

## **Les indústries culturals: editorial, fonogràfica i videojocs**

Xavier Cubeles

Eurecat;  
Departament de Comunicació  
(Universitat Pompeu Fabra)

En el bienni 2013–2014, les indústries culturals del llibre, el fonograma i el videojoc continuen immerses en un entorn econòmic difícil, que en bona part és conseqüència de la crisi econòmica general i del canvi de models de negoci desencadenat per la revolució digital. En els aspectes essencials, aquesta situació ja s'observà en l'anterior edició de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, sense que s'hagin identificat canvis substancials en l'evolució d'aquestes activitats al llarg dels darrers anys.

CUBELES, Xavier (2015): "Indústries culturals: editorial, fonogràfica i videojocs", a CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLA CORDOMÍ, Joan M.; FERRÉ PAVIA, Carme; SABATÉ I SALAZAR, Joan, eds: *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 209–224. e-Pub gratuït a <http://dogc.gencat.cat/web/.content/Publicacions/docs/InformeDeLaComunicacioACatalunya13-14.epub>

**El consum de llibres, música i videojocs de la població de Catalunya (de 14 anys o més) s'ha mantingut amb lleugeres variacions durant els anys 2013 i 2014**



## 1. Introducció

Aquest capítol analitza les indústries culturals de Catalunya del llibre, el fonograma i el multimèdia durant els anys 2013–2014, en el marc de l'evolució seguida per aquestes activitats des de l'any 2011.<sup>1</sup> 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, i això comporta que mentre per a les pràctiques culturals amb relació amb aquestes indústries es poden fer algunes referències al període 2013–2014, pel que fa a magnituds econòmiques, com en les edicions anteriors de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, la informació completa només està disponible per al primer any del bienni, en aquest cas 2013. També com en edicions anteriors, s'han inclòs dades d'anys anteriors per facilitar la comprensió de l'evolució recent i alhora 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.

Des d'una òptica general, cal posar de manifest que el Govern de Catalunya ha posat en marxa una nova iniciativa de política industrial en el marc de l'estratègia Europa 2020 i, especialment, de la RIS3 (Research and Innovation Strategies for Smart Specialization o Recerca i Innovació per a l'Especialització Intel·ligent). Aquesta nova política té, per primera vegada, un enfocament sectorial basat en els set àmbits estratègics establerts per la RIS3CAT, entre els quals hi ha les indústries culturals i basades en l'experiència (que inclouen les indústries culturals i creatives, els esports i el turisme).<sup>2</sup> Concretament, el Govern ha elaborat un programa d'impuls per a cadascun d'aquests set àmbits, amb l'objectiu de generar coneixement, ordenar les actuacions, coordinar les diferents administracions i entitats implicades, i identificar i acompanyar els principals projectes estratègics.<sup>3</sup>

## 2. Hàbits i pràctiques socials a Catalunya

El consum de llibres, música i videojocs de la població de Catalunya (de 14 anys o més) s'ha mantingut amb lleugeres variacions durant els anys 2013 i 2014. Les dades disponibles del percentatge de població que declara haver llegit llibres (els darrers dotze mesos, i sense incloure la lectura per necessitat educativa o professional) mostren un petit increment de 2013 (el 59,2%) a 2014 (el 59,9%). Per contra, la proporció d'habitants que ha anat a una biblioteca (els darreres tres mesos) ha baixat una mica, ja que ha passat del 28,6 al 27,2% d'un any a l'altre. Paral·lelament, durant el període l'evolució de les pràctiques relatives a la música i els videojocs (els darrers tres mesos) és positiva. En el cas d'escoltar música, i sense incloure l'assistència a concerts, el percentatge de població que ha dut a terme aquesta pràctica ha augmentat del 86,9 al 88,4% de 2013 a 2014, i en la de jugar a videojocs ha crescut del 21,4 al 23,6% (vegeu la taula 1).

1. En aquesta edició de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, l'anàlisi de la indústria del vídeo s'ha tractat en el capítol del cinema.

2. Vegeu la pàgina d'estratègia de política industrial del web de la Generalitat de Catalunya: [www.webcitation.org/6YtPOxo9h](http://www.webcitation.org/6YtPOxo9h)

3. Vegeu el *Programa d'impuls de les indústries culturals i basades en l'experiència*: [www.webcitation.org/6YtPTXkZe](http://www.webcitation.org/6YtPTXkZe)

**Taula 1. Evolució del consum de llibres, música i videojocs a Catalunya, en percentatge (2013–2014)**

Activitat cultural	2013	2014
Lectura de llibres (darrers 12 mesos) <sup>A</sup>	59,2	59,9
Assistència a biblioteques (darrers 3 mesos)	28,6	27,2
Escoltar música (darrers 3 mesos) <sup>B</sup>	86,9	88,4
Jugar a videojocs o jocs d'ordinador (darrers 3 mesos)	21,4	23,6

<sup>A</sup> Sense tenir en compte els llibres que ha llegit per necessitat educativa o professional.

<sup>B</sup> Sense incloure música en directe.

Nota: població de 14 anys o més.

FONTE: DEPARTAMENT DE CULTURA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2014).

L'evolució de la pràctica de la lectura segons els diferents mitjans o suports ha estat positiva, tot i que amb intensitats desiguals. En aquest sentit, s'observa un fort increment en la lectura de webs, blogs i fòrums a internet, pràctica que va ser realitzada per un 38,3% de la població l'any 2010 i per un 50,3% el 2013. Durant aquest mateix període també han experimentat un cert creixement, encara que menys accentuat, la lectura de diaris (del 78,4 al 82,2% respectivament) i de llibres (del 61,9 al 65,3%). La pràctica de la lectura de revistes s'ha mantingut (tot i una certa davallada el 2011 i 2012) i ha decaïgut lleugerament la lectura de còmics (vegeu la taula 2).

**Taula 2. Evolució de la lectura per suports a Catalunya, en percentatge (2010–2013)**

Tipologia de lectura	2010	2011	2012	2013
Llibres	61,9	62,3	63,6	65,3
Revistes	49,2	46,8	45,5	49,3
Diaris	78,4	78,1	79,7	82,2
Còmics	16,5	15,6	13,4	15,2
Webs, blogs, fòrums	38,3	43,5	46,8	50,3
<b>Total llegeix</b>	<b>90,6</b>	<b>90,8</b>	<b>91,9</b>	<b>93,0</b>

Nota: població de 14 anys o més.

FONTE: GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA I ASSOCIACIÓ D'EDITORS EN LLENGUA CATALANA (2014).

