

Informe sobre les publicacions municipals

Gener de 2014



**Ajuntament
de Barcelona**

Informe sobre les publicacions municipals

Índex

1. Introducció
2. L'Ajuntament com a impulsor d'edicions i coedicions.
3. El Consell d'Edicions i Publicacions
4. El Pla de Publicacions municipal
5. La coedició
6. Estratègia de promoció
7. Distribució i venda.
8. Llengua
9. Finançament
10. Projectes

Annexos:

- I. Catàleg publicacions, selecció
- II. Selecció clipping premsa

El servei de publicacions de l'Ajuntament de Barcelona neix el 1980 amb l'objectiu d'oferir informació ciutadana de forma atractiva i amb qualitat i de crear productes editorials que donin resposta a la nova etapa político-social que viu el país. El 1987, quan Maria Aurèlia Capmany, fins aleshores regidora de cultura, és designada regidora d'Edicions i Publicacions, el servei rep un impuls amb un pressupost propi i s'enceta una ambiciosa política de publicacions, amb col·leccions que actualitzin i posin a l'abast dels ciutadans i ciutadanes la història i l'actualitat de la ciutat.

Durant la dècada dels noranta el Servei de publicacions pateix una certa dispersió en la seva activitat i objectius fins que l'any 2000 es decideix posar sota una mateixa direcció els diferents serveis i tipus de publicacions de l'Ajuntament: les revistes, els llibres i la impremta; es crea el Consell d'Edicions i Publicacions com a garant d'una política global i transversal, es tracen nous criteris editorials i d'exigència qualitativa d'acord a la normalització cultural que viu el país, i s'estableix una estratègia de col·laboració públic-privada per tal d'assegurar la viabilitat dels projectes i que l'Ajuntament doni a conèixer tot el seu patrimoni i posi en valor personalitats i entitats de la ciutat.

En l'actualitat, el servei de publicacions –englobat en la Direcció d'Imatge i Serveis Editorials- executa el Pla Editorial municipal, atenent els criteris i l'estratègia marcada pel Consell d'Edicions i Publicacions, i és el referent en les tasques editorials, d'imatge, de producció, de comercialització i de difusió per als diferents serveis municipals, dotant, d'aquesta manera a qualsevol àrea de l'Ajuntament, d'uns criteris de comunicació unificats i d'un servei editorial integrat.

2. L'Ajuntament com a impulsor d'edicions i coedicions

Un dels propòsits del Servei de publicacions de l'Ajuntament és millorar la comunicació entre l'Ajuntament i els ciutadans. És en aquest sentit que el Servei de Publicacions és un instrument, i forma part, de la política de comunicació corporativa municipal i de promoció de la marca 'Barcelona'.

És cabdal en la línia editorial del Servei de Publicacions, difondre en diferents formats (llibre, revistes i, recentment, en els formats digitals), tots aquells continguts de valor sobre Barcelona i els propis serveis municipals. Continguts que poden provenir tant d'iniciatives editorials del propi Servei de Publicacions, dels diferents serveis i àrees municipals, d'empreses editorials privades, d'institucions de la ciutat o d'iniciatives personals. Per tant, el servei també es converteix en canalitzador i en un motor d'impuls del sector editorial barceloní i català.

En aquest sentit allò que és rellevant és que el servei de Publicacions sigui el mitjà a través del qual es vehiculin totes aquelles iniciatives que en darrer terme produeixin un corpus literari, audiovisual i cultural d'interès per a la ciutat, que apostin per dinamitzar propostes que incitin als ciutadans a descobrir la seva ciutat i a participar en les activitats que s'hi desenvolupen.

Tanmateix un altre aspecte important de la línia editorial de l'Ajuntament és col·laborar en la projecció de la marca Barcelona com a cap i casal de Catalunya a tot el món. I això ho fa impulsant aquell material de difusió de la ciutat que esdevingui atractiu però sempre rigorós i de qualitat.

Alhora el servei de Publicacions ha de vetllar per crear un patrimoni editorial que doni a conèixer la història, la identitat i les manifestacions socioculturals de la ciutat i dels seus protagonistes, entenent que la ciutat és un trencadís de veus, visions i expressions que cal tenir en compte des d'una consideració altament democràtica, i per tant representativa, del seu conjunt.

Forma part també de la seva tasca articular i potenciar la difusió del patrimoni i de la gestió del propi Ajuntament.

