny i formació universitària en l'àmbit tècnic, etc.) que no troba un pont per continuar la seva carrera a la ciutat. Hi ha una fugida important d'aquest talent, ja sigui per millorar les condicions laborals, en el cas del talent tècnic, o per la falta d'una oferta de carreres professionals reconegudes en l'àmbit artístic.
 - 5 Baix consum cultural, particularment entre noves generacions**

En alguns segments de les indústries creatives hi ha una certa desconexió entre l'oferta i les noves generacions, i és necessari crear audiències, especialment entre el públic més jove, i fer pedagogia i educar des d'edats primerenques cap al consum de serveis culturals. A més, l'idioma suposa una barrera per a l'atracció de públic de fora de Catalunya.
-

Oportunitats



1 Capacitat de desenvolupament tecnològic i de generació de nous models de negoci digitals

La tecnologia és cada vegada més important per a les indústries culturals i creatives, i Barcelona té la capacitat de donar resposta a aquesta tendència, tant a través de la formació com de les infraestructures disponibles a la ciutat. La capacitat de consumir cultura en remot obre la porta a nous models de negoci i en facilita el creixement i la internacionalització.

2 Gran diversitat de les ICC a la ciutat

L'existència d'empreses i entitats corresponents als diferents segments de les ICC, així com la pluralitat dels sectors creatius a Barcelona, suposen una oportunitat per escometre estratègies de ciutat que abordin el fet creatiu des de múltiples punts de vista i donant resposta a necessitats i preferències de diferents tipologies de públic.

3 Valoració dels recursos patrimonials des d'una perspectiva contemporània i digital

Barcelona té algunes singularitats, per exemple el modernisme, que la fan única al món. La riquesa patrimonial, associada a les noves tecnologies, és un dels actius que constitueixen una oportunitat des del punt de vista econòmic i generador de riquesa.

4 Projecció cap a l'exterior

Existeixen múltiples oportunitats per a la internacionalització del sector, derivades, en part, de la tecnologia. Cal, doncs, acompanyar les empreses en aquest procés, ja sigui en l'àmbit financer o a través d'assessorament específic. Aquest procés es pot recolzar en l'aprofitament d'actius de la pròpia ciutat o de la Generalitat a l'exterior (talent, delegacions del Govern a l'exterior, etc.) i en acords d'agermanament amb altres ciutats per a projectes conjunts.

5 Fons per a la recuperació econòmica

Malgrat que encara hi ha incertesa sobre el repartiment dels fons *Next Generation EU*, tot indica que una part d'aquests fons es destinaran a fomentar la digitalització de les empreses i també a promoure el sector audiovisual.

Amenaces



- 1 Proximitat d'altres pols d'atracció**

Especialment Madrid i València competeixen per ser pols de referència en determinats subsectors creatius (cinema, videojocs, *food design*, arts escèniques, entre altres), la qual cosa pot implicar fugida de talent i empreses. La falta de grans empreses tractores suposa una dificultat afegida.
- 2 Nous models de comportament dels usuaris**

Derivat de la crisi de la covid-19 s'ha accentuat un canvi dels models de consum de lleure i cultura basats en el comerç electrònic i en el consum a domicili.
- 3 Falta d'incentius fiscals**

Incentius poc competitius al territori, que dificulten competir amb altres regions en l'àmbit estatal i europeu (per exemple al sector audiovisual). Falta d'un tractament fiscal diferenciat per a alguns segments de les indústries creatives i culturals, per exemple sales d'exhibició de cinema i llibreries.
- 4 Model econòmic molt centrat en el turisme i en el patrimoni**

La cultura i la creativitat (sobretot els corrents contemporanis) queden subordinades a les necessitats del sector turístic (especialment patrimonial i cultural), com a motors econòmics de la ciutat. El turisme ha de ser un aliat, un creador d'audiència i demanda dels productes culturals i creatius locals, que han de posseir entitat i independència per si mateixos.
- 5 Crisi econòmica latent davant un sector molt dependent del públic**

Feble cultura empresarial, escassa internacionalització i forta dependència del públic, amb demanda tendent a caure en períodes en els quals l'economia es troba en crisi. És necessari trobar fórmules d'estabilitat i assentament dels negocis, una vegada acabada la seva fase d'incubació, així com fomentar l'accés a vies de mecenatge (privat, micromecenatge, *matchfunding*, etc.).