La distribució d'aquestes pràctiques culturals segons la llengua durant els anys 2013 i 2014 s'ha mantingut a Catalunya en unes proporcions similars a les d'anys anteriors. En primer lloc, s'observa com la lectura de llibres en català ha estat practicada pel 24,3% dels habitants el 2013 i pel 24,8% el 2014. L'audició de música en aquesta llengua s'ha esdevingut en unes proporcions inferiors per part de la població, però amb una evolució sensiblement positiva: aquest percentatge s'ha incrementat del 9,1 al 13,3% d'un any a l'altre. Per acabar, el consum de videojocs en llengua catalana a Catalunya ha continuat essent molt baix (per sota del 2%), situació que s'explica per la feble oferta de continguts en aquesta llengua.

**Com s'ha esdevingut des de 2008 ençà, les vendes en el conjunt del mercat interior del llibre d'Espanya han seguit davallant. No obstant això, la pèrdua del pes del sector editorial de Catalunya (tant en termes de títols editats com de vendes) s'ha aturat**

**El grup Planeta segueix liderant el sector de l'edició de llibres a Catalunya i a Espanya. No obstant això, ha retrocedit posicions en el rànquing mundial**



**Taula 3. Evolució de la llengua de l'últim llibre, l'última música escoltada i l'últim videojoc a Catalunya, en percentatge (2013–2014)**

Activitat cultural	2013	2014
Lectura de llibres (darrers 12 mesos) <sup>A</sup>	24,3	24,8
Escoltar música (darrers 3 mesos) <sup>B</sup>	9,1	13,3
Jugar a videojocs o jocs d'ordinador (darrers 3 mesos)	1,9	1,6

<sup>A</sup> Sense tenir en compte els llibres que ha llegit per necessitat educativa o professional.

<sup>B</sup> Sense incloure música en directe.

Nota: població de 14 anys o més.

FON: DEPARTAMENT DE CULTURA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2015).

### 3. Les activitats de producció i comercialització

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

#### 3.1. El sector del llibre

De 2011 a 2013, com s'ha esdevingut des de 2008 ençà, les vendes en el conjunt del mercat interior del llibre d'Espanya han seguit davallant. No obstant això, la pèrdua del pes del sector editorial de Catalunya observada durant aquest període de crisi (tant en termes de títols editats com de vendes) s'ha aturat de l'any 2011 al 2013, ja que les empreses catalanes han mantingut la quota de mercat. L'estudi de les principals dades del sector permet identificar algunes de les raons clau que expliquen aquesta evolució. Aquesta anàlisi s'ha elaborat considerant les principals informacions disponibles d'aquesta activitat al primer trimestre de 2015 (FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA, 2013 i 2014; INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA, 2014; MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2014):

**Empreses del sector del llibre:** l'any 2013 es comptabilitzaren un total de 279 empreses integrades al Gremi d'Editors de Catalunya. Aquesta xifra, molt similar a la d'anys anteriors, representà el 34,5% del total d'editorials agremiades d'Espanya (vegeu més avall la taula 5). En valors absoluts, s'ha mantingut la tendència a la reducció de la xifra d'empreses editorials agremiades a Catalunya (el 2011 n'hi havia 286 de registrades), tendència que també s'ha donat al conjunt d'Espanya (on aquestes han passat de 840 a 809 d'un any a l'altre).

El grup Planeta segueix liderant el sector de l'edició de llibres a Catalunya i a Espanya. No obstant això, ha retrocedit posicions en el rànquing mundial de grups editors de llibres: el 2014 s'ha situat en el vuitè lloc (el mateix que tenia el 2009), mentre que el 2011 ocupava el sisè.<sup>4</sup> Amb seu a Barcelona hi ha altres empreses vinculades a grups multinacionals, com Bertelsmann i Pearson (amb Penguin Random House Grupo Editorial), i Hachette Livre, del grup Lagardère (que a Barcelona compta amb Salvat Editores), així com societats pertanyents a grups autòctons i amb projecció internacional com Océano, RBA i Zeta. De 2012 a 2014 s'han produït certs canvis en la propietat d'algunes empreses pertanyents a grups multinacionals, entre els

4. El *Global ranking of the publishing industry* és publicat per Publishers Weekly: [www.webcitation.org/6YtP7XYPp](http://www.webcitation.org/6YtP7XYPp)

quals cal destacar l'adquisició del 100% el capital social de Círculo de Lectores per part de Planeta el juny de 2014, que fins aleshores compartia a parts iguals amb Bertelsmann.<sup>5</sup>

Durant aquest període també s'han produït canvis rellevants en la propietat de Grup 62, el grup editorial que juntament amb Enciclopèdia Catalana encapçala l'edició de llibres en català. El 2013, com a conseqüència de la retirada de "la Caixa" de l'accionariat del Grup 62, es va trencar la paritat entre els altres dos socis del grup i, des d'aleshores, el Grup Planeta és propietària del 79% de les accions, i Enciclopèdia Catalana, del 21% restant.<sup>6</sup>

**En l'esfera del comerç de llibres**, tot i que continuen les dificultats en el sector de les llibreries com a conseqüència de la davallada de les vendes en el mercat interior, els anys 2013 i 2014 s'han obert nous espais amb propostes innovadores i originals que combinen amb fórmules diferents l'especialització temàtica en l'oferta de llibres, la reducció de la superfície de venda i una millora de l'experiència amb propostes culturals de caràcter divers.

Així mateix, cal posar de manifest que la sala civil del Tribunal Suprem dictà, amb data 6 de setembre de 2013, una sentència que resolva un vell contenciós del Gremi de Llibreters amb la cooperativa Abacus. Aquesta resolució atorgà finalment la raó al gremi en confirmar que el llibreter o qualsevol altre operador econòmic, sigui quina sigui la seva naturalesa jurídica, inclosa una cooperativa, quan vengui o faci transaccions al detall està obligat a respectar el preu fix establert per l'editor, amb l'única possibilitat d'aplicar un descompte del 5%, exceptuant els supòsits d'exclusió i les excepcions al preu fix que preveu la normativa del llibre.<sup>7</sup>

En l'àmbit de la distribució o venda de llibres digitals, l'any 2013 es va crear Nubico, una plataforma per a la lectura digital en model de subscripció a Espanya que permet accedir a un ampli catàleg de llibres electrònics. Aquesta iniciativa va ser promoguda per Planeta i Bertelsmann (mitjançant Círculo de Lectores, ara ja íntegrament de Planeta, com s'ha indicat) i Telefónica.<sup>8</sup>

**Editorials integrades a grups empresarials:** el percentatge d'editorials agremiades que pertanyien a un grup empresarial a Catalunya s'ha mantingut amb certs canvis de 2011 (22,8%) a 2013 (27,6%). Aquestes proporcions són força similars a les que es donen al conjunt d'Espanya, on el 2011 hi havia un 27,8% d'empreses integrades en un *holding*, percentatge que s'incrementà al 29,9% el 2013. Per tant, el sector de l'edició de llibres, tant de Catalunya com d'Espanya, se segueix caracteritzant per l'existència d'un dens teixit de petites i mitjanes empreses independents dels grans grups empresarials.

