

Les indústries culturals del llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc

Xavier Cubeles

Fundació Barcelona Media;
Departament de Comunicació
(Universitat Pompeu Fabra)

El llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc estan experimentant grans canvis per la digitalització dels seus continguts i dels seus canals d'accés. En aquest procés de transformació, de 2011 a 2012 han aparegut o s'han consolidat a Catalunya diverses iniciatives encaminades a donar resposta als reptes de la digitalització. Paral·lelament, sembla que la producció cultural de Catalunya en aquests àmbits tendeix a difondre's cada cop més a les plataformes globals d'intermediació a internet (com els cercadors, les xarxes socials, etc.), tot i que manquen dades específiques sobre aquesta qüestió. Així mateix, la crisi està debilitant part del teixit empresarial en aquests sectors: hi ha empreses que han reduït la seva activitat, que han tancat o que s'han fusionat amb d'altres durant el període.

CUBELES, Xavier (2013): "Les indústries culturals del llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc", a CIVIL I SERRA, Marta; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2011–2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 3, pàgs. 139–158. e-Pub gratuït a <http://www20.gencat.cat/docs/EADOP/Publicacions/Continguts/epubs/lexikon/InformeDeLaComunicacioACatalunya11-12.epub>

De 2008 a 2012, el consum de llibres, música i videojocs de la població de Catalunya (de 14 anys o més) ha seguit una evolució positiva, com es posa de manifest en l'augment sostingut dels percentatges de població que declaren realitzar aquestes pràctiques



1. Introducció

Aquest capítol analitza l'evolució de les indústries culturals del llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc de Catalunya durant el bienni 2011–2012, per bé que repassa l'evolució i tendència del sector des de l'any 2009. El text s'estructura en tres apartats: els hàbits i pràctiques socials del consum de les indústries culturals, les activitats de producció i comercialització, i unes breus conclusions finals.

Aquesta descripció es fa a partir de les principals dades estadístiques disponibles.¹ Com en edicions anteriors de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, també es dona informació del conjunt del mercat espanyol com a referència comparativa i, sobretot, per als casos en què no hi ha dades específiques disponibles per a l'àmbit de Catalunya.

2. Hàbits i pràctiques socials a Catalunya

De 2008 a 2012, el consum de llibres, música i videojocs de la població de Catalunya (de 14 anys o més) ha seguit una evolució positiva, com es posa de manifest en l'augment sostingut dels percentatges de població que declaren realitzar aquestes pràctiques. Una gran majoria de la població declara haver escoltat música (en els darrers 3 mesos) i s'ha incrementat el percentatge que ho fa: 87,2% l'any 2008 i 93,5% el 2012. La lectura de llibres (en els darrers 12 mesos) és una pràctica que han realitzat prop de dos terços de la població i que ha seguit igualment una evolució positiva al llarg el període: del 58,4% el 2008 al 61,3% el 2012. Entre una quarta i una cinquena part de la població ha jugat a videojocs (en els darrers 3 mesos), activitat que ha passat d'ocupar un 20,6% de la població el 2008 al 23,7% el 2012 (vegeu la taula 1).

Taula 1. Evolució del consum de llibres, música i videojocs, en percentatge (2008–2012)

Tipologia de consum cultural	2008	2009	2010	2011	2012
Lectura de llibres (<i>darrers 12 mesos</i>)	58,4	58,3	58,7	60,6	61,3
Audició de música (<i>darrers 3 mesos</i>)	87,2	88,4	88,9	91,9	93,5
Ús de videojocs (<i>darrers 3 mesos</i>)	20,6	21,2	22,7	23,0	23,7

Nota: població de 14 anys o més.

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2008 a 2012).

Les dades relatives a la llengua en la qual es realitzen les pràctiques culturals disponibles indiquen, d'altra banda, un ús creixent de la llengua catalana (vegeu la taula 2) tant en la lectura de llibres (del 23,1% el 2008 al 27,8% el 2012) com en l'audició de música (del 5,7% el 2008 al 9,8% el 2012, xifra lleugerament inferior a la de 2011, quan va ser de l'11,5%). Segons les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, menys d'un 5% del consum de videojocs s'ha fet en aquests anys en llengua catalana, el percentatge més baix del conjunt dels consums culturals a Catalunya.

1. Segons les informacions consultades el primer trimestre de 2013, que en molts casos encara no inclouen dades de l'any 2012. D'altra banda, i per tal de donar una visió completa de l'evolució de les activitats objecte d'aquest capítol, es presenten les sèries de dades estadístiques des dels anys 2008 o 2009 fins al darrer any de què se'n fet públiques.

Taula 2. Evolució de la llengua de l'últim llibre i l'última música escoltada a Catalunya, en percentatge (2008–2012)

Llengües d'ús	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Llengua de l'últim llibre llegit (% dels que han llegit llibres)</i>					
Català	23,1	24,4	25,3	26,4	27,8
Castellà	72,4	71,4	69,8	68,1	66,6
Altres	4,5	4,3	5,0	5,6	5,6
<i>Llengua de l'última música escoltada (% dels que han escoltat música)</i>					
Català	5,7	5,8	9,1	11,5	9,8
Castellà	62,6	61,6	55,3	48,6	47,1
Altres	31,7	32,6	35,6	39,8	43,1

Nota: població de 14 anys o més.

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2008 a 2012).

L'any 2012 s'observa un notable predomini de l'accés gratuït/sense pagament als llibres, a la música i als videojocs, activitats, totes elles, en què s'obtenen percentatges superiors als de l'accés de pagament. Concretament, havia realitzat de manera gratuïta/sense pagar el seu darrer consum un 55,8% de la població que havia llegit llibres (enfrent d'un 44,2% que ho havia fet pagant), un 72,6% dels que havien escoltat música (per un 27,4% que havien pagat) i un 58,8% dels que havien jugat a videojocs (davant d'un 41,2% que havien pagat) (vegeu la taula 3).

El 40,4% dels lectors havia comprat directament el darrer llibre que havia llegit el 2012 (d'aquests, el 79% l'havia adquirit en una llibreria; el 16%, en una gran superfície, cadena cultural o de llibreries; el 4%, en un hipermercat, i l'1%, en un quiosc).

Taula 3. Pràctiques culturals segons si l'accés ha estat de pagament o no, en percentatge (2012)

Pràctica cultural realitzada	Pagament	Sense pagament / gratuït
Últim llibre llegit (% dels que han llegit llibres)	44,2	55,8
Última música escoltada (% dels que han escoltat música)	27,4	72,6
Últim videojoc jugat (% dels que han jugat)	41,2	58,8

Nota: població de 14 anys o més.

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (any natural 2012).

El 99% de la població de 14 anys o més del país tenia un televisor o més a la seva llar l'any 2012, la majoria dels quals (el 60%) més d'un. El 78,07% disposava de DVD; el 56,63%, d'ordinador portàtil; el 47,92%, d'ordinador de sobretaula; el 38,16%, de videoconsola, i el 30,58%, de telèfon mòbil (WAP, GPRS, UMTS, 3G, 3.5G) (vegeu la taula 4).²

3. Les activitats de producció i comercialització

Aquest apartat s'estructura en quatre grans blocs, un per a cadascun dels sectors culturals objecte del capítol: el llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc.