Els públics objectius

Com bé es desprèn de l'exposat fins al moment, el públic destinatari dels productes editorials municipals són la ciutadania de Barcelona i tots els visitants que arriben a la nostra ciutat. Igualment els grups d'influència de la ciutat en els camps de la política, la cultura i l'empresa per a difondre el patrimoni i els valors de la ciutat entre un públic especialitzat, local i internacional, interessat sobre tot el coneixement que es genera al voltant de Barcelona.

Metodologia

La Direcció d'Imatge i Serveis Editorials de l'Ajuntament de Barcelona ha treballat per estructurar una línia editorial comú per a totes les publicacions i edicions de l'Ajuntament, creant normatives gràfiques, comunicatives i d'imatge per aquest fi, donant suport en continguts i en col·laboració i coordinació amb els diferents sectors, districtes i òrgans autònoms; articulant la producció i difusió dels productes editorials, i garantint la comercialització de totes les publicacions municipals. I ha assumit com a principi bàsic de l'edició municipal la coedició, implicant al màxim nombre d'empreses editorials.

3. El Consell d'Edicions i Publicacions

Format per onze membres designats per l'alcalde¹, és l'òrgan que marca l'estratègia de l'edició municipal i aprova els plans anuals o plurianuals.

Les diferents propostes que arriben tan dels serveis municipals com d'iniciatives privades, el consell les estudia i aprova les que considera d'interès i viables.

¹ *Els membres actuals del Consell de publicacions i edicions de l'Ajuntament de Barcelona són: Jaume Ciurana i Llevadot, Jordi Martí i Galbis, Marc Puig i Guàrdia, Albert Ortas i Serrano, Miquel Guiot i Rocamora, Jordi Joly i Lena, Vicente Guallart i Furió, Àngel Miret i Serra, Marta Clari i Padrós, Josep Lluís Alay i Rodríguez, José Pérez Freijo, Pilar Roca i Viola.*

Els criteris bàsics que aplica el Consell per aprovar l'execució dels projectes presentats té en compte totes les consideracions fins aquí citades que caracteritzen la línia editorial general de les publicacions municipals, i el fet que les propostes s'adeqüin a l'estratègia de comunicació i difusió de l'Ajuntament, que responguin a un interès per augmentar el coneixement de la ciutat i que, com hem destacat, pugui comptar-se amb la coedició amb una editorial privada, com passa en la majoria dels productes.

4. El Pla de Publicacions municipal

És l'instrument de gestió i d'informació dels continguts editorials que, aprovat pel Consell, s'executa des de la Direcció d'Imatge i Serveis Editorials.

Actualment el Pla de Publicacions municipal integra diverses àrees temàtiques que es poden agrupar en cinc blocs, cadascun amb un nom genèric:

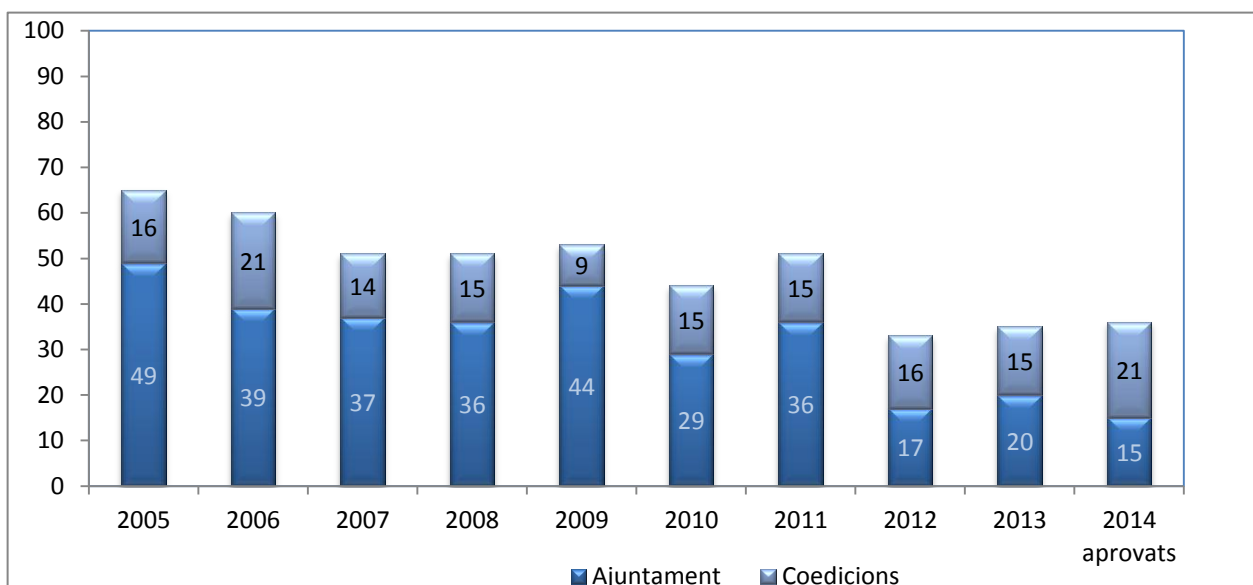
- Memòria de Barcelona: Edicions que contribueixen a la recuperació de la memòria històrica de la ciutat, tant pel que fa al patrimoni arquitectònic, del pensament o de la memòria col·lectiva, així com dels propis serveis municipals.
- Conèixer Barcelona: Títols que donen a conèixer la ciutat actual en tots els seus àmbits. Guies d'equipaments, de museus, d'espais, i d'exposicions. Publicacions que difonen la gestió municipal: informes, monografies, ordenances, o memòries.
- Construir la ciutat: Reculls de projectes, obres, planejaments urbanístics, de medi ambient i dels nous equipaments de la ciutat.
- Noves tendències: Publicacions que presenten tendències i innovacions culturals, artístiques o de diferents sector professionals que troben a Barcelona un espai d'expressió, de consolidació i creixement.
- Celebracions: Totes aquelles obres que commemoren els diferents aniversaris de fets assenyalats per a la història de la ciutat o de personatges il·lustres.