**Concentració empresarial:** de 2009 a 2013 hi ha hagut una important davallada de l'activitat de les empreses editorials agremiades de major dimensió a Espanya. En concret, el nombre d'empreses més grans (amb unes vendes anuals superiors als 60 milions d'euros) s'ha reduït en un 53,8%, i la seva xifra de vendes en un 46,9% (vegeu la taula 4).

**L'any 2013 es va crear Nubico, una plataforma per a la lectura digital en model de subscripció a Espanya. Aquesta iniciativa va ser promoguda per Planeta, Bertelsmann i Telefónica**



5. CÍRCULO DE LECTORES (2013): "Planeta adquiere la totalidad de Círculo de Lectores", [Circulo.es](http://Circulo.es) [www.webcitation.org/6YtOveK3f](http://www.webcitation.org/6YtOveK3f)

6. Vegeu l'article de Montserrat Serra a *VilaWeb*, 22-04-2015, titulat "2005-2015: la dècada que ha transformat el món editorial en català" [www.webcitation.org/6YtPF0VqF](http://www.webcitation.org/6YtPF0VqF)

7. CONFEDERACIÓ DE COMERÇ DE CATALUNYA (2013): "Els comerciants catalans satisfets amb la sentència del Tribunal Suprem que prohibeix a Abacus els descomptes en la venda de llibres". *ConfeCom.cat*, 24 d'octubre. [www.webcitation.org/6YtPftSNI](http://www.webcitation.org/6YtPftSNI)

8. Vegeu l'apartat "Conócenos" del lloc web de Nubico: [www.webcitation.org/6YtPINmMt](http://www.webcitation.org/6YtPINmMt)

**Taula 4. Evolució del nombre d'empreses i de les vendes en el mercat interior del llibre d'Espanya, segons la dimensió de les empreses (2009–2013)**

Tipologia de lectura	2009	2010	2011	2012	2013	Evolució 2009–2013 (%)
<b>Nombre d'empreses</b>						
Molt gran (més de 60 milions €)	13	12	9	7	6	-53,85
Gran (entre 18 i 60 milions €)	21	21	23	20	17	-19,05
Mitjana (entre 2,4 i 18 milions €)	119	105	106	108	105	-11,76
Petita (menys de 2,4 milions €)	736	701	702	681	681	-7,47
<b>Total empreses agremiades</b>	<b>889</b>	<b>839</b>	<b>840</b>	<b>816</b>	<b>809</b>	<b>-9,00</b>
<b>Vendes en el mercat interior<sup>A</sup></b>						
Molt gran (més de 60 milions €)	1.389,33	1.242,06	1.135,37	935,54	737,51	-46,92
Gran (entre 18 i 60 milions €)	652,10	583,76	640,60	612,28	588,16	-9,81
Mitjana (entre 2,4 i 18 milions €)	748,53	715,34	666,92	630,66	580,13	-22,50
Petita (menys de 2,4 milions €)	319,63	349,65	329,45	293,01	276,17	-13,60
<b>Total empreses agremiades</b>	<b>3.109,58</b>	<b>2.890,80</b>	<b>2.772,34</b>	<b>2.471,49</b>	<b>2.181,97</b>	<b>-29,83</b>

<sup>A</sup> 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: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2013 i 2014).

Específicament a Catalunya, del 2011 al 2013 també s'observa una notable davallada del nombre d'empreses editorials agremiades amb unes vendes anuals superiors als 18 milions d'euros, que passaren de 15 el 2011 a 9 el 2013 (també a Espanya, de 32 a 23). Cal tenir en compte, d'altra banda, que aquest grup d'empreses més grans concentrava el 60,8% del total de vendes en el mercat interior d'Espanya el 2013 (percentatge que fou del 64,1% el 2011). Quant a les empreses de dimensió mitjana (amb unes vendes anuals entre els 2,4 i els 18 milions d'euros), a Catalunya se'n van comptabilitzar 46 el 2013 (105 al total d'Espanya). Aquest grup d'empreses va concentrar el 26,6% de les vendes, una quota de mercat superior a la de 2011 (24,1%). Finalment, el 2013 hi havia a Catalunya 224 empreses editorials de menor dimensió (amb unes vendes anuals inferiors als 2,4 milions d'euros) i 681 a tota Espanya, i en conjunt les vendes representaven el 12,7% del mercat interior.

**Activitat editorial:** el nombre de títols editats per les empreses de Catalunya ha seguit una evolució irregular de 2011 a 2013: 33.970 títols el 2011, 31.759 el 2012 i 33.446 el 2013. Per contra, al conjunt d'Espanya s'observa una clara tendència de decreixement d'aquesta dada durant els mateixos anys, passant de 83.258 títols el 2011 a 76.434 el 2013. En conseqüència, la proporció de títols fets a Catalunya respecte el total d'Espanya ha crescut del 40,8 al 43,8% de 2011 a 2013 (vegeu la taula 5).

A Catalunya es van produir 126,2 milions d'exemplars de llibres el 2013 (el 51,2% del total d'Espanya, xifra notablement inferior als 136,0 milions d'exemplars publicats el 2011 (i, encara més, als 171,8 milions de 2009). Així mateix, cal indicar que el fons de títols vius en catàleg ha passat de 200.458 títols el 2011 (el 43,1% d'Espanya) a 244.826 el 2013 (el 46,7%).

D'altra banda, el procés d'introducció del llibre en format digital ha seguit avançant en el mercat interior d'Espanya, tot i que de manera menys accelerada que en anys anteriors. Concretament, el percentatge de títols editats en digital sobre el total de títols editats se situà en el

50,5% el 2013 (proporció que era del 7,8% el 2009 i del 48,4% el 2011). Conseqüentment, el fons de títols vius en catàleg disponibles en format digital s'ha incrementat fins a representar el 2013 el 35,1% del total.

Segons les dades de l'Agència de l'ISBN (*international standard book number* o número internacional normalitzat per a llibres), a Catalunya es registraren un 24,6% dels 23.188 llibres editats electrònicament a Espanya l'any 2013 (el 45,4% a Madrid, el 12,2% a Andalusia, el 4,5% al País Valencià i la resta a les altres comunitats autònomes) (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 2014).