Anàlisi del Diamant de Porter

Condicions de la demanda

Augment de la demanda de productes i serveis personalitzats.

Es demanen experiències immersives en gairebé qualsevol segment (arts escèniques, videojocs, cinema i vídeo, gastronomia, etc.).

La demanda de continguts digitals està augmentant de forma considerable.

Demanda bastant sensible al preu.

La demanda cau sota condicions de contracció econòmica.

Alguns segments, com el teatre i el cinema, tenen una demanda estacional.

Estratègia, estructura i rivalitat

L'estructura empresarial està formada principalment per microempreses i petites empreses, moltes d'elles unipersonals.

Falta d'estratègies a llarg termini (el sector té un enfocament més tàctic, orientat a projectes).

No hi ha cultura de col·laboració interempresarial.

Poca importància de la ubicació com a avantatge competitiu per a les empreses.

Intrusisme professional en certs segments com la publicitat i el disseny gràfic, incrementat per la democratització de la tecnologia.

Condicions dels factors

Àmplia formació de qualitat en els diferents segments de les ICC.

Hi ha nombrosos esdeveniments que impulsen i promocionen les ICC a diferents zones de la ciutat.

Organismes públics i privats que donen suport als diferents segments de les ICC.

Excel·lents perfils professionals però amb certa precarietat laboral.

La supervivència del sector està molt condicionada pel suport públic (subvencions, incentius, ajuts, etc.).

Existència d'una regidoria específica per a les ICC.

Indústries relacionades i de suport

Hi ha molta indústria de suport del segment de l'audiovisual a Barcelona i a l'àrea metropolitana.

Possibles sinèrgies amb altres sectors estratègics de la ciutat (p.e. Salut i Economia Digital).

Les ICC són un sector tractor d'altres sectors com el turisme, la restauració i el comerç.

Particularitats dels principals segments

Nucli central

Arts escèniques



Barcelona no és una ciutat líder en teatre. La cadena de valor del sector està descompensada: hi ha moltes fàbriques de creació, però relativament poques sales de proximitat, que a més tenen dificultats de subsistència. Les sales mitjanes són les més nombroses i hi ha poques sales grans, amb moltes dificultats per trobar contingut, ja que aquestes sales necessiten programar funcions amb continuïtat.

Malgrat ser un sector eminentment privat, ha estat capaç de resistir l'impacte de la covid.

La programació en català és una barrera per captar públic de fora.

La proliferació de festivals mostra la necessitat de buscar fórmules alternatives d'exhibició (molts festivals estan subvencionats).

Arts visuals



En comparació amb altres ciutats, Barcelona té menys museus i menys reconeguts. La proposta de valor com a ciutat no gira entorn dels museus.

A Barcelona hi ha professionals de primer nivell en el sector de les arts visuals, especialment en arts digitals. Però és un sector altament precaritzat i això en dificulta el desenvolupament.

Les arts visuals tenen un model de negoci molt particular, perquè generen productes únics i, per tant, la monetització és difícil.

Indústria cultural

Cinema i vídeo



L'impacte de la covid ha estat molt fort en el sector del cinema.

El cinema més comercial està poc valorat. L'exhibició de cinema no es beneficia dels ajuts que reben altres indústries creatives.

Les sales de cinema generen negoci al seu voltant (restauració, altres tipus d'oci) i són una forma de cultura més accessible i econòmica.

La producció de cinema és limitada a Catalunya pel fet que hi ha altres regions a Espanya i Europa molt més atractives per als productors gràcies als incentius fiscals.

Música



L'ESMUC és un centre molt reconegut en l'àmbit internacional, i destaca per la transversalitat de la seva formació. Però a Barcelona hi ha una mancança molt important de conservatoris i escoles de música per als infants.

Cal crear una estratègia integrada que incorpori la formació, la residència d'artistes i l'exhibició.

La música, especialment la clàssica, sovint està allunyada dels ciutadans i s'ha d'actualitzar. Cal acostar-la a través d'estructures com els centres cívics.

Indústria cultural

Videojocs



Barcelona ha aconseguit potenciar un ecosistema de talent i empreses que atrau l'interès i la inversió del sector internacional.