5. Les coedicions

Un dels principis bàsics de l'Ajuntament és el fet de fomentar, impulsar i donar suport als productes editorials en col·laboració amb les editorials privades o altres institucions. Les raons que motiven aquest plantejament són diverses, d'una banda hi ha la millor distribució dels productes i la rendibilitat econòmica com un factor decisiu, però també la voluntat de crear sinergies de col·laboració que permetin donar sortida a tots aquells productes editorials relacionats amb la ciutat que compleixen amb els criteris establerts i que li posem el valor afegit de poder acreditar-ne la qualitat. És també una manera de potenciar, que no de competir, el sector editorial de la ciutat i alhora d'ampliar i millorar la difusió i comercialització de les publicacions de l'Ajuntament. I és clar, és també, una font d'enriquiment professional per ambdues parts.

Aquesta col·laboració editorial amb el sector privat forma part també de l'estratègia municipal de donar impuls a tota la cadena del món del llibre a Barcelona: autors, il·lustradors, fotògrafs, editors o impressors.

Evolució de la tendència d'edicions municipals i coedicions:



La gràfica no inclou l'ICUB: 35 publicacions al 2012 i 18 publicacions al 2013 (7 coeditades)

Com fa palesa la gràfica de l'evolució editorial entre el 2005 i el 2014, la tendència a partir de l'any 2011, és d'una substancial disminució de l'edició estrictament municipal,

que s'estabilitza a la baixa, i, per tant, de l'augment en el percentatge en la coedició amb l'objectiu d'ajustar-se als pressupostos.

L'Ajuntament té la intenció de col·laborar amb totes les editorials, en cap cas, com ja s'ha apuntat, de competir ni d'afavorir-ne cap. Per això en els darrers anys, moltes editorials del país, petites o grans, han coeditat amb l'Ajuntament:

Enciclopèdia Catalana

Edicions 62

Pòrtic

La Diéresis Editorial Artesanal

Editorial Alrevés

Cossetània Edicions

Viena Edicions

Lunwerg Editores

Ara Llibres

Editorial Base

Nova Era Publications

Angle Editorial

La Fàbrica Editorial

Actar Edicions

Edicions La Campana

Galaxia Gutenberg

Marge Books

Edicions Polígrafa

Triangle Postals

Editorial Comanegra o Comanegra

Dux Editorial

Edicions Bellaterra

Pagès Editors

Columna Edicions|Grup 62

Publicacions de l'Abadia de Montserrat

Editorial Efadós

[Veure annex I: catàleg de publicacions, selecció](#)

En el cas de les coedicions, el Consell de publicacions ha establert que la comercialització de les coedicions les fa l'editorial privada que edita conjuntament el llibre amb l'Ajuntament. L'Ajuntament es reserva una quantitat pactada segons l'acord fet amb l'editorial per comercialitzar el llibre a la Sala Ciutat (llibreria de l'Ajuntament), llibreries consorciades, institucionals o a les fires i diades relacionades amb el món del llibre; a més de tenir exemplars per possibles necessitats institucionals. En cap cas, interfereix en la venda a les llibreries privades, la gestió de la qual queda completament en mans del coeditor.