**Vendes:** les editorials agremiades de Catalunya varen fer l'any 2013 vendes al conjunt del mercat espanyol per un import de 1.054,48 milions d'euros, quan aquestes van ser de 1.332,45 milions el 2011. També es van reduir les vendes del conjunt d'empreses editorials de llibres espanyoles durant el període, essent de 2.772,34 i 2.181,97 milions d'euros respectivament. El pes de les vendes de les editorials catalanes en el conjunt del mercat espanyol, però, s'ha mantingut entre el 48 i el 49% aquests anys, de manera que durant aquest període s'ha aturat la pèrdua de quota de mercat experimentada els anys anteriors (en aquest sentit, cal tenir en compte que aquest percentatge era del 53,2% el 2007).

Les vendes de llibres en suport digital, tot i l'augment de l'oferta indicada anteriorment, han crescut molt lentament: el 2013 aquestes només representaren el 3,7% de les vendes totals de les editorials espanyoles en el mercat interior.

**Taula 5. Evolució del mercat interior del llibre d'Espanya, per empreses, títols i vendes (2011–2013)**

Empreses, títols i vendes	2011	2012	2013
<b>Total empreses editorials de llibres</b>			
Espanya	1.735	1.656	1.691
<b>Empreses editorials agremiades</b>			
Espanya	840	816	809
Catalunya	286	272	279
% Catalunya sobre Espanya	34,0	33,3	34,5
<b>Títols editats per les empreses agremiades</b>			
Espanya	83.258	79.175	76.434
Catalunya	33.970	31.759	33.446
% Catalunya sobre Espanya	40,8	40,1	43,8
<b>Vendes en el mercat interior<sup>A</sup></b>			
Empreses d'Espanya	2.772,34	2.471,49	2.181,97
Empreses de Catalunya	1.332,45	1.208,99	1.054,48
% Catalunya sobre Espanya	48,1	48,9	48,3
<b>Llibres en format digital (total Espanya)</b>			
% títols editats en digital sobre el total	48,4	44,9	50,5
% títols vius catàleg en digital sobre el total	17,5	19,8	35,1
% vendes llibres en digital sobre el total	2,6	3,0	3,7
<b>Localització de les vendes de llibres</b>			
Vendes de llibres a Catalunya (en milions d'euros) <sup>A</sup>	585,0	516,5	456,0
Vendes de llibres per habitant a Espanya (en euros)	58,7	52,3	46,3
Vendes de llibres per habitant a Catalunya (en euros)	77,6	68,2	60,4
% vendes de llibres a Catalunya sobre total Espanya	21,1	20,9	20,9

<sup>A</sup> 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.

FONT: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2014).

**A Catalunya es van produir 126,2 milions d'exemplars de llibres el 2013 (el 51,2% del total d'Espanya), xifra notablement inferior als 136,0 milions d'exemplars publicats el 2011**

**A Catalunya es registraren un 24,6% dels 23.188 llibres editats electrònicament a Espanya l'any 2013 (el 45,4% a Madrid)**

**El pes de les vendes de les editorials catalanes en el conjunt del mercat espanyol s'ha mantingut entre el 48 i el 49%, de manera que s'ha aturat la pèrdua de quota de mercat experimentada els anys anteriors**

**A Catalunya, la despesa per habitant en llibres fou de 60,4 euros el 2013 (77,6 euros el 2011). Aquesta xifra és clarament superior a la de conjunt del mercat espanyol (46,3 euros el 2013)**



La venda total de llibres localitzada a Catalunya l'any 2013 s'estimà en 456,0 milions d'euros, una quantitat menor a la de 2011, que fou de 585,0 milions d'euros i que representà el 20,9% del mercat espanyol (una proporció molt similar a la d'anys anteriors). Això suposa una despesa per habitant a Catalunya en llibres de 60,4 euros el 2011 (77,6 euros el 2011). Aquesta xifra és clarament superior a la de conjunt del mercat espanyol (46,3 euros el 2013) (vegeu la taula 5).

**Canals de venda:** de 2011 a 2013 s'observa una reducció de les vendes de les empreses de Catalunya en tots els canals de comercialització de llibres. L'any 2013, les empreses editorials de Catalunya seguien ocupant una posició de lideratge en tres canals de venda: clubs i internet (amb el 87,7% de les vendes al mercat interior d'Espanya), quioscs (81,9%) i venda a crèdit i telefònica (71,0%). Per contra, les editorials catalanes tenien una feble posició relativa (inferior al seu pes relatiu sobre el total del mercat del 47,2%) en els canals següents: empreses i institucions (32,0%), correu i subscripcions (29,9%) i altres (17,3%) (vegeu la taula 6).

**Taula 6. Vendes de llibres de les editorials de Catalunya en el mercat interior d'Espanya, segons canal de comercialització (2011–2013)**

Tipologia de canal de comercialització	2011		2012		2013	
	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya
<b>Establiment comercial</b>	<b>947,00</b>	<b>48,8</b>	<b>862,68</b>	<b>52,2</b>	<b>719,60</b>	<b>51,4</b>
Llibreries	447,30	42,3	412,39	45,8	359,67	46,5
Cadenes de llibreries	255,30	53	232,89	56,4	189,01	54,7
Hipermercats	147,10	53,6	137,38	57,0	106,24	52,3
Quioscs	97,40	75,3	80,02	79,8	64,68	81,9
<b>Altres canals</b>	<b>385,40</b>	<b>46,4</b>	<b>346,30</b>	<b>42,4</b>	<b>310,50</b>	<b>39,8</b>
Empreses i institucions	123,10	30,4	111,51	31,3	111,12	32,0
Venda a crèdit + venda telefònica	89,00	65,9	90,16	71,3	77,15	71,0
Correu + subscripcions	37,20	37,1	26,34	30,0	25,80	29,9
Clubs + internet	90,50	88,4	84,35	90,6	68,74	87,7
Altres canals	45,60	51,8	33,94	22,0	27,69	17,3
<b>Total</b>	<b>1.332,40</b>	<b>48,1</b>	<b>1.208,98</b>	<b>48,9</b>	<b>1.030,10</b>	<b>47,2</b>

<sup>A</sup> 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: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2013 i 2014).

9. En el grup de cadenes de llibreries s'hi contempla El Corte Inglés, Crisol, Fnac, Casa del Libro, VIPS i similars.

10. Aquestes dades inclouen els codis TARIC 4901 (llibres, fullets i impresos similars, fins i tot en fulls separats) i 4903 (àlbums o llibres d'estampes per a nens i quaderns infantils per dibuixar o acolorir).