Molts estudis locals estan essent adquirits per multinacionals. Això fa que tant la propietat intel·lectual com els ingressos es generin en altres països.

Existeix el repte de valorar internacionalment la creació catalana.

Els principals reptes són la disponibilitat de talent i el finançament i l'accés al mercat internacional.

Libres i premsa



A l'exterior es veu Barcelona com una gran potència literària, representa més del 50% de la producció i la facturació de la indústria editorial a Espanya.

A Barcelona hi ha moltes editorials petites poc professionalitzades. En el cas de les llibreries, es dona una situació similar.

El mercat al qual es dirigeix el llibre és petit (hi ha pocs lectors), i la inversió en editar un llibre té un retorn llarg. Cal invertir més en la promoció.

Els escriptors es troben en una situació molt precària, molt pocs poden viure de la seva feina.

Indústries i activitats creatives

Disseny



Barcelona segueix essent reconeguda en l'àmbit internacional pel disseny.

Existeixen molts estudis de disseny petits i amb una situació econòmica difícil. Aquests estudis s'han de professionalitzar.

Es produeix fugida de talent degut al fet que en altres països hi ha millors condicions econòmiques i més reconeixement professional.

Per tal que el disseny guanyi pes a Catalunya cal potenciar la indústria, principalment aquella que considera el disseny com a part de la seva estratègia.

Arquitectura



Hi ha una nova generació d'arquitectes a Barcelona que estan portant els nous models socials a l'àmbit de l'edificació i l'urbanisme. La nova arquitectura s'ha d'enfocar a la sostenibilitat.

El model de concurs públic no facilita la innovació al sector i prioritza la competència en preu.

Malgrat que a Catalunya la construcció té un pes important al PIB, quant a arquitectura no és un referent.

Principals reptes estratègics transversals

Competitivitat



Professionalitzar el sector.

Incrementar la massa crítica a través d'atracció d'empreses tractores o potenciar el creixement d'empreses locals.

Proporcionar noves formes de finançament específiques per al sector creatiu.

Actuar proactivament per a la captació de fons europeus de reconstrucció socioeconòmica.

Incrementar la col·laboració publicoprivada i interempresarial.

Afavorir la col·laboració entre el sector creatiu i altres sectors estratègics de la ciutat.

Conscienciar de la importància d'incorporar el disseny i la creativitat en l'estratègia empresarial.

Acompanyar les empreses emergents per facilitar-ne la consolidació.

Posicionament



Estructurar l'oferta cultural i apostar per esdeveniments de referència amb impacte internacional.

Definir una estratègia de ciutat per a les ICC. Promocionar Barcelona com a *hub* creatiu.

Fer la ciutadania més particip del fet creatiu a la ciutat.

Talent



Lluitar contra la precarietat laboral al sector.

Evitar la fugida de talent.

Mercat



Fer augmentar l'interès pel consum cultural des de les edats més primerenques.

Internacionalitzar les empreses del sector.

Donar més ressò a iniciatives existents com el Bonus Cultura.

Model de negoci



Potenciar el disseny de nous models de negoci, també en l'àmbit digital.

Cercar nous models de monetització dels productes i serveis de les ICC.

Principals reptes estratègics específics per segments

Arts escèniques



Disposar de continguts teatrals de qualitat orientats a les diferents tipologies de sala d'exhibició i públic.

Sostenibilitat econòmica de les sales d'exhibició i de les companyies teatrals.

Arts visuals



Disposar d'espais de la ciutat per a *performances* relacionades amb les arts visuals.

Posar a l'abast dels artistes els equipaments disponibles a la ciutat (espais, tecnologia, etc.).

Disseny



Incorporar el disseny i la creativitat a l'estratègia de les indústries.

Actualitzar i estructurar la formació en disseny.

Arquitectura



Incorporar arquitectes joves a la pràctica professional activa.

Fer sostenible la construcció des del disseny arquitectònic.

Cinema i vídeo



Sostenibilitat de les sales de cinema.

Atraure producció audiovisual cinematogràfica a la ciutat.

Edició de música



Acostar la música a la ciutadania.

Acompanyar els músics des de les etapes de formació perquè puguin desenvolupar carreres professionals a la ciutat.

Videojocs



Facilitar el finançament destinat a les empreses de videojocs locals.