Com norma general, qualsevol llibre municipal o coeditat, incorpora el logo municipal, els crèdits corresponents i introducció del Sr. Alcalde.

6. Estratègia de promoció

Els canals de promoció de les publicacions de l'Ajuntament de Barcelona són diversos i l'objectiu principal és el d'arribar a tots els ciutadans i ciutadanes.

- Promoció a través dels mitjans de comunicació a partir d'una estratègia definida en base a cada producte: notes i rodes de premsa, entrevistes amb l'autor, etc.
- Catàleg de publicacions en paper i al web www.bcn.cat/publicacions
- Presència en diades i fires.
- Actes diversos de presentacions de llibres.
- Difusió interna municipal a través dels canals propis.
- Públic especialitzat del món del llibre: llibreries, distribuïdores, administracions, gestors culturals, biblioteques i universitats.

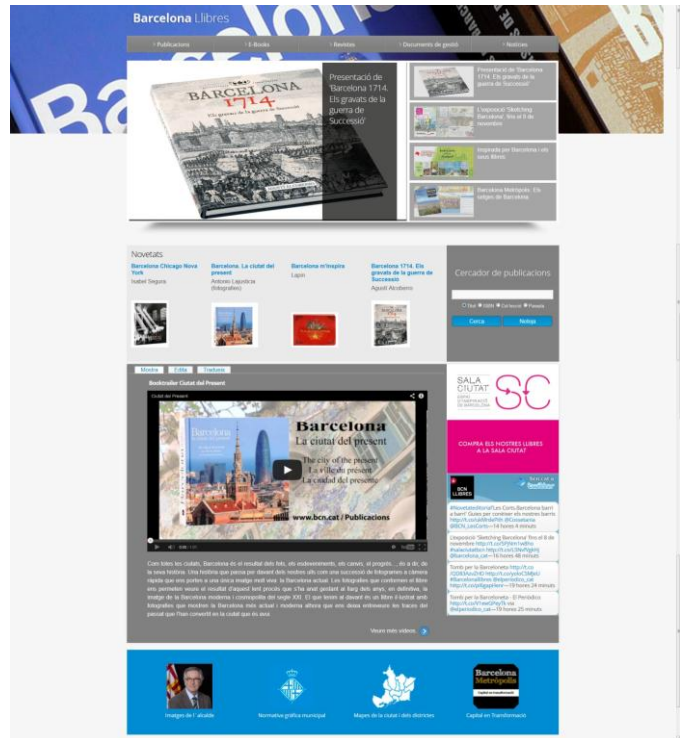
Exemples de la presència del Servei de Publicacions en fires, diades i plataformes online:



Fira del llibre d'Ocasíó



Diada de Sant Jordi



Portal web Publicacions



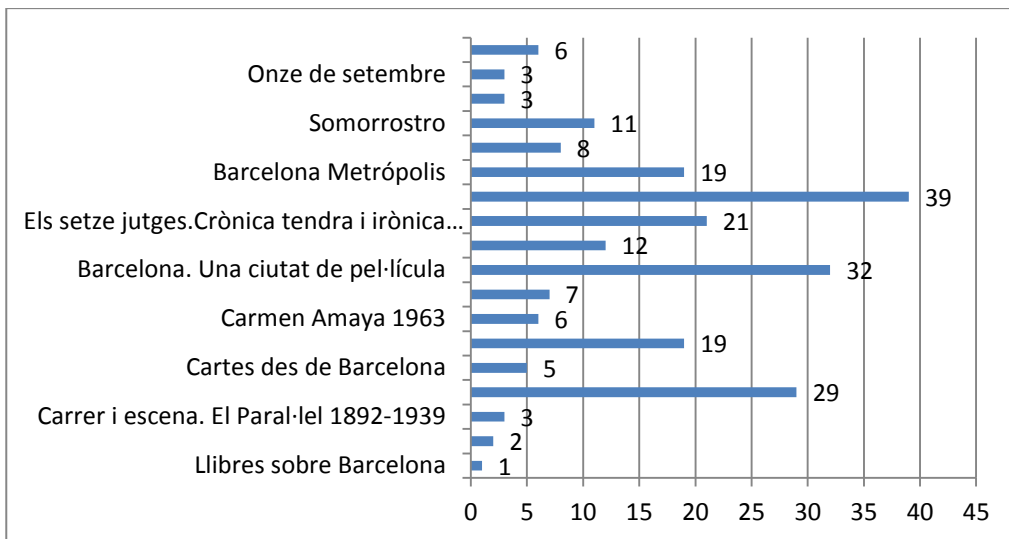
Fira de Frankfurt 2013

Impacte als mitjans de comunicació

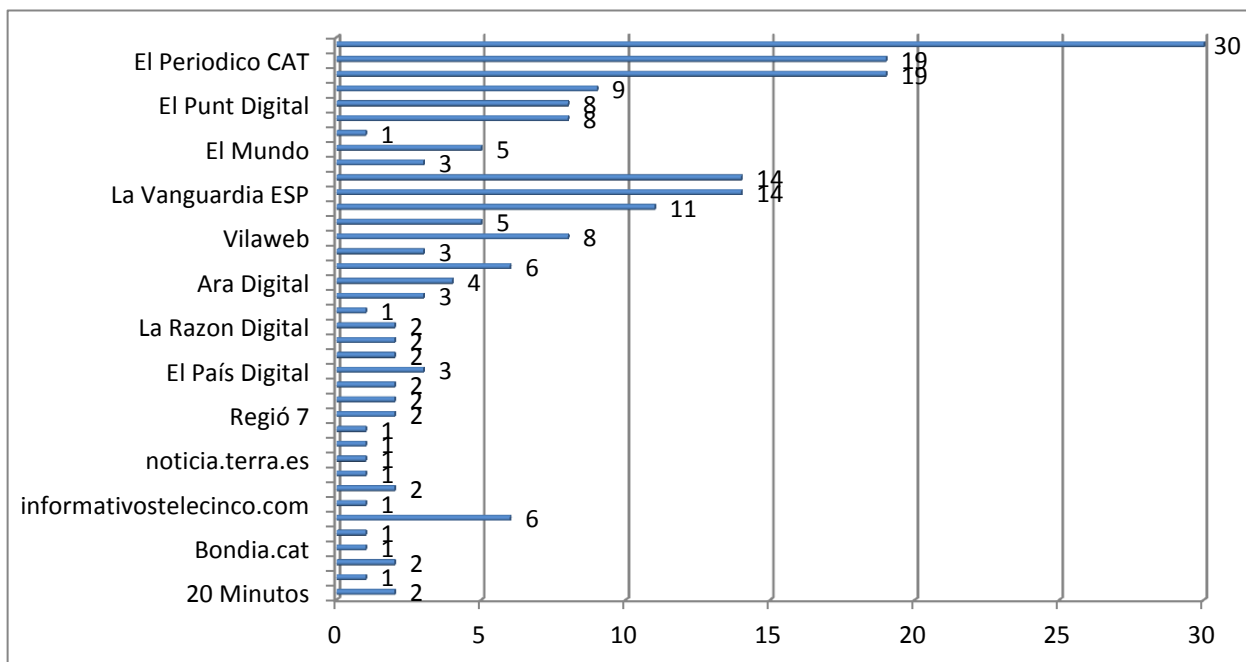
Cal destacar l'impacte, el prestigi i l'elevada repercussió que generen les publicacions municipals en els mitjans de comunicació, (veure Annex II). Enguany, des del gener fins a l'octubre, de les publicacions que s'han editat se n'ha parlat 226 vegades a través de

notícies i articles, que han tingut en termes d'audiència 112.219.778 impactes, la qual cosa es comptabilitza amb un valor de més de 1.300.000€. (comptant el que costaria la inserció de publicitat pel mateix espai al mitja de comunicació).