**Llibreries:** les vendes en llibreries i cadenes de llibreries<sup>9</sup> han experimentat una forta caiguda de 2011 a 2013. D'una banda, les vendes del canal llibreries han passat de 1.028,7 milions d'euros el 2011 a 773,1 milions el 2013 (una disminució del 33,1%). En el cas de les cadenes de llibreries, les vendes foren de 468,8 milions d'euros el 2011 i de 345,6 milions el 2013 (una reducció del 35,7%). Per tant, sembla que la crisi econòmica dels darrers anys ha incidit fortament en la compra de llibres per aquest canal, la quota del qual sobre el total del mercat interior ha baixat del 54,0% el 2011 al 51,3% el 2013.



**Comerç amb l'estranger:** les exportacions de llibres de les empreses de Catalunya, segons informació de l'Institut d'Estadística de Catalunya, van ser per un import de 200,4 milions d'euros el 2013, xifra sensiblement inferior a la de 2011 (228,6 milions d'euros). Per tant, s'ha mantingut la tendència de disminució de l'activitat exportadora dels darrers anys (el 2006, aquesta ascendí a 309,2 milions d'euros), fet que pot ser una manifestació d'un canvi profund en el comerç exterior d'aquest tipus de béns. D'altra banda, les importacions de llibres de Catalunya se situaren el 2013 en 73,6 milions d'euros anuals, una quantitat força similar a la d'anys anteriors.<sup>10</sup>

**Llengua catalana:** de l'any 2011 al 2013, l'activitat de les editorials catalanes en llengua catalana ha seguit una evolució desigual segons si es consideren els títols editats o bé les vendes anuals en el mercat interior. D'una banda, i en un sentit positiu, s'ha passat d'un total de 8.406 títols editats el 2011 a 9.452 el 2013. De l'altra, les vendes totals per aquest concepte han baixat de 242,4 milions d'euros el 2011 a 203,9 milions el 2013 (vegeu la taula 7). En el marc d'aquesta evolució, el segment del llibre de text no universitari, que és el més rellevant en termes de vendes en aquesta llengua, ha continuat la tendència negativa dels anys anteriors.

El percentatge de títols editats en català sobre el total dels títols editats per les empreses de Catalunya ha crescut del 24,7% el 2011 al 28,3%, conseqüència de l'increment de títols editats en aquesta llengua durant el període. Igualment, tot i la davallada de les vendes de llibres en aquesta llengua, el seu pes respecte al total de les vendes de llibres de les empreses editorials catalanes ha seguit augmentant fins arribar a representar el 19,3% el 2013 (essent del 15,7% el 2009 i del 18,2% el 2011). Per tant, la caiguda de les vendes de les editorials de Catalunya en llengua catalana de 2011 a 2013 ha estat menys intensa que la del conjunt de les seves vendes en el mercat espanyol (en llengua castellana i altres).

**L'activitat de les editorials catalanes en llengua catalana ha seguit una evolució desigual segons si es consideren els títols editats o bé les vendes anuals en el mercat interior**

**El percentatge de títols editats en català sobre el total dels títols editats per les empreses de Catalunya ha crescut del 24,7% el 2011 al 28,3%**



**Taula 7. Evolució del mercat interior del llibre en llengua catalana de les empreses de Catalunya per matèries, en títols i vendes (2011–2013)**

Matèries	2011	2012	2013	2011	2012	2013
	Títols editats			% de títols editats		
Literatura	1.506	1.639	1.810	17,9	19,3	19,1
Infantil i juvenil	1.952	2.048	2.256	23,2	24,1	23,9
Text no universitari	2.958	2.934	2.611	35,2	34,5	27,6
Altres matèries	1.990	1.876	2.775	23,7	22,1	29,4
<b>Total</b>	<b>8.406</b>	<b>8.497</b>	<b>9.452</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	Vendes (en milions d'euros) <sup>A</sup>			% de vendes		
Literatura	46,01	42,28	45,06	19,6	19,1	22,1
Infantil i juvenil	44,47	38,66	38,48	16,8	17,5	18,9
Text no universitari	101,79	104,57	87,44	43,3	47,2	42,9
Altres matèries	50,08	35,98	32,89	20,3	16,2	16,1
<b>Total</b>	<b>242,35</b>	<b>221,49</b>	<b>203,87</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>A</sup> 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: FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2013 i 2014).

**L'activitat de les empreses dedicades a l'enregistrament de música ha tingut una evolució força negativa de 2011 a 2013. Aquest fet s'explica, sobretot, per la intensa caiguda de les vendes de música en suport físic, que no es compensa per les vendes realitzades en els nous canals digitals**



Al conjunt d'Espanya s'editaren el 2013 un total de 10.268 títols en llengua catalana, xifra que representa el 13,4% del total de títols editats. D'aquests, el 85,2% s'editaren a Catalunya, essent-ho la resta a Madrid (8,2%), País Valencià (6,5%) i Euskadi (0,1%).

### 3.2. El sector del fonograma

Tant a Catalunya com en el conjunt del mercat espanyol, l'activitat de les empreses dedicades a l'enregistrament de música ha tingut una evolució força negativa de 2011 a 2013. Aquest fet s'explica, sobretot, per la intensa caiguda de les vendes de música en suport físic (CD), que no es compensa per les vendes realitzades en els nous canals digitals de distribució digital. En aquest context de canvi i no obstant això, el posicionament de les empreses i dels continguts musicals de Catalunya en aquestes noves plataformes de distribució emergents constitueix un dels principals reptes de futur desenvolupament del sector.

La situació de la indústria fonogràfica a Catalunya i Espanya durant els anys 2011 a 2013 s'ha caracteritzat pels següents trets principals (ICEC, 2014; SGAE, 2014):

**Empreses:** l'any 2013 s'identifiquen un total de 70 empreses actives en el sector les companyies musicals a Catalunya (el 2011 n'eren 96), incloent discogràfiques, editorials i companyies de representació d'artistes o *management* (ICEC, 2014). Al conjunt d'Espanya, i fent específicament referència a les empreses editores de música enregistrada, s'ha accentuat la tendència a la disminució del nombre d'empreses que s'observa des de l'any 2009, quan hi havia 996 companyies: 814 el 2010, 641 el 2011, 662 el 2012 i 416 el 2013. Aquest darrer any, només 4 van fer més de 200 discs anuals, 10 entre 30 i 200 discs, i 402 menys de 30 (SGAE, 2014).<sup>11</sup>

L'estructura empresarial del sector de l'enregistrament musical de Catalunya ha estat encapçalada, segons la quota de mercat, per Blanco y Negro (que el 2013 concentrà el 54,4% de la facturació de les empreses discogràfiques catalanes), seguida en importància per Discmedi (20,5%), Música Global (8,2%), Divucsa (4,6%), RGB Music (2,2%), Propaganda pel Fet! (0,6%), Cheaspik (0,3%) i altres (9,1%), totes elles, però, independents de les multinacionals i de grandària mitjana o petita en el context del mercat espanyol.