2. Vegeu els capítols "La televisió", "Internet" i "Les telecomunicacions" d'aquest mateix Informe.

Taula 4. Disponibilitat d'equips audiovisuals i de dispositius per accedir a internet a la llar, en percentatge (2012)

Equipament	2012
Disponibilitat d'equips audiovisuals a la llar	
Cap aparell de televisió	0,98
1 aparell de televisió	39,14
2 aparells de televisió	38,98
3 aparells de televisió	14,85
Més de 3 aparells de televisió	6,05
DVD	78,07
Videoconsola (PlayStation, Xbox, Nintendo)	38,16
Disponibilitat de dispositius per accedir a internet a la llar	
Ordinador de sobretaula	47,92
Ordinador portàtil o <i>netbook</i>	56,63
Altres tipus d'ordinador (agenda electrònica, organitzador personal, ordinador de butxaca...)	3,25
Televisió amb dispositiu específic d'accés a internet (televisió digital...)	1,16
Videoconsola	4,59
Telefonia mòbil (WAP, GPRS, UMTS, 3G, 3.5G)	30,58

Nota: població de 14 anys o més.

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (any natural 2012).

3.1. El sector del llibre

En un context de davallada de la venda de llibres, el pes del sector editorial de Catalunya a Espanya ha tendit a decreixer de l'any 2009 al 2011 (tant en termes de títols editats com de vendes). Aquesta evolució posa de manifest que la crisi i la transformació del sector estan afectant de manera molt accentuada l'activitat de les empreses editores de Catalunya. L'estudi de les principals dades del sector permet identificar algunes de les raons clau d'aquesta evolució. L'anàlisi s'ha elaborat considerant les principals informacions disponibles d'aquesta activitat el primer trimestre de 2013 (GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA, 2011; FEDERACIÓN DE GREMIO EDITORES DE ESPAÑA, 2012; FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE DISTRIBUIDORES DE EDICIONES, 2012; INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA, 2012; MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2012a):

- **Empreses del sector del llibre:** l'any 2011 es comptabilitzaren a Catalunya un total de 286 empreses integrades en el Gremi d'Editors de Catalunya, xifra que representà el 34,0% del total d'editorials agremiades d'Espanya, un percentatge molt similar al de 2009 (vegeu la taula 5). En valors absoluts, però, es constata un decreixement de la xifra d'empreses editorials agremiades a Catalunya respecte a 2009, quan n'hi havia registrades 301, tendència que també s'ha produït en el conjunt d'Espanya (que han passat de 889 a 840).

El sector de l'edició de llibres de Catalunya segueix encapçalat pel grup Planeta, que ascendí de la vuitena posició en el rànquing mundial de grups editors de llibres el 2009 a la sisena el 2011.³ Quant a altres grans grups multinacionals amb seu a Barcelona, hi ha les empreses vinculades al grup Bertelsmann (amb Random House Mondadori i Círculo de Lectores), a Hachette Livre, del grup Lagardère (que a Barcelona compta amb Salvat Editores), i les societats pertanyents a grups autòctons amb projecció internacional com Océano, RBA i Zeta. En relació amb aquests

3. El *Global ranking of the publishing industry* és publicat per *Publishers Weekly* www.webcitation.org/6GQvnyPkc

grans grups editorials, de 2009 a 2012 s'han produït canvis en la propietat d'algunes empreses. D'una banda, Bertelsmann i Planeta acordaren el 2010 compartir al 50% el capital social de Círculo de Lectores (que fins aleshores era íntegrament de Bertelsmann), per tal de donar un nou impuls a aquesta xarxa de lectors.⁴ I de l'altra, el novembre de 2012 Bertelsmann es quedà amb la totalitat del capital social de Random House Mondadori (que des de 2001 compartia al 50% amb la italiana Mondadori).⁵ Els grups editorials que encapçalen l'edició de llibres en català (Enciclopèdia Catalana i Grup 62) han experimentat canvis destacables. D'una banda, l'abril de 2011 Grup 62 passà a controlar el 50% d'Eumo Editorial (de Vic), mitjançant una ampliació de capital d'aquesta última.⁶ Així mateix, el març de 2013 s'ha informat del trasllat de la seu del Grup 62 (fins ara al barri del Raval de Barcelona) a l'oficina principal de Planeta, que és accionista del grup, localitzada a la mateixa capital catalana. D'altra banda, el gener de 2013 s'ha tingut notícia de la posada en marxa d'un procés de reestructuració del Grup Enciclopèdia Catalana, que pot suposar la reducció del 25% de la seva plantilla (35–40 persones).⁷

En la distribució de llibres, la xifra d'empreses d'aquest sector a Espanya ha crescut de 112 el 2009 a 121 el 2011. Les empreses catalanes han passat de representar el 26,3% del total el 2009 al 24,0% el 2011. La situació de crisi del mercat interior del llibre a Catalunya i Espanya té greus efectes sobre l'activitat de les empreses distribuïdores, com s'evidencia en l'anunci de tancament d'Enlaces (hereva de la històrica Enlace) el novembre de 2012.⁸

La crisi també està afectant durament certes llibreries catalanes, algunes de les quals han tancat (o se n'ha anunciat el tancament) entre 2009 i l'inici de 2013, com és el cas de Galí, Ona, Áncora y Delfín, Martínez Pérez, Catalònia o Proa Espais, a Barcelona,⁹ o Robafaves, a Mataró. Paral·lelament, s'han produït canvis rellevants en la propietat de la cadena de llibreries Bertrand a Espanya, que era de Direct Group Bertelsmann fins el febrer de 2011, quan fou adquirida per Casa del Libro (del Grupo Planeta). Aquesta cadena estava integrada per vuit establiments, dos dels quals a Catalunya (Barcelona i Terrassa).¹⁰ D'altra banda, el Govern de Catalunya ha modificat el model de comercialització de les seves publicacions oficials amb el tancament de les seves llibreries i impulsant la llibreria en línia i la Xarxa de Llibreries Acreditades.¹¹

En l'àmbit de la distribució o venda de llibres digitals a Catalunya cal destacar que l'any 2010 set grans editorials espanyoles (Grupo Planeta, Random House Mondadori, Santillana, Roca Editorial, Grup 62, Grupo SM i Grupo Wolters Kluwer) crearen la Distribuidora Digital de Libros, empresa amb seu a Barcelona que té per missió oferir serveis a editorials, comerços, biblioteques i altres organitzacions per gestionar de manera eficient els continguts digitals a través de la plataforma Librandia. Aquest

4. Font: GRUPO PLANETA [En línia]. www.webcitation.org/6GQvtAxDt

5. Font: BERTELSMANN / RANDOM HOUSE Bertelsmann: "Bertelsmann acquires 100% ownership of Random House Mondadori", 05-11-2012 [En línia]. www.webcitation.org/6GQvzxoOe. Així mateix, respecte d'aquest gran grup editorial mundial, l'octubre de 2012 s'anuncià l'inici del procés de fusió entre Penguin (Pearson) i Random House (Bertelsmann). L'empresa resultant serà Penguin Random House, el capital de la qual correspondrà en un 53% a Bertelsmann i en un 47% a Pearson. www.webcitation.org/6GR08iAGI

6. Font: UVic: "Grup 62 i Universitat de Vic arriben a un acord sobre Eumo Editorial", 09-04-2011 [En línia]. www.webcitation.org/6GQwMyiHr