Títols Publicats i repercussió:

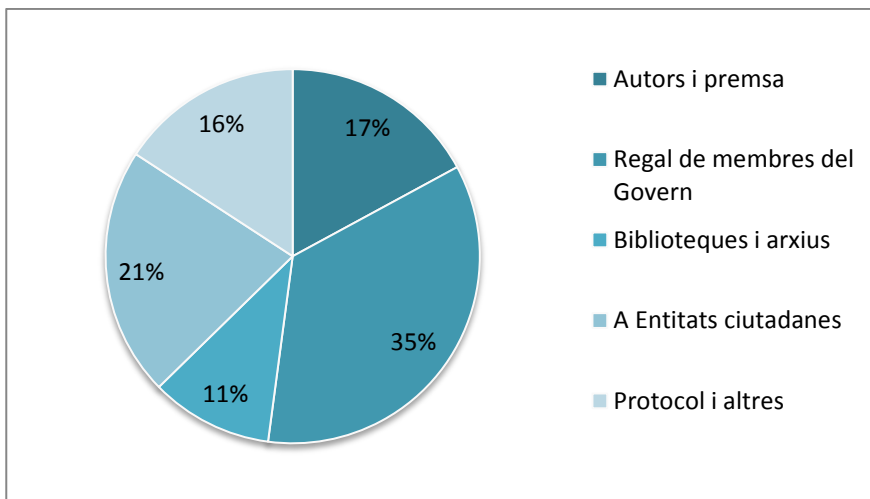


Mitjans que han difós les publicacions municipals:



Els llibres municipals tenen un valor representatiu de la tasca de la institució i de la ciutat que representem. Per aquest motiu, els llibres es fan arribar a les entitats, arxius i biblioteques de la ciutat, i s'utilitzen com element de cortesia en aquells actes de protocol que permeten donar a conèixer millor la nostra ciutat com poden ser les visites d'autoritats, les fires o els congressos.

Destinatari dels llibres d'obsequi:



7. Distribució i venda

Totes les publicacions municipals es posen a la venda mitjançant diferents canals de distribució. D'una banda, a través d'una empresa privada de distribució professional i de reconegut prestigi (en aquests moments és Àgora, del grup 62), que situa els llibres que no són coeditats en les principals llibreries i punts de venda estratègics i també a través de la distribució directa a les llibreries institucionals i municipals, com la Sala Ciutat, i en espais singulars –galeries d'art, sales d'exposicions, botigues -que ens sol·liciten els llibres per l'atractiu que suposen per als seu públic i el turisme.

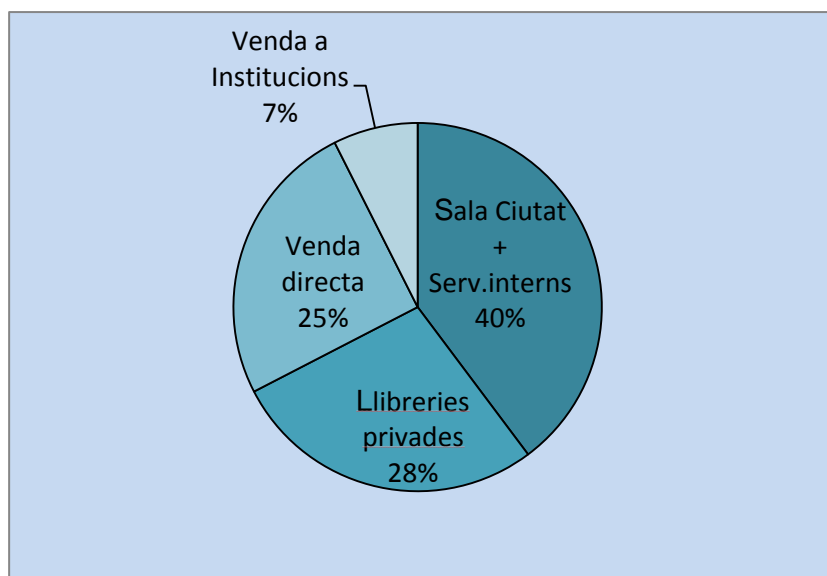
Els llibres coeditats, com ja hem apuntat, són distribuïts i comercialitzats per les editorials privades.

D'altra banda, s'ha iniciat la distribució i venda a través de les principals llibreries online i s'ha començat el procés en format digital (e-books)* del fons editorial de l'Ajuntament, especialment de les publicacions descatalogades a les quals hi donem una segona vida.