**Concentració empresarial:** tot i que no es disposa d'estadístiques com en anys anteriors relatives al mercat espanyol, tot indica que el sector de la música enregistrada s'ha seguit caracteritzant per l'elevada concentració d'activitat en les *majors* del sector a Espanya i a la resta del món: Universal Music, Sony Music i Warner. Cal recordar que el 2012 es completà el procés de venda dels actius d'EMI Music, que van ser adquirits en la major part per Universal i Sony.<sup>12</sup>

Cap d'aquestes grans empreses multinacionals té la seu a Catalunya i, per tant, Madrid segueix concentrant la major part del volum de negoci del sector.

**Activitat i vendes de música enregistrada:** l'evolució negativa de les vendes totals de música enregistrada a Espanya s'ha mantingut de manera intensa de 2011 (148,6 milions d'euros) a 2013 (119,8

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

12. Vegeu <http://en.wikipedia.org/wiki/EMI>

13. El format CD representa el 92,1% de les unitats venudes; DVD i vídeo, el 2,0%; els LP l'1,4%, tot i la lleugera millora dels darrers anys, i altres formats, el 4,5% restant, segons dades de Promusicae recollides per SGAE a l'anuari de 2014.

milions d'euros). L'evolució de l'activitat de les empreses catalanes va seguir essent positiva (a diferència del que s'esdevenia al conjunt del mercat espanyol) fins a 2012, quan s'assoliren unes vendes totals de 16,6 milions d'euros (que el 2009 havien estat per un import de 14,9 milions). No obstant això, el 2013 es produí una forta davallada, atès que les vendes es van situar en 12,2 milions d'euros (vegeu la taula 8). La causa principal d'aquest decreixement ha estat la caiguda de les vendes en format digital, que ha estat d'un 39%.

A Espanya, les vendes de fonogrames en el mercat físic (el CD monopolitza pràcticament les vendes)<sup>13</sup> han passat de representar el 68,8% del total l'any 2011 al 59,8% el 2013. Cal tenir en compte que aquest segment del mercat concentrava un 84,7% de les vendes el 2009, per la qual cosa la caiguda està essent molt accelerada. El mercat digital (en línia) ha augmentat la quota de mercat del 31,2% el 2011 al 40,2% el 2013. Malgrat l'evolució positiva dels canals de distribució digitals en termes relatius, en valors absoluts s'observa una situació d'estancament en el mercat espanyol: 46,4 milions d'euros el 2011, 48,3 milions el 2012 i 48,1 milions el 2013. En aquest context de crisi, la despesa en música enregistrada s'ha situat en 2,5 euros per habitant el 2013 (vegeu la taula 8), xifra que era de 12,4 el 2003.

L'estructura de les vendes de les empreses de Catalunya segons aquests dos mercats posa de manifest una peculiar feblesa del sector català en el moment actual que ja s'havia identificat en anys anteriors. En concret, el pes de les vendes de les empreses catalanes a través dels canals digitals el 2013 (29,5%) fou sensiblement inferior a la del conjunt d'Espanya (40,2%) i del món (39% el 2013 i 46% el 2014, segons dades de la IFPI).

**A Espanya, les vendes de fonogrames en el mercat físic (el CD monopolitza pràcticament les vendes) han passat de representar el 68,8% del total l'any 2011 al 59,8% el 2013**

**La despesa en música enregistrada s'ha situat en 2,5 euros per habitant el 2013, xifra que era de 12,4 el 2003**



**Taula 8. Evolució del mercat de la música enregistrada a Espanya i a Catalunya, en milions d'euros (2011–2013)**

	2011		2012		2013	
	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
<b>Mercat de música enregistrada a Espanya</b>						
Mercat físic	102,2	68,8	92,8	65,8	71,7	59,8
Mercat digital	46,4	31,2	48,3	34,2	48,1	40,2
<b>Vendes totals</b>	<b>148,6</b>	<b>100,0</b>	<b>141,1</b>	<b>100,0</b>	<b>119,8</b>	<b>100,0</b>
<b>Compres de música enregistrada per habitant (en euros)</b>	<b>3,1</b>		<b>3,0</b>		<b>2,5</b>	
<b>Empreses de música enregistrada de Catalunya</b>						
Mercat físic	14,6	89,6	10,7	64,5	8,6	70,5
Mercat digital	1,7	10,4	5,9	35,5	3,6	29,5
<b>Vendes totals</b>	<b>16,3</b>	<b>100,0</b>	<b>16,6</b>	<b>100,0</b>	<b>12,2</b>	<b>100,0</b>

Nota: les xifres estan calculades segons el preu de venda al públic.

Font: elaboració pròpia a partir d'SGAE (2014), per a les dades sobre el mercat de música enregistrada a Espanya, i ARC (2014), per a les dades d'empreses de música enregistrada a Catalunya.

**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, la continuïtat en la caiguda

de les vendes de música enregistrada en suports físics indica que fins a 2013 s'ha seguit agreujant la crisi del comerç minorista tradicional de discs.

La distribució de les vendes a Espanya a través dels canals digitals el 2013 revela que la major part es va fer mitjançant subscripcions (42,2%), seguida de les descàrregues d'internet (27,4%) i la reproducció en temps real o *streaming* (23,5%). Com es pot veure a la taula 9, malgrat l'estancament global al qual s'ha fet referència, els darrers anys hi ha hagut un creixement accelerat dels sistemes de subscripció, mentre que les descàrregues d'internet i la reproducció en temps real mostren alts i baixos, però superen clarament les descàrregues via mòbil.

**Taula 9. Evolució del mercat discogràfic digital a Espanya per canal de distribució (2011–2013)**

Canal de distribució	2011		2012		2013	
	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%	Vendes (milions d'euros)	%
Descàrregues d'internet	13,8	27,2	14,6	30,2	13,2	27,4
Descàrregues de mòbil	2,6	16,4	2,2	4,6	1,8	3,7
Subscripcions	9,6	20,7	18,6	38,5	20,3	42,2
Reproducció en temps real	16,6	35,7	11,7	24,2	11,3	23,5
Altres	3,8	0,0	1,2	2,5	1,6	3,3
<b>Total mercat digital</b>	<b>46,4</b>	<b>100,0</b>	<b>48,3</b>	<b>100,0</b>	<b>48,1</b>	<b>100,0</b>

Nota: vendes segons preus de venda al públic.

Font: SGAE (2014).