7. Font: ACN: "Enciclopèdia Catalana reduirà un 25% la seva plantilla", 21-01-2013 [En línia]. www.webcitation.org/6GQwRe2PX

8. Font: *La Vanguardia*, 16-11-2012, pàg. 42, i per la comunicació del cessament d'activitat, el mateix lloc web d'Enlaces, www.webcitation.org/6GQwX2LAj

9. Font: BTV.cat: "Degoteig constant de llibreries que tanquen", 23-01-2013 [En línia]. www.webcitation.org/6GQwaOEqK

10. Font: Planeta.es: "Casa del Libro adquiere la cadena de librerías Bertrand en España", 10-02-2011. [En línia]. www.webcitation.org/6GQww6CiE

11. Vegeu el web de la Llibreria de la Generalitat de Catalunya [En línia]. www.webcitation.org/6GQxizfVY

El sector de l'edició de llibres de Catalunya es continua caracteritzant per l'existència d'un dens teixit de petites i mitjanes empreses. El percentatge d'editorials que estaven integrades en un grup o *holding* empresarial a Catalunya ha decrescut sensiblement de 2009 a 2011, passant del 26,9 al 22,8%

Quant al nombre d'exemplars de llibres produïts a Catalunya, hi ha hagut una forta reducció durant el període, que ha estat més accentuada que a la resta d'Espanya



projecte se sumava a Edi.cat, iniciativa pionera en la distribució i venda de llibres digitals en català creada el 2008 per les editorials Angle, Bromera i Cossetània. A més d'aquestes, hi ha grans plataformes internacionals (com Amazon, Apple o Google) que s'estan introduint progressivament en el mercat espanyol del llibre, juntament amb altres projectes de diferents empreses editorials i de venda de llibres digitals a Catalunya.

En aquest entorn també cal assenyalar, finalment, que el Gremi de LlibreTERS de Catalunya ha posat en marxa el portal Liberdrac l'any 2012, mitjançant la societat Liberdrac Llibreria, que treballa amb els principals grups editorials d'Espanya i que té Librandia com a distribuïdor principal.

- **Editorials amb activitat:** el sector de l'edició de llibres de Catalunya es continua caracteritzant per l'existència d'un dens teixit de petites i mitjanes empreses. El percentatge d'editorials que estaven integrades en un grup o *holding* empresarial a Catalunya ha decrescut sensiblement de 2009 a 2011, passant del 26,9 al 22,8%. Aquesta tendència és diferent a la que s'ha produït al conjunt d'Espanya, on el 2009 hi havia un 26,8% d'empreses integrades en un grup empresarial, i el 2011, un 27,8%.
- **Concentració empresarial:** de 2009 a 2011 s'observa una davallada del nombre d'empreses editorials amb vendes anuals superiors als 18 milions d'euros a Espanya, que passen de 34 a 32 i a Catalunya, de 17 a 15. No obstant això, les empreses amb unes vendes anuals superiors als 6 milions d'euros han continuat representant a Catalunya entre el 12,5 i el 13% del cens (i han produït prop del 39% dels títols i han realitzat prop del 65% de les vendes totals).
- **Activitat editorial:** el nombre de títols editats per les empreses de Catalunya ha seguit una tendència creixent fins a 2010 (amb un total de 34.414 títols). Per contra, el 2011 les editorials catalanes produïren 33.970 títols, una quantitat inferior a la de l'any anterior (a diferència del que s'ha esdevingut per al conjunt d'Espanya, on el 2011 es continuà incrementant la quantitat de títols editats fins a un total de 83.253). Així, la proporció de títols fets a Catalunya ha decrescut del 43,9 al 40,8% de 2009 a 2011 (vegeu la taula 5).

Quant al nombre d'exemplars de llibres produïts a Catalunya, hi ha hagut una forta reducció durant el període, que ha estat més accentuada que a la resta d'Espanya. En concret, les editorials catalanes van publicar 136,00 milions d'exemplars el 2011 (enfrent dels 171,80 milions de 2009), quantitat que suposà el 47,5% del total d'Espanya (52,1% del 2009). Tanmateix, les empreses de Catalunya han incrementat el seu fons de títols vius en catàleg de 175.110 títols el 2009 (el 42,2% del total d'Espanya) a 200.458 el 2011 (el 43,1%).

Finalment, s'observa una intensificació del procés d'introducció del llibre en format digital. Així, els títols editats en digital han passat de representar el 7,8% del mercat interior d'Espanya el 2009 al 48,4% el 2011. Conseqüentment, el fons de títols vius

en catàleg disponibles en format digital s'ha incrementat fins a representar el 2011 el 17,5% del total de títols.

Segons l'agència de l'International Serial Book Number (ISBN), a Catalunya es registraren un 25,3% dels 24.024 llibres editats electrònicament a Espanya l'any 2011 (el 33,6% a Madrid, el 16,9% a Andalusia, l'11,1% al País Valencià, i la resta a les altres comunitats autònomes) (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2012a).

- **Vendes:** el 2011, les editorials agremiades de Catalunya realitzaren vendes al conjunt del mercat espanyol per un import de 1.332,45 milions d'euros, una xifra força inferior a la de 2009 (1.588,40 milions d'euros). Aquesta evolució negativa s'ha produït igualment per al conjunt d'editorials espanyoles, que han reduït les seves vendes totals de 3.109,58 a 2.772,34 milions d'euros. No obstant això, en termes relatius la caiguda ha estat més intensa per a les empreses de Catalunya, de manera que el pes de les seves vendes en el conjunt del mercat espanyol ha passat del 51,1% el 2009 al 48,1% el 2011, fet que consolida la pèrdua de quota de mercat d'anys anteriors (el 2007 aquest percentatge era del 53,2%).

Tot i l'augment de l'oferta de llibres en suport digital que s'ha assenyalat anteriorment, les vendes encara no han crescut en les mateixes proporcions, ja que el 2011 representaren tan sols el 2,6% de les vendes totals de les editorials espanyoles en el mercat interior.

Les vendes totals de llibres realitzades a Catalunya l'any 2011 s'estimaren en 585 milions d'euros (inferior als 671,7 milions d'euros de 2009), xifra que representà el 21,1% del mercat espanyol, proporció molt similar a la d'anys anteriors. Així, la despesa per habitant a Catalunya en llibres se situà en 77,6 € per habitant el 2011 (89,9 € per habitant el 2009). Aquesta xifra és superior a la del conjunt del mercat espanyol, que va ser de 58,7 € per habitant el 2011 (vegeu la taula 5).

- **Canals de venda:** l'anàlisi detallada de les vendes de les editorials catalanes segons el canal de comercialització proporciona algunes explicacions de la seva davallada d'activitat. D'una banda, es constata una reducció de les vendes en la major part dels canals de comercialització de 2009 a 2011, excepte en dos casos: les llibreries (que s'incrementen un 3% d'un any a l'altre) i les cadenes de llibreries (amb un augment del 4,4%). D'altra banda, centrant-se en els canals en què hi ha hagut una evolució negativa, s'observen fortes davallades en certs segments del mercat en els quals les empreses catalanes ocupen una posició de lideratge (és a dir, que tenen més del 60% de les vendes al mercat espanyol). Aquests canals són els quioscs (on les vendes han passat de 208,4 milions d'euros el 2009 a 97,4 milions el 2011), la venda a crèdit i telefònica (que ha baixat de 153,2 a 89,0 milions d'euros), i els clubs i internet (de 104,6 a 90,5 milions d'euros). Aquesta tendència ja s'havia constatat de 2007 a 2009, revela que la reestructuració del mercat interior del llibre a Espanya està tenint

El 2011, les editorials agremiades de Catalunya realitzaren vendes al conjunt del mercat espanyol per un import de 1.332,45 milions d'euros, una xifra força inferior a la de 2009, amb 1.588,40 milions d'euros



Segons la informació de l'Institut d'Estadística de Catalunya, les exportacions de llibres de les empreses catalanes van significar el 2011 un import de 227,2 milions d'euros, dada molt similar a la del 2009, però sensiblement inferior a la del 2006



importants efectes sobre l'activitat de les empreses catalanes del sector (vegeu la taula 6).