Disponibilitat de talent que vulgui treballar a Barcelona.

Accedir als mercats.

Llibres i premsa



Potenciar els hàbits de lectura entre la ciutadania.

Professionalitzar les editorials de menor dimensió i promoure la cooperació entre elles.

Conclusions



Propostes d'actuació de política pública

Les propostes d'actuació destinades a impulsar les ICC a la ciutat de Barcelona es divideixen en quatre eixos estratègics:

Estratègia de ciutat

Definir una estratègia integral de les ICC que inclogui formació, residència, exhibició.

Crear punts de trobada entre empreses i entitats del sector i establir xarxes cooperatives.

Espais i activitats

Facilitar els espais de la ciutat per a manifestacions i creacions artístiques (concerts, rodatges, performances, etc.) i simplificar els tràmits.

Estructurar l'oferta de festivals entorn d'esdeveniments paraigua, que tinguin major repercussió nacional i internacional.

Promoció de les ICC

Crear programes d'acompanyament específics a les start-ups i d'incubació de projectes de les ICC.

Afavorir el desenvolupament de projectes de referència en els diferents àmbits de les ICC, actuant l'Ajuntament de Barcelona com a client.

Estimular la demanda i el consum culturals posant focus a les noves generacions.

Finançament

Definir un tracte fiscal diferencial per a certs segments de les ICC (videojocs, teatre, sales de cinema, producció cinematogràfica, llibreries, etc.)

Crear línies de finançament específiques per a segments particulars com el de Videojocs.

Captar fons de recuperació socioeconòmica com els Next Generation EU.

Crèdits

Estudi dut a terme per IDOM CONSULTING,
ENGINEERING, ARCHITECTURE S.A.U.
idom.com

EQUIP REDACTOR:

Marta Albertí
César Colmena
Joannes Granja
Antonio Martínez
Sabina Soler

VOLEM AGRAIR LA COL·LABORACIÓ DE LES PERSONES SEGÜENTS:

Amílcar Vargas (responsable de Patrimoni Mundial de la Casa Batlló), Anna Lorente (gerent de l'ADETCA), Antoni Arola (director de l'Estudi Antoni Arola), Areti Markopoulou (responsable de formació de l'IAAC), Camilo Tarrazón (president del Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya), Clara Vidal Riera (sòcia fundadora de Certo Estudio), Cristina Pérez (tècnica d'empreses ICC de Barcelona Activa), Danae Gómez (responsable d'Estratègia de NACAR), Daniel Romeo (director de la fundació Palo Alto), David d'Eboli (director del Festival Blanc!), David Garcia Uslé (director executiu del MODACC), Eugeni Osàcar (director d'investigació del CETT-UB), Gabriele Palma (director de Casa Seat), Gemma Armengol (fundadora de White Line), Isabel Roig (directora general del BCD), Isabel Vidal (presidenta de l'ADETCA), Iván Fernández (fundador i president del Gamelab i Meetaverse), Javier Peña (director d'Elisava), Jesús Camas (tècnic d'empresa de Barcelona Activa), Joan Sala (director de l'editorial Comanegra), Jordi Urbea (director general d'OgilvyOne a Barcelona), Lluís Nacenta (director d'Hangar), M. Carmen Fernández (directora d'Innovació i Nous Negocis de Mediapro), Menno Veefkind (dissenyador industrial de NACAR), Mónica Bonafonte (directora general del FAD), Montse Urpí (cap de comunicació i difusió de l'ESMUC), Núria Sempere (directora general de l'ESMUC), Oriol Pastor (creador del Festival Mira i Llum Bcn i director del grau d'Arts Digitals a La Salle), Patricia M. Val (CEO, cofundadora i codirectora de Futura Space), Patrici Tixis (director de comunicació corporativa de Planeta i president del Gremi d'Editors i de la Cambra del Llibre de Catalunya), Pilar Sierra (directora del Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya), Ramon Sanabria (president d'Arquitectes per l'Arquitectura), Salvi Plaja (president de l'ADI-FAD i director de Disseny Corporatiu de Simon), Sergi Vicente (director de Betevé), Toni Clariana (president de la fundació Palo Alto i Ventura Barba (CEO de l'Advanced Music).

Mapa de les indústries creatives