**Llengua:** segons informa l'*Anuari de la música 2014* (ARC, 2014), el 2013 hi hagué un notable creixement de les edicions en català, arribant fins a un total de 763, quan l'any 2012 la xifra es va situar en 563 referències (la qual cosa suposa un increment interanual del 36%). La publicació de discs en català augmentà en pop-rock (63%), cançó d'autor (29%), jazz (12,7%) i públic familiar (3,8%), mentre que disminuï en folk (-14,5%) i clàssica (-15,7%).

### 3.3. El sector del videojoc

Tot i el seu caràcter emergent, la indústria del videojoc ha experimentat una disminució de les vendes en el mercat interior espanyol de 2011 a 2013. Aquesta tendència negativa es pot explicar en bona part per diferents factors: els efectes de la crisi econòmica sobre el consum de les famílies en aquest tipus de productes, la dificultat d'establir nous models de negoci en el sector o, també, la relativa ineficàcia del marc regulador actual dels drets de propietat intel·lectual. Segons les dades disponibles, l'evolució d'aquestes activitats de l'any 2011 a 2013 a Catalunya i Espanya ha estat la següent (ADESE, 2014; DEV, 2014; SGAE, 2014):

**Empreses:** de la mateixa manera que s'ha indicat respecte del sector del fonograma, la indústria del videojoc està fortament dominada per un reduït nombre d'empreses multinacionals que, a Espanya, tenen majoritàriament la seu a Madrid.

14. Díaz, Tina (2012): "King.com trae sus juegos a Barcelona con una inversión de dos millones". Madrid: Expansion.com, 10 de setembre. [www.webcitation.org/6YtQPsDdV](http://www.webcitation.org/6YtQPsDdV)

15. Vegeu [http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Chocolate](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Chocolate)

A Espanya, l'any 2012 integraven el sector del videojoc 330 empreses. La major part (el 79%) feien funcions d'estudi de desenvolupament de projectes propis, el 55% de desenvolupador per a tercers, el 32% d'editor (*publisher*), el 23% oferien eines de desenvolupament, el 18% prestaven serveis de formació, el 15% serveis de màrqueting de videojocs, el 15% de monetització i un altre 15% altres serveis.

Des de la perspectiva territorial, l'any 2012 el 27,1% d'aquestes 330 empreses tenia la seu a Catalunya, i Madrid era la comunitat autònoma amb un percentatge més elevat d'empreses (29,8%). A continuació d'aquests dos territoris hi havia el País Valencià (10,5%), Andalusia (8,1%) i Euskadi (6,8%).

Entre els canvis principals esdevinguts els anys 2012 i 2013 en el teixit d'empreses de videojocs de Catalunya cal remarcar, d'una banda, l'establiment a Barcelona l'any 2012 d'un centre de creació i desenvolupament dels videojocs socials en línia de l'empresa líder d'aquest mercat, King.com (que ha fet produccions com *Candy Crush* o *Farm Heroes*).<sup>14</sup> D'altra banda, també cal donar referència de la compra per part d'Ubisoft (multinacional del sector que té una seu a Catalunya) de l'empresa Digital Chocolate (també multinacional que comptava amb un estudi de desenvolupament a Barcelona).<sup>15</sup>

**Activitat:** la distribució de videojocs segons els gèneres o temàtiques mostra, en el cas de les consoles, com els jocs tradicionals han seguit al capdavant en el mercat amb el 87,7% de les unitats venudes (el 79,8% el 2011), i en aquest segment destaquen els d'acció i aventura gràfica. En un segon nivell hi ha els denominats *jocs socials*, que han decrescut en importància (10,6% el 2011 i 7,3 el 2013) i hi predominen els relacionats amb ballar, i els de simulació (4,0 i 3,2% respectivament). La producció a Catalunya (i Espanya) ha seguit en bona part especialitzada en els *casual games* o jocs senzills d'entreteniment per a mòbils, els quals, majoritàriament, són de cost més baix que altres videojocs.

**Vendes:** les vendes totals de programari de videojocs a Espanya han continuat davallant de 2011 a 2013, a diferència del que s'havia esdevingut fins a 2008. En concret, les vendes han disminuït de 499,0 milions d'euros el 2011 a 401,0 milions el 2013. El programari de videojocs per a consoles segueix concentrant al voltant del 95% de les vendes en aquests mercats, mentre que el 5% es correspon a videojocs per a PC (vegeu la taula 10).

**Taula 10. Evolució del mercat interior de videojocs d'Espanya (2011–2013)**

	2011	2012	2013
<b>Vendes de programari (en milions d'euros)</b>			
Videojocs per a PC	29,0	31,0	20,0
Videojocs per a consoles	470,0	397,0	381,0
Total programari	499,0	428,0	401,0
<b>Vendes de maquinari</b>			
Consoles (en milions d'euros)	373,0	297,0	275,0
Perifèrics (en milions d'euros)	107,0	97,0	86,0
Unitats de consoles venudes (en milers)	1.913,0	1.492,0	1.172,0
<b>Total vendes (en milions d'euros)</b>	<b>979,0</b>	<b>822,0</b>	<b>762,0</b>
<b>Vendes per habitant (en euros)</b>			
Programari	10,6	9,1	8,5
Maquinari	10,2	8,3	7,7
<b>Total</b>	<b>20,7</b>	<b>17,4</b>	<b>16,2</b>

Font: ADESE (2014).

**L'any 2012 el 27,1% de les 330 empreses del sector tenia la seu a Catalunya, i Madrid era la comunitat autònoma amb un percentatge més elevat d'empreses (29,8%)**



**El decreixement de la xifra de vendes contrasta fortament amb un altre fet que també s'ha evidenciat per al període 2011–2013: el manteniment i fins i tot el creixement de la demanda d'aquests productes i serveis**

**La pèrdua del pes del sector editorial de Catalunya en el conjunt d'Espanya observada al llarg d'aquests anys de crisi s'ha aturat de 2011 a 2013**



Per acabar, cal assenyalar que la fira Gamelab —que és l'esdeveniment de referència de la indústria a Espanya— s'ha celebrat a Barcelona durant els anys 2013 i 2014.

#### 4. Conclusions

La xifra de vendes dels sectors del llibre, el fonograma i el videojoc en els mercats interiors de Catalunya i Espanya han seguit, durant el període 2011–2013, una evolució de decreixement com en general havia passat en els anys immediatament anteriors. Tot indica que la situació de crisi econòmica que va esclatar el 2008 a les economies occidentals ha incidit molt negativament en aquestes activitats que, d'altra banda, es troben en un moment de profunda transformació dels corresponents models de negoci.