- **Distribució:** també s'observa com la crisi del sector del llibre a Espanya ha incidit en les activitats de distribució, i especialment en les empreses de Catalunya. En concret, les vendes de les distribuïdores de llibres espanyoles en el mercat interior han descendit de 1.697,3 milions d'euros el 2009 a 1.602,3 milions el 2011. En aquest context negatiu, la participació de les empreses catalanes sobre el total de la facturació del sector ha passat del 15,8% del total d'Espanya el 2009 al 9,6% el 2011, fet que reflecteix l'afebliment progressiu d'aquestes activitats al nostre país.
- **Llibreries:** el manteniment o lleu creixement de les vendes en llibreries i cadenes de llibreries¹² esmentat anteriorment s'ha produït en relació al conjunt del mercat interior d'Espanya. En concret, s'ha passat d'unes vendes totals pel canal llibreria de 1.030,4 milions d'euros el 2009 a 1.056,4 el 2011 (amb una davallada el 2010, quan se situaren en 1.026,4 milions d'euros). En el cas de les cadenes de llibreries, les vendes foren de 480,0 milions d'euros el 2009, de 471,9 milions el 2010 i de 481,4 milions el 2011. En el marc de disminució de les vendes de llibres en la resta de canals, la quota de mercat d'aquests dos ha augmentat de 2009 a 2011, passant del 33,1 al 38,1% en el cas de les llibreries i del 15,4 al 17,4% en el de les cadenes de llibreries.
- **Comerç amb l'estranger:** segons la informació de l'Institut d'Estadística de Catalunya, les exportacions de llibres de les empreses catalanes van significar el 2011 un import de 227,2 milions d'euros, dada molt similar a la del 2009 (222,9 milions d'euros), però sensiblement inferior a la del 2006 (309,2 milions d'euros). Aquestes dades mostren la importància del sector exterior per al sector editorial del país, que, malgrat la forta reducció experimentada els anys 2008 i 2009, ha aconseguit mantenir des d'aleshores i en termes generals el seu nivell d'activitat. Les importacions de llibres de Catalunya han seguit oscil·lant (com s'ha esdevingut des del 2007), entre els 65 i els 75 milions d'euros anuals.
- **Llengua catalana:** l'activitat de les editorials de Catalunya en llengua catalana de 2009 a 2011 també ha experimentat un decreixement tant en la xifra de títols editats com en la de vendes anuals en el mercat interior. Concretament, d'un any a l'altre s'ha passat d'un total de 8.548 títols editats a 8.406 (-1,7%) i d'unes vendes totals de 249,8 milions d'euros el 2009 a 242,4 milions el 2011 (-3,0%) (vegeu la taula 7). En el marc d'aquesta evolució, cal remarcar que el llibre de text no universitari ha experimentat una davallada d'aproximadament el 6% de 2009 a 2011, tant en títols com en vendes. Cal tenir en compte que aquest tipus de producte té un pes molt rellevant en l'edició de llibres en català: el 35,3% dels títols el 2011 (enfront del 36,9% el 2009) i el 42,0% de les vendes el 2011 (essent el 43,3% el 2009).¹³

12. En el grup de cadenes de llibreries s'hi contempen la Fnac, la Casa del Libro, El Corte Inglés, etc.

13. Com a dada de referència de la importància del llibre de text no universitari en el mercat del llibre en català cal tenir en compte que aquest tipus d'obres representà el 21,0% dels títols i el 31,3% de les vendes en el conjunt del mercat interior espanyol l'any 2011.

El percentatge de títols editats en català per les empreses de Catalunya sobre el seu total dels títols editats s'ha mantingut al voltant del 25% (25,6% el 2009 i 24,7 el 2011), mentre que el percentatge de vendes per aquest concepte s'ha incrementat notablement, del 15,7 al 18,2%. Així, tot i l'evolució negativa de les vendes de les editorials de Catalunya en llengua catalana de 2009 a 2011, aquesta ha estat menys greu que la del conjunt de la seva activitat en el mercat espanyol (en llengua castellana i d'altres).

La producció de llibres en català a Catalunya representà el 84,9% del total de títols editats en aquesta llengua a Espanya el 2011 (un total de 9.899 títols), essent la resta editats a Madrid (7,6%), el País Valencià (7,2%), Euskadi (0,2%) i Andalusia (0,1%).

Taula 5. Evolució del mercat interior de llibres d'Espanya per empreses, títols i vendes (2009–2011)

Empreses, títols i vendes	2009	2010	2011
Total empreses editorials de llibres			
Espanya	1.677	1.703	1.735
Empreses editorials agremiades			
Espanya	889	839	840
Catalunya	301	288	286
% Catalunya respecte a Espanya	33,9	34,3	34,0
Títols editats per les empreses agremiades			
Espanya	76.213	79.839	83.258
Catalunya	33.428	34.414	33.970
% Catalunya sobre Espanya	43,9	43,1	40,8
Vendes en el mercat interior^A			
Empreses d'Espanya	3.109,58	2.890,80	2.772,34
Empreses de Catalunya	1.588,40	1.434,97	1.332,45
% Catalunya respecte a Espanya	51,1	49,6	48,1
Llibres en format digital (total Espanya)			
% títols editats en digital respecte al total	7,8	14,7	48,4
% títols vius catàleg en digital respecte al total	4,2	5,9	17,5
% vendes llibres en digital respecte al total	1,6	2,4	2,6
Localització de les vendes de llibres			
Vendes de llibres a Catalunya ^A	671,7	612,8	585,0
Vendes de llibres per habitant a Espanya (en euros)	66,5	61,5	58,7
Vendes de llibres per habitant a Catalunya (en euros)	89,9	81,6	77,6
% vendes de llibres a Catalunya respecte a Espanya	21,6	21,2	21,1

^A Vendes de les empreses agremiades en el mercat interior a preus corrents en milions d'euros, calculades a preu de venda al públic amb IVA inclòs.

FON: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2012).

Taula 6. Vendes de llibres de les editorials de Catalunya en el mercat interior d'Espanya segons canal de comercialització (2009–2011)

Canal de comercialització	2009		2010		2011	
	Editorials	% Catalunya resp. Espanya	Editorials	% Catalunya resp. Espanya	Editorials	% Catalunya resp. Espanya
Establiment comercial	1.071,6	51,8	996,2	50,5	947,0	48,8
Llibreries	434,4	42,2	425,9	41,5	447,3	42,3
Cadenes de llibreries	244,5	50,9	252,9	53,6	255,3	53,0
Hipermercats	184,2	58,0	159,6	55,1	147,1	53,6
Quioscs	208,4	86,3	157,8	85,3	97,4	75,3
Altres canals	516,8	49,7	438,8	47,8	385,4	46,4
Empreses i institucions	141,5	30,7	116,4	29,5	123,1	30,4
Venda a crèdit i venda telefònica	153,2	82,2	135,9	84,9	89,0	65,9
Correu i subscripcions	67,7	46,3	57,1	39,9	37,2	37,1
Clubs i internet	104,6	89,3	99,9	88,8	90,5	88,4
Altres canals	49,9	38,6	29,6	27,6	45,6	51,8
Total	1.588,4	51,1	1.435,0	49,6	1.332,4	48,1

Nota: vendes de les empreses agremiades en el mercat interior d'Espanya a preus corrents en milions d'euros, calculades a preu de venda al públic amb IVA inclòs.

FON: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2012).

Taula 7. Evolució del mercat interior de llibres en llengua catalana de les empreses de Catalunya per matèries, segons títols i vendes (2009–2011)

Matèries	2009	2010	2011	2009	2010	2011
	Títols editats			% de títols editats		
Literatura	1.384	1.348	1.506	16,2	15,7	17,9
Infantil i juvenil	2.007	2.108	1.952	23,5	24,6	23,2
Text no universitari	3.153	3.024	2.958	36,9	35,3	35,2
Altres matèries	2.004	2.091	1.990	23,4	24,4	23,7
Total	8.548	8.571	8.406	100,0	100,0	100,0
Matèries	Vendes (en milions d'euros) ^A			% de vendes		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Literatura	49,06	39,95	46,01	19,6	16,7	19,0
Infantil i juvenil	41,88	44,05	44,47	16,8	18,4	18,3
Text no universitari	108,23	109,92	101,79	43,3	45,8	42,0
Altres matèries	50,65	45,74	50,08	20,3	19,1	20,7
Total	249,82	239,66	242,35	100,0	100,0	100,0

^A Vendes de les empreses agremiades en el mercat interior d'Espanya a preus corrents en milions d'euros, calculades a preu de venda al públic amb IVA inclòs.

Font: Gremi d'Editors de Catalunya (2011) i Federació de Gremios de Editores de España (2012).

3.2. El sector del fonograma

A diferència del que s'ha esdevingut en el mercat espanyol, l'activitat de les empreses de Catalunya dedicades a l'enregistrament de música ha experimentat una evolució positiva de 2009 a 2011, en bona part pels èxits assolits pel pop català. No obstant això, l'intens procés de reconfiguració d'aquests mercats com a conseqüència de la revolució digital continuen plantejant tensions i incerteses en aquestes activitats.

La situació de la indústria fonogràfica a Catalunya i Espanya durant el període 2009–2011 es pot resumir en els termes següents (ICEC, 2012a; SGAE, 2012):

- **Empreses:** en el sector les companyies musicals, a Catalunya hi havia l'any 2011 96 empreses actives (90 el 2009), comptabilitzant discogràfiques, editorials i companyies de *management* o representació d'artistes (ICEC, 2012a). Pel que fa específicament a les discogràfiques, les dades del conjunt d'Espanya mostren una clara disminució els darrers anys: 996 empreses el 2009, 814 el 2010 i 641 el 2011. De les 641 empreses del darrer any, només 4 van fer més de 200 discs anuals; 10, entre 30 i 200 discs, i 627, menys de 30 (SGAE, 2012).¹⁴

En l'estructura empresarial del sector de l'enregistrament musical de Catalunya, i segons el nivell d'activitat, cal destacar les discogràfiques Blanco y Negro (que representa prop de la meitat de la facturació del sector), Discmedi, Divucsa, Harmonia Mundi, Picap, Música Global i Propaganda pel Fet! Totes elles són independents i de grandària mitjana o petita en el context del mercat espanyol.

- **Concentració empresarial:** el sector de la música enregistrada es caracteritza per una clara estructura oligopolística, ja que les quatre grans multinacionals del sector concentraren el 88,76% de les vendes en el mercat espanyol: Universal Music (29,06%), Sony Music (24,90%), EMI Music (15,65%) i Warner (19,15%) (SGAE, 2012). En aquest grup, cal assenyalar que el 2012 es completà el procés d'adquisició d'EMI Music per part d'Universal (ja anunciat l'any anterior).¹⁵

14. Segons el nombre de productes discogràfics que van sol·licitar, almenys, una llicència a la SGAE.

15. Font: UNIVERSAL MUSIC [En línia]. www.webcitation.org/6GQxvSVR2

Cap d'aquestes grans empreses multinacionals es localitza a Catalunya, i Madrid segueix concentrant la major part del volum de negoci del sector. No obstant això, s'estima que les empreses de Catalunya concentren al voltant del 65% del mercat discogràfic independent espanyol (ICEC, 2012a).

- **Activitat i vendes de música enregistrada:** les vendes totals de música enregistrada a Espanya han seguit decreixent de manera accentuada, passant de 226,9 milions d'euros el 2009 a 159,8 milions el 2011. Aquesta evolució contrasta —com s'ha dit— amb la de les empreses catalanes, les vendes de les quals s'han incrementat al llarg del mateix període: 14,9 milions d'euros el 2009, 15,6 milions el 2010 i 16,3 milions el 2011 (vegeu la taula 8).

La major part de les vendes de fonogrames d'Espanya durant els anys 2009 a 2011 encara ha estat en el mercat de la distribució física (en format CD), tot i que aquest ha anat perdent importància relativa respecte al mercat de distribució digital. Concretament, el mercat físic ha passat de concentrar el 84,67% de les vendes el 2009 al 68,77% el 2011. Contràriament, el mercat digital ha incrementat la seva quota del 15,33% el 2009 al 31,23% el 2011. Tot i aquest creixement en termes percentuals, l'increment de l'activitat en els canals de distribució digitals en valors absoluts no ha arribat a cobrir la caiguda de les vendes en el mercat físic. Així, la despesa per habitant en música enregistrada ha disminuït de 4,9 € per habitant a 3,4 € per habitant d'un any a l'altre (vegeu la taula 8). Aquesta xifra era de 12,4 € per habitant el 2003.

Centrant l'atenció en l'evolució de les vendes de les empreses de Catalunya, es constata com el pes que hi tenen els canals digitals (10,43% el 2011) s'ha situat clarament per sota de la mateixa dada en el conjunt del mercat espanyol (31,23% el mateix any). Aquest fet pot ser indicatiu d'un cert endarreriment o dificultat de la indústria del país per distribuir de manera exitosa els seus productes per mitjà d'aquests canals emergents. En relació a aquesta qüestió, cal indicar que l'any 2010 es va promoure una iniciativa per configurar una comunitat a la xarxa que facilités l'accés als continguts musicals del país (Nostrack), la qual, malauradament, no va reeixir.

- **Canals de venda:** segueix sense haver-hi informació actualitzada de les vendes de música enregistrada segons el canal de venda en els mercats físics a Espanya. No obstant això, tot indica que la crisi del sector ha comportat el tancament de moltes de les botigues tradicionals de discs del país.¹⁶

D'altra banda, la taula 9 mostra de manera detallada com s'han distribuït les vendes a Espanya a través dels canals digitals del 2009 al 2011: s'observa un fort increment de les vendes mitjançant subscripcions i reproducció en temps real (*streaming*), mentre que les descàrregues s'han reduït en valors absoluts.