Com ja s'assenyalava en l'anterior edició de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, aquesta situació contrasta fortament amb un altre fet que també s'ha evidenciat per al període 2011–2013: el manteniment i fins i tot el creixement de la demanda d'aquests productes i serveis, segons les estadístiques de pràctiques culturals analitzades a l'apartat 2 d'aquest capítol. Com ja s'indicà aleshores, hi ha dues causes que poden explicar, en bona part, aquesta aparent contradicció: la gratuïtat en l'accés a molts continguts culturals per part d'una elevada proporció de la població a través d'internet (ja sigui de manera legal o il·legal) i una certa tendència dels preus dels continguts culturals consumits en línia a ser inferiors als que s'ofereixen —o s'oferien— fora de línia.

Aquests fets són una manifestació de la profunda crisi en què es troben les indústries culturals —com les dels mitjans de comunicació tradicionals—, que s'emmarca en una important transformació estructural del model productiu de l'economia a escala global. La resposta a aquest desafiament requereix situar les estratègies d'innovació en aquestes activitats en un lloc central, fet que es podria incentivar en part amb el desplegament de l'estratègia RIS3CAT per part del Govern de Catalunya.

Específicament, sobre les activitats analitzades en el capítol present es poden assenyalar les següents conclusions principals:

**Sector del llibre:** tot i la davallada de les vendes en el mercat interior (tant de les empreses editorials catalanes com del conjunt d'Espanya), es constata que la pèrdua del pes del sector editorial de Catalunya en el conjunt d'Espanya observada al llarg d'aquests anys de crisi s'ha aturat de 2011 a 2013. També s'observa un decreixement de les exportacions de llibres els darrers anys, fet que pot ser una manifestació d'un canvi profund en el comerç exterior d'aquest tipus de béns. Durant aquest període hi ha hagut igualment canvis rellevants en l'estructura empresarial del sector, derivats de la important disminució de l'activitat de les empreses editorials agremiades més grans a Espanya. Finalment, cal indicar que malgrat haver-se reduït les vendes de les editorials de Catalunya en llengua catalana de 2011 a 2013, el decreixement ha estat menys accentuat que el del conjunt de les vendes; en conseqüència, el percentatge de les vendes de llibres en català respecte el total de vendes de les editorials catalanes s'ha incrementat del 15,7% el 2009 al 19,3% el 2013.

**Sector del fonograma:** malgrat la crisi econòmica i a diferència del que s'esdevenia per al conjunt del mercat espanyol, les vendes de fonogrames de les empreses catalanes van seguir una evolució positiva fins a 2012 (quan se situaren en 16,6 milions d'euros). L'any 2013, però, es produí una forta reducció, fins als 12,1 milions d'euros anuals. La causa principal d'aquest decreixement ha estat l'accentuada caiguda de les vendes en format digital. En relació a aquest fet cal fer referència a una de les principals febleses del sector català dels fonogrames que ja s'havia identificat en anys anteriors: el baix pes relatiu que les vendes de les empreses catalanes assoleixen pels canals digitals (el 29,5% el 2013), comparativament al que s'esdevé al conjunt d'Espanya (40,2%) i al món (39% el 2013 i 46% el 2014). Finalment, i considerant la llengua de les obres musicals enregistrades, s'ha constatat que el 2013 hi hagué un notable creixement de les edicions en català.

**Sector del videojoc:** igualment, en aquest sector hi ha hagut un decreixement de les vendes en el mercat interior espanyol, malgrat el caràcter emergent d'aquestes activitats. La major part de l'activitat industrial a Catalunya en aquest camp ha seguit força focalitzada en la creació i el desenvolupament dels videojocs de cost relativament baix. En aquest context, cal remarcar la importància de certes multinacionals per localitzar centres de creació i desenvolupament de jocs digitals a Catalunya durant els anys 2012 i 2013 (com són els casos de King.com amb l'obertura d'una seu a Barcelona i la compra de Digital Chocolate per part d'Ubisoft).

**Una de les principals febleses del sector català dels fonogrames: el baix pes relatiu que les vendes de les empreses catalanes assoleixen pels canals digitals**



## 8. Referències

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (ADESE) (2014): *Balance económico de la industria del videojuego 2013* [En línia]. Madrid: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.

[www.webcitation.org/6Z0mBdZiK](http://www.webcitation.org/6Z0mBdZiK)

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS PRODUCTORAS Y DESARROLLADORAS DE VIDEOJUEGOS Y SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (DEV) (2014): *Libro blanco del desarrollo espanyol de los videojuegos* [En línia].

[www.webcitation.org/6Z0mHIDMj](http://www.webcitation.org/6Z0mHIDMj)

ASSOCIACIÓ PROFESSIONAL DE REPRESENTATS, PROMOTORS I MÀNAGERS DE CATALUNYA (ARC) (2014): *Anuari 2014 de la Música*. Barcelona: Grup Enderrock Edicions i ARC.

DEPARTAMENT DE CULTURA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2015): *Enquesta de participació cultural Catalunya 2014* [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[www.webcitation.org/6Z0mQoPgu](http://www.webcitation.org/6Z0mQoPgu)

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2013): *Comercio interior del libro en España 2012* [En línia]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.

[www.webcitation.org/6YtQsVzCn](http://www.webcitation.org/6YtQsVzCn)

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2014): *Comercio interior del libro en España 2013* [En línia]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España. [www.webcitation.org/6YtQmsbmN](http://www.webcitation.org/6YtQmsbmN)

GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA I ASSOCIACIÓ D'EDITORS EN LLENGUA CATALANA (2014): *Hàbits de lectura i compra de llibres a Catalunya 2013*. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya i Associació d'Editors en Llengua Catalana.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI) (2014): *IFPI digital music report 2014* [En línia]. [www.webcitation.org/6Z0nKE4zs](http://www.webcitation.org/6Z0nKE4zs)

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI) (2015): *Informe sobre la música digital de la IFPI 2015*. [En línia]. [www.webcitation.org/6YtR9L3qE](http://www.webcitation.org/6YtR9L3qE)

INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS (ICEC) (2014): *Catalan music companies directory 2014* [En línia]. Barcelona: Institut Català de les Empreses Culturals. [www.webcitation.org/6YtRLdeq2](http://www.webcitation.org/6YtRLdeq2)

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (2014): *Comerç amb l'estranger* [En línia], a partir de les dades de l'Agència Estatal d'Administració Tributària. [www.webcitation.org/6Z2HViGXz](http://www.webcitation.org/6Z2HViGXz)

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2014): *La panorámica de la edición española de libros 2013* [En línia]. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. [www.webcitation.org/6Z0n1L9ri](http://www.webcitation.org/6Z0n1L9ri)

SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y EDITORES (SGAE) (2014): *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*. [En línia]. Madrid: SGAE. [www.anuariosgae.com/anuario2014/frames.html](http://www.anuariosgae.com/anuario2014/frames.html)