Les vendes totals de música enregistrada a Espanya han seguit decreixent de manera accentuada, passant de 226,9 milions d'euros el 2009 a 159,8 milions el 2011. Aquesta evolució contrasta amb les vendes de les empreses catalanes que s'han incrementat al llarg del mateix període: 14,9 milions d'euros el 2009, 15,6 milions el 2010 i 16,3 milions el 2011



16. Vegeu *La Vanguardia*, 10-01-2012 [En línia]. www.webcitation.org/6GVVkl1dt

Taula 8. Evolució del mercat de la música enregistrada a Espanya i a Catalunya en funció de les vendes segons preus de venda al públic (2009–2011)

	2009		2010		2011	
	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
Mercat de música enregistrada a Espanya						
Mercat físic	192,2	84,67	137,4	76,76	109,9	68,77
Mercat digital	34,8	15,33	41,6	23,24	49,9	31,23
Vendes totals	226,9	100,00	179,0	100,00	159,8	100,00
Compres de música enregistrada per habitant (en euros)	4,9		3,8		3,4	
Empreses de música enregistrada de Catalunya						
Mercat físic	13,4	89,33	13,9	89,68	14,6	89,57
Mercat digital	1,6	10,67	1,6	10,32	1,7	10,43
Vendes totals	14,9	100,00	15,6	100,00	16,3	100,00

Fonts: elaboració pròpia a partir d'SGAE (2012), per a les dades sobre el mercat de música enregistrada a Espanya, i ARC (2012), per a les dades d'empreses de música enregistrada a Catalunya.

3.3. El sector del vídeo

La intensa caiguda de les activitats ha seguit marcant l'evolució de les empreses productores i comercialitzadores d'obres videogràfiques a Catalunya de 2009 a 2011. Aquest procés ha seguit la línia del que s'ha esdevingut internacionalment, com a conseqüència de l'emergència de noves oportunitats d'accés a continguts audiovisuals en línia (tant en el marc de la legalitat com fora d'ell). Les dades disponibles permeten posar en evidència la forta davallada de les activitats tradicionals de producció i distribució de vídeos fora de línia (en DVD o altres suports). Per contra, continua faltant informació sobre l'evolució econòmica dels nous mercats emergents a Catalunya i Espanya en línia (o de vídeo a la carta). Considerant les principals fonts d'informació disponibles (ICAA, 2012; SGAE, 2012), a continuació s'exposen les qüestions principals que caracteritzen l'evolució de la indústria del vídeo a Catalunya i Espanya durant els anys 2009 a 2011:

- **Empreses:** les empreses de Catalunya de distribució de vídeos amb un nivell d'activitat més alt en termes de vendes o de títols editats anualment foren Deaplaneta (del Grupo Planeta, que el juliol de 2009 absorbí les societats Deaplaneta Producciones Audiovisuales i SAV Sociedad Anónima del Video),¹⁷ Savor (una de les companyies independents que lideren el mercat de DVD a Espanya i que és distribuïdor oficial del Grupo Planeta), Cameo Media (societat formada per Alta Films, El Deseo, Golem, Wanda Visión i Tornasol Films), Vértice Cine (resultant del canvi de denominació de l'empresa Manga Films a partir de la seva integració al grup Vértice 360°), SelectaVisión, Inversiones Derechos Audiovisuales, Regia Films, 2009, Solomon Pictures, Sotelysa i les empreses especialitzades en continguts per a adults Film Corporation 2000 i Interselección. Cal remarcar que Filmax, una de les grans distribuïdores de vídeo del país els darrers anys, va aturar la major part de la seva activitat en aquest camp el març de 2011 (davant de la situació de concurs de creditors en què es trobava), i va establir un acord amb la multinacional Warner per donar continuïtat als serveis de distribució del seu catàleg.¹⁸

17. Font: BOE Boletín Oficial del Registro Mercantil, 09-07-2009 [En línia]. www.webcitation.org/6GQy7jVXO

18. Font: *Expansión*, 27-03-2011 [En línia]. www.webcitation.org/6GQyHEV9z

En l'esfera dels serveis de distribució audiovisual a la xarxa, a Catalunya hi ha Comunidad Filmin (societat integrada per les empreses audiovisuals Alta Films, Avalon Distribución, El Deseo, Golem, Tornasol, Vértigo Films, Versus Entertainment, Wanda Visión i Cameo i l'empresa de disseny online Vostok), que des de la seva creació el 2006 s'ha posicionat com a servei de referència en la distribució de cinema independent a la xarxa a Espanya.

- **Concentració empresarial:** la manca d'informació sobre el volum de vendes impedeix conèixer amb precisió la quota de mercat de les diferents empreses i el grau de concentració empresarial existent en el sector videogràfic espanyol i català. No obstant això, les dades disponibles relatives a la quantitat de títols editats/comercialitzats anualment permeten fer una aproximació a l'estructura empresarial d'aquestes activitats (ICAA, 2012). En concret, segons els rànquings de les 25 empreses que anualment han editat més títols a Espanya (que representen entre el 15 i el 20% del total de les empreses),¹⁹ s'identifiquen 39 empreses que han produït la major part dels títols anuals durant el període 2009 a 2011. Aquestes 39 empreses van editar 4.316 títols el 2009 (el 69% del total), 3.843 el 2010 (el 74%) i 3.327 el 2011 (el 82%). D'aquestes empreses, 22 són de Catalunya i les altres 17 de la resta d'Espanya. La participació de les empreses catalanes sobre el total de títols produïts per part de les 39 societats amb més activitat s'ha incrementat notablement de 2009 (el 53% del total de títols) a 2011 (el 63%). Malgrat això, cal recordar que cap de les grans productores videogràfiques nord-americanes presents en el mercat espanyol tenen seu a Catalunya, el pes de les quals en termes de vendes sembla que ha estat molt elevat.
- **Activitat:** en la línia del que s'observa des de l'any 2007, el nombre de títols de vídeo editats a Espanya ha seguit una tendència negativa: de 4.316 títols editats el 2009 s'ha passat a 3.327 el 2011 (vegeu la taula 10). Igualment, les obres procedents dels Estats Units han continuat tenint un lloc capdavanter en el mercat espanyol durant el període, en el qual han representat al voltant de la meitat dels títols editats. Les obres espanyoles han constituït durant el trienni entre el 7 i el 9% dels títols editats, percentatges lleugerament inferiors als d'anys anteriors (ICAA, 2012).
- **Vendes del mercat videogràfic:** les dades sobre el mercat videogràfic a Espanya (SGAE, 2012) mostren que el total d'ingressos generats en concepte de venda i lloguer de vídeos (DVD, Blu-ray i altres) ha decrescut de 125,5 milions d'euros el 2009 a 82,5 milions el 2011. La greu crisi del sector es posa clarament de manifest en aquesta forta davallada, que suposa que la despesa per habitant en l'adquisició de vídeos fora de línia se situà en 1,7 € el 2011 (xifra que era de 6,6 € el 2005) (vegeu la taula 11).
- **Canals de venda:** el nombre d'empreses comptabilitzades en les activitats de lloguer de cintes de vídeo i de discs a Espanya s'ha reduït en un 40% de 2008 a 2011: 3.900 empreses el 2008, 3.376 el 2009, 2.802 el 2010 i 2.358 el 2011 (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2012b). D'altra banda, en relació amb

La participació de les empreses catalanes sobre el total de títols produïts per part de les 39 societats amb més activitat s'ha incrementat notablement de 2009 (el 53% del total de títols) a 2011 (el 63%)



19. D'un total de 148 empreses el 2009 i 138 el 2010 segons el *Boletín informativo. Películas, recaudaciones, espectadores* [En línia]. Madrid: ICAA, anys 2009 a 2011. www.webcitation.org/6HJtcnOws

els serveis de venda en línia d'obres audiovisuals a Espanya, cal destacar els portals Filmin (de l'empresa amb seu a Catalunya Comunidad Filmin) i Filmotech (creat el 2007 per Egeda - Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales).

Taula 9. Evolució del mercat discogràfic digital a Espanya en funció de les vendes segons preus de venda al públic i canal de distribució (2009–2011)

Canal de distribuïció	2009		2010		2011	
	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
Descàrregues d'internet	16,7	48,0	12,5	30,1	13,6	27,2
Descàrregues de mòbil	13,1	37,6	7,0	16,9	8,2	16,4
Subscripcions	4,3	12,4	11,9	28,5	10,3	20,7
Reproducció en temps real	0,6	1,6	10,1	24,3	17,8	35,7
Altres	0,1	0,4	0,1	0,2	0,0	0,0
Total mercat digital	34,8	100,0	41,6	100,0	49,9	100,0

Font: SGAE (2012).

3.4. El sector del videojoc

El reconeixement dels videojocs com a part integrant de les indústries culturals s'ha consolidat des de la perspectiva institucional a Catalunya i Espanya, sobretot a partir de l'any 2009. Així, tot i que anteriorment ja hi havia iniciatives de foment públic d'aquestes activitats, l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), organisme adscrit al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya,²⁰ ha incorporat el sector del videojoc com a nou àmbit de la seva competència, tot elaborant el Pla d'Impuls al Sector del Videojoc. Nou Clúster del Videojoc l'any 2012 (ICEC, 2012c).

Així mateix, el març de 2009 la Comissió de Cultura del Congrés dels Diputats aprovà la consideració dels videojocs com a indústria cultural, amb la qual cosa es facilitava la inclusió d'aquestes activitats en les polítiques culturals públiques. Més concretament, l'evolució d'aquestes activitats dels anys 2009 a 2011 a Catalunya i Espanya ha estat la següent (ADeSe, 2012; DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA, 2010; INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS, 2011 i 2012b):

- **Empreses:** a escala mundial, el sector dels videojocs està dominat principalment per empreses multinacionals del Japó (Sony, Nintendo, etc.) i dels Estats Units (Electronic Arts, Activision, THQ, etc.). Aquest fet s'esdevé sobretot amb relació als fabricants de plataformes i als editors i distribuïdors (que seleccionen productes per publicar-los i distribuir-los en el mercat). En aquestes activitats, un nombre reduït d'empreses concentra la major part de les vendes. A Espanya, la majoria d'aquestes empreses estan a Madrid: no hi ha cap empresa catalana que formi part de l'Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), essent totes elles de la Comunitat de Madrid.²¹

La major part de les empreses del sector dels videojocs amb seu a Catalunya són desenvolupadors, que realitzen serveis de preproducció, producció i programació de jocs. En concret, l'any

20. L'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) passà a denominar-se Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) en començar l'any 2012. Vegeu www.webcitation.org/6GVaxSTIY0

21. Font: aDeSe [En línia]. www.webcitation.org/6GQyQSc5I

Taula 10. Evolució del nombre de títols videogràfics qualificats a Espanya segons el seu origen (2009–2011)

Origen territorial	2009		2010		2011	
	Títols	%	Títols	%	Títols	%
Unió Europea	1.907	44,2	1.535	39,9	1.340	40,3
Estats Units	2.077	48,1	1.969	51,3	1.704	51,2
Altres	332	7,7	339	8,8	283	8,5
Títols videogràfics qualificats	4.316	100,0	3.843	100,0	3.327	100,0

Nota: "títols videogràfics" inclou pel·lícules i obres audiovisuals en explotació no cinematogràfica.

Font: ICAA (2012).

2011 s'identificaren a Catalunya 69 empreses dels grups següents (vegeu la taula 12): 47 desenvolupadors independents (*indies*), 19 productores/editores locals (com Digital Legends, Novarama, Social Point, Akamon, Blit Manager o 5 Ants) i 3 *game factories* (entre les quals destaca la multinacional Ubi Soft, juntament amb Gameloft i Digital Chocolate). Si es considera que a Espanya hi havia prop de 140 companyies dedicades al desenvolupament de jocs digitals (segons el *Directorio de Empresas 2010* de DEV),²² Catalunya concentrava llavors al voltant del 35% d'empreses d'aquest sector. Catalunya és la segona comunitat autònoma en nombre d'empreses d'aquest segment d'activitat a Espanya, per darrere de Madrid.

Finalment, hi ha els serveis minoristes que fan activitats de venda als consumidors, ja sigui fora de línia (els establiments comercials de cultura i entreteniment del país) o bé en línia (majoritàriament a través de grans plataformes internacionals).

- **Vendes:** de 2009 a 2011 les vendes totals de programari de videojocs a Espanya han seguit una evolució negativa (a diferència del que s'havia esdevingut fins a 2008): han passat de 633,4 milions d'euros el 2009 a 499,0 milions el 2011. Per tant, tot i el caràcter emergent d'aquestes activitats, també han notat els efectes negatius de la crisi econòmica. El programari de videojocs per a consoles ha enfortit la seva posició relativa en aquests mercats: ha passat de concentrar el 91,7% de les vendes totals el 2009 al 94,2% el 2011 (vegeu la taula 13) (ADESE, 2012). La producció espanyola no supera l'1% de la facturació en el mercat interior, percentatge molt baix en comparació amb altres països europeus, on la mitjana d'aquest percentatge està al voltant del 15% (ICIC, 2011).
- **Llengua catalana:** segons dades de 2010, l'idioma principal dels videojocs era l'anglès (42%), que es tradueix a diversos idiomes per arribar al màxim de públic. El català era present en un 10% dels títols, de manera que la seva visibilitat en el mercat era reduïda (DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA, 2010).

Per acabar, cal assenyalar que durant els anys 2011 i 2012 s'ha celebrat a Barcelona la Fira Gamelab, l'esdeveniment de referència de la indústria a Espanya, que té un compromís de continuïtat amb la ciutat per tres anys més.

22. Font: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DESARROLLADORAS DE VIDEOJUEGOS Y SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (DEV) [En línia]. www.webcitation.org/6GQyWUzIT

Taula 11. Recaptació del mercat videogràfic a Espanya, en milions d'euros (2009–2011)

Recaptació per forma de comercialització	2009	2010	2011
Venda	16,1	11,0	10,0
Lloguer	109,4	116,5	72,5
Total	125,5	127,5	82,5
Compres de videogrames per habitant (en euros)	2,7	2,7	1,7

Font: SGAE (2012).

Taula 12. Empreses de desenvolupament, producció i edició de jocs digitals de Catalunya (2011)

	Nombre	%
Desenvolupadors independents	47	68,1
Productores/editores locals	19	27,5
Tradicionals	10	14,5
Independents grans	2	2,9
De serveis	6	8,7
Altres	1	1,5
<i>Game factories</i>	3	4,3
Total	69	100,0

Font: ICEC (2012b).

Taula 13. Evolució del mercat interior de videojocs d'Espanya (2009–2011)

	2009	2010	2011
Vendes de programari (en milions d'euros)			
Videojocs per a PC	52,4	41	29
Videojocs per a consoles	581	534	470
Total programari	633,4	575	499
Vendes de maquinari			
Consoles (en milions d'euros)	562,2	446	373
Perifèrics (en milions d'euros)	118	132	107
Unitats de consoles venudes (en milers)	2.724	2.115	1.913
Total vendes (en milions d'euros)	1.313	1.153	979
Vendes per habitant (en euros)			
Programari	13,5	12,2	10,6
Maquinari	14,6	12,3	10,2
Total	28,1	24,5	20,7

Font: aDeSe (2012).

4. Conclusions

L'evolució de l'activitat de les indústries culturals del llibre, el fonograma, el vídeo i el videojoc a Catalunya de 2011 a 2012 posa de manifest com, d'una banda, la demanda d'aquests productes i serveis ha tendit a mantenir-se o a incrementar-se lleugerament i, de l'altra, les vendes en el mercat interior han davallat, sobretot en fonogrames i vídeos, i menys accentuadament en llibres i videojocs.

Hi ha dues causes que poden explicar, en bona part, aquesta aparent contradicció. D'un costat, hi ha una elevada proporció de la població que accedeix als continguts culturals de manera gratuïta a través de les xarxes digitals (ja sigui de manera legal o il·legal). De l'altre, també hi ha els possibles efectes d'una diferent estratègia de preus segons si els productes es distribueixen en línia o fora de línia: manquen estudis específics sobre aquesta qüestió, però tot indica que els preus en línia tendeixen a ser inferiors als que s'ofereixen fora de línia (per la qual cosa resulta difícil compensar la davallada en les vendes fora de línia mitjançant els increments de vendes en els mercats en línia).

Aquests fets poden tenir importants efectes sobre el futur de les empreses culturals de Catalunya que operen en aquestes activitats i, específicament,

en relació a la presència de la llengua catalana en l'oferta cultural accessible per als catalans els propers anys. Atès que la competència en els mercats digitals en línia es planteja a escala supranacional, es poden donar oportunitats desiguals per reduir els preus dels productes o per generar economies d'escala. Com a conseqüència d'això, la competitivitat de l'oferta cultural en llengües que comptin amb una quota de consumidors potencials reduïda (com el català) es pot afeblir encara més en aquests mercats globalitzats (ateses les limitacions que es puguin donar per reduir els preus o per generar economies d'escala, comparativament amb les llengües dominants al món).

Entre les principals novetats esdevingudes de 2009 a 2012 en aquestes indústries culturals de Catalunya cal remarcar, d'altra banda, la creació o enfortiment de certes iniciatives de distribució de llibres (com Librandia) i vídeos (Filmin) en línia, promogudes per empreses catalanes. Per contra, la indústria de la música enregistrada del país no ha reeixit en la creació de plataformes pròpies de distribució a la xarxa, de manera que la seva producció s'ha canalitzat majoritàriament mitjançant els grans operadors internacionals existents (intermediaris d'internet). Sens dubte, aquests fets assenyalen l'existència de dos grans models (les iniciatives independents o locals i els grans operadors internacionals) d'estructuració de la cadena de valor en aquestes activitats a Catalunya (i al món), l'evolució dels quals es clarificarà progressivament els propers anys. Així mateix, cal assenyalar que la crisi econòmica ha agreujat les dificultats d'aquestes indústries culturals a Catalunya, la qual cosa ha motivat tancaments, fusions i absorcions d'empreses de 2009 a 2012, principalment en els sectors del llibre i del vídeo i, sobretot, en les activitats de distribució i venda minorista fora de línia.

Així mateix, cal remarcar que durant aquest període s'ha produït el ple reconeixement institucional dels videojocs com a indústria cultural per part de les polítiques culturals públiques a Catalunya i Espanya.

En resum, les indústries culturals de Catalunya —com les de la resta d'economies avançades— estan immerses en un profund procés de canvi. Com s'assenyala en el capítol "Polítiques de comunicació i crisi econòmica a Catalunya" a la segona part d'aquest mateix *Informe*, tot indica que l'actual crisi econòmica és reflex d'una important transformació estructural del model productiu a escala global. En aquest context, la crisi de les indústries culturals —com la dels mitjans de comunicació tradicionals— s'ha d'entendre com una manifestació específica d'aquesta transformació.

5. Referències

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (ADESE) (2012): *Anuario de la industria del videojuego. 2011* [En línia]. Madrid: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. www.webcitation.org/6GPOs0uUC

Durant el bienni 2011–2012 s'ha produït el ple reconeixement institucional dels videojocs com a indústria cultural per part de les polítiques culturals públiques a Catalunya i Espanya



ASSOCIACIÓ PROFESSIONAL DE REPRESENTANTS, PROMOTORS I MÀNAGERS DE CATALUNYA (ARC) (2012): *Anuari 2012 de la música*. Barcelona: Grup Enderrock Edicions i ARC.

DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2010): *Anàlisi dels sectors emergents de la cultura i la comunicació: el sector dels videojocs a Catalunya* [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. www.webcitation.org/6GPOwUwby

FEDERACIÓN DE GREMIOS EDITORES DE ESPAÑA (2012): *Comercio interior del libro en España* [En línia]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España. www.webcitation.org/6GPP8RwIK

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE DISTRIBUIDORES DE EDICIONES (2012): *XVII Estudio de perfil del sector de la distribución de libros y publicaciones periódicas* [En línia]. Madrid: Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones. www.webcitation.org/6GPPDYX7e

GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA (2011): *Informe del comercio interior en Cataluña. 2010*. [En línia]. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya. www.webcitation.org/6GPPM23ai

INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (ICIC) (2011): *El sector del videojoc. 360º*. Barcelona: Institut Català de les Empreses Culturals.

INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS (ICEC) (2012a): *Catalan music. 2013* [En línia]. Barcelona: Institut Català de les Empreses Culturals. www.webcitation.org/6GPPRyPz6

INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS (ICEC) (2012b): *Projecte de desenvolupament estratègic de la indústria de videojocs de Catalunya*. Barcelona: Institut Català de les Empreses Culturals i Cluster Development.

INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS (ICEC) (2012c): *2012 Institut Català de les Empreses Culturals* [En línia]. Barcelona: Institut Català de les Empreses Culturals. www.webcitation.org/6GQyMzRqd

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (2012): *Comerç amb l'estranger* [En línia], a partir de les dades de l'Agència Estatal d'Administració Tributària. www.webcitation.org/6GPPWj6MS

INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA) (2010): *El cine y el vídeo en datos y cifras* [En línia]. Madrid: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. www.webcitation.org/6GPPcNTOj

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2012a): *La panorámica de la edición española de libros 2011* [En línia]. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. www.webcitation.org/6GPPgbvms

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2012b): *Anuario de estadísticas culturales* [En línia]. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. www.webcitation.org/6GPPlmd8a

SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y EDITORES (SGAE) (2012): *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*. [En línea]. Madrid: SGAE. www.webcitation.org/6GPPuGzbn