*Llibres en format digital:

Amazon	Google Play	Apple (Properament)
<i>La modernitat a la Barcelona dels anys cinquanta</i>	<i>La modernitat a la Barcelona dels anys cinquanta</i>	<i>La modernitat a la Barcelona dels anys cinquanta</i>
<i>Barcelona ciutat i treball al segle XX</i>	<i>Barcelona ciutat i treball al segle XX</i>	<i>Barcelona ciutat i treball al segle XX</i>
<i>Llibre verd de Barcelona</i>	<i>Llibre verd de Barcelona</i>	<i>Llibre verd de Barcelona</i>
<i>B-side</i>	<i>B-side</i>	<i>B-side</i>
<i>Barcelona m'inspira</i>	<i>Barcelona m'inspira</i>	<i>Barcelona m'inspira</i>
Properament: <i>Barcelona, la ciutat del present</i> <i>Barcelona, hora màgica</i>	Properament: <i>Barcelona, la ciutat del present</i> <i>Barcelona, hora màgica</i>	<i>Barcelona, la ciutat del present</i> <i>Barcelona, hora màgica</i>

Exemplars distribuïts segons els punts de venda:

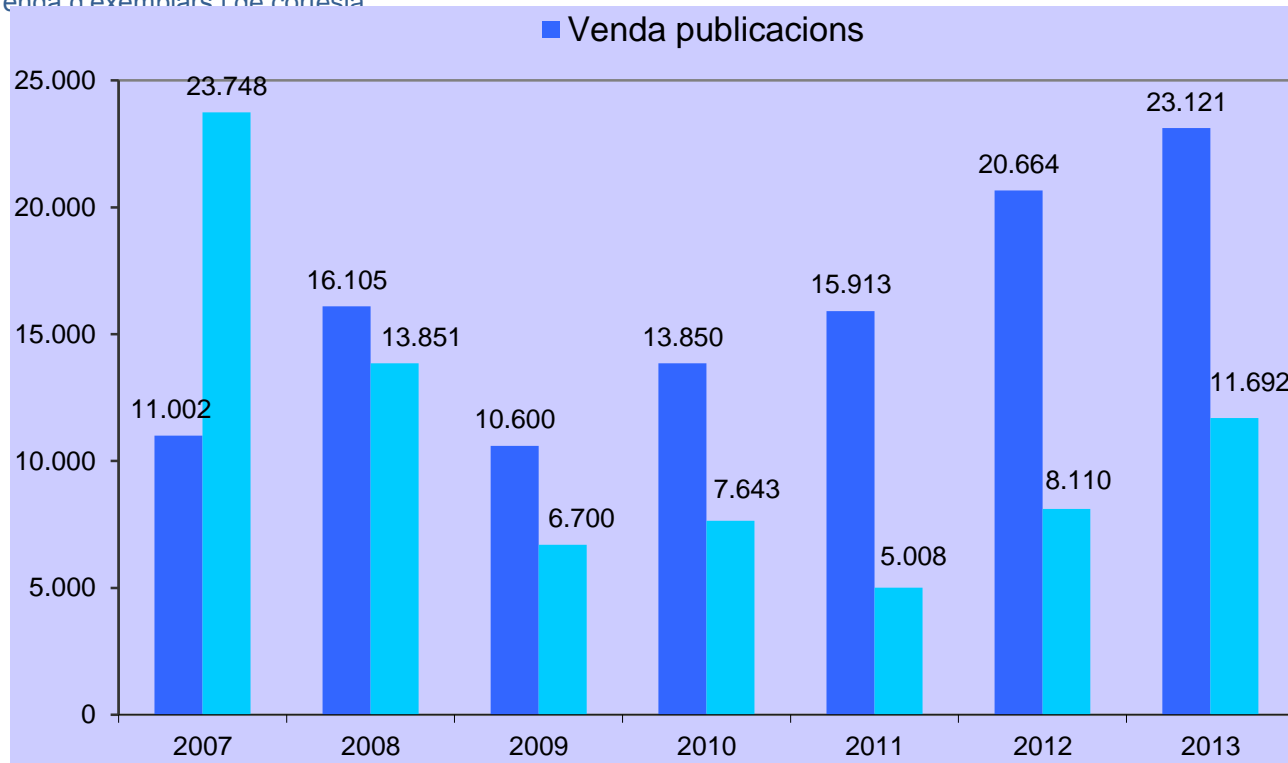


Venda en les plataformes digitals:

Plataforma Editorial	Llibres
Lale	573
Amazon	548
La Central	461
Llibres.cat	341
Punt de llibre	86
FNAC	50
La Casa del Llibre	184

72 dels quals directament associats a Serveis Editorials
74 com a Ajuntament de Barcelona

Venda d'exemplars i de cortesia:

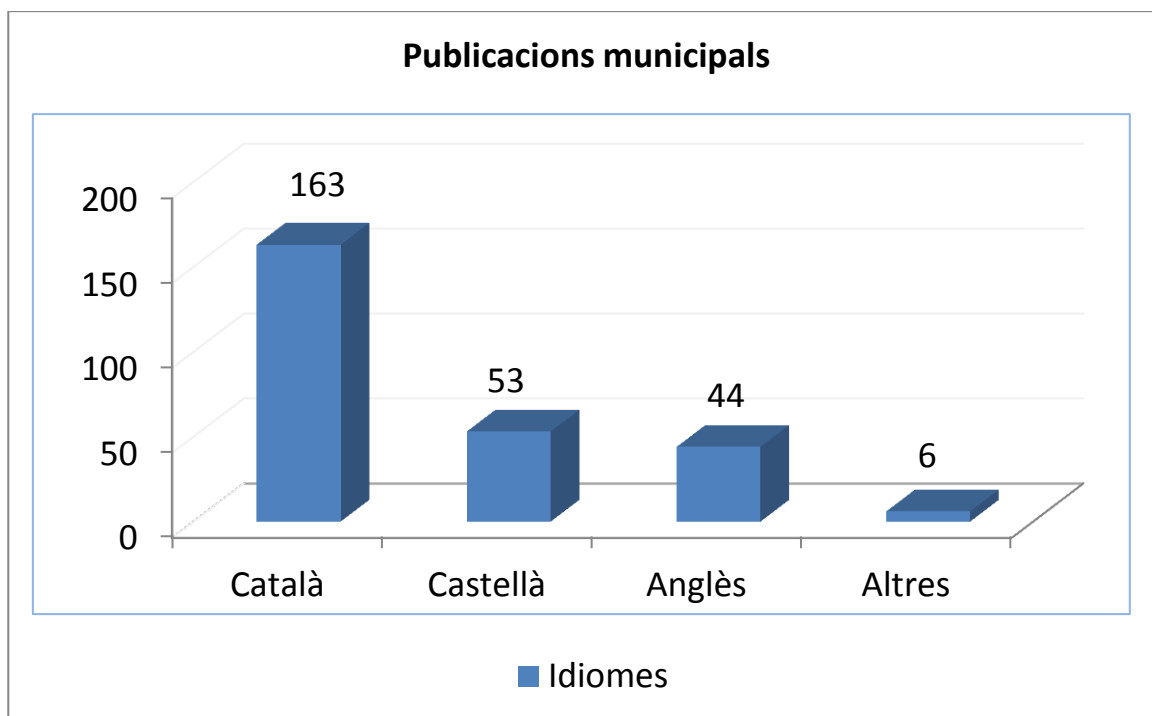


De gener a novembre 2013, s'ha venut 21.661 exemplars amb una facturació de 307.916€. Durant el mateix període de 2013, els membres de la Institució han regalat 10.888 valorats en 199.456,80€.

Els llibres més venuts al 2013: Barcelona m'inspira (quadern de viatge) 1.610 exemplars; Un dia al Born (quadern de viatge) 855 exemplars; Barcelona modernisme domèstic, 819 exemplars; i Una mirada a Sarrià (quadern de viatge) 753 exemplars.

L'Ajuntament publica tots els llibres en català seguint el text aprovat en el Plenari del Consell Municipal en sessió del dia 5-02-2010 sobre el Reglament d'ús de la Llengua Catalana de l'Ajuntament de Barcelona que estableix que aquest es regeix pel que estableix l'Estatut d'Autonomia de Catalunya, la Carta Municipal de Barcelona, la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística i el reglament exposat al BOP (13 de febrer de 2010, número 38), que manifesta que el català és la llengua pròpia de Catalunya, i com a tal, és la llengua oficial i d'ús normal i preferent de l'Ajuntament de Barcelona. Com especifica l' Article 14 de l'esmentat BOP: <<Els llibres, les revistes i, en general, tots els cartells, opuscles i publicacions que editi l'Ajuntament de Barcelona, com també els missatges que s'emetin a través dels mitjans de comunicació i la publicitat institucional, s'han de fer normalment en català, llevat dels específicament destinats a la promoció exterior, als usos turístics, que es poden fer en la llengua de les persones destinatàries.

En aquest context, dels 163 llibres del darrer catàleg publicat, el 100% es van fer en català, el 32% també en castellà, el 26% també en anglès i 3,5% també en altres idiomes.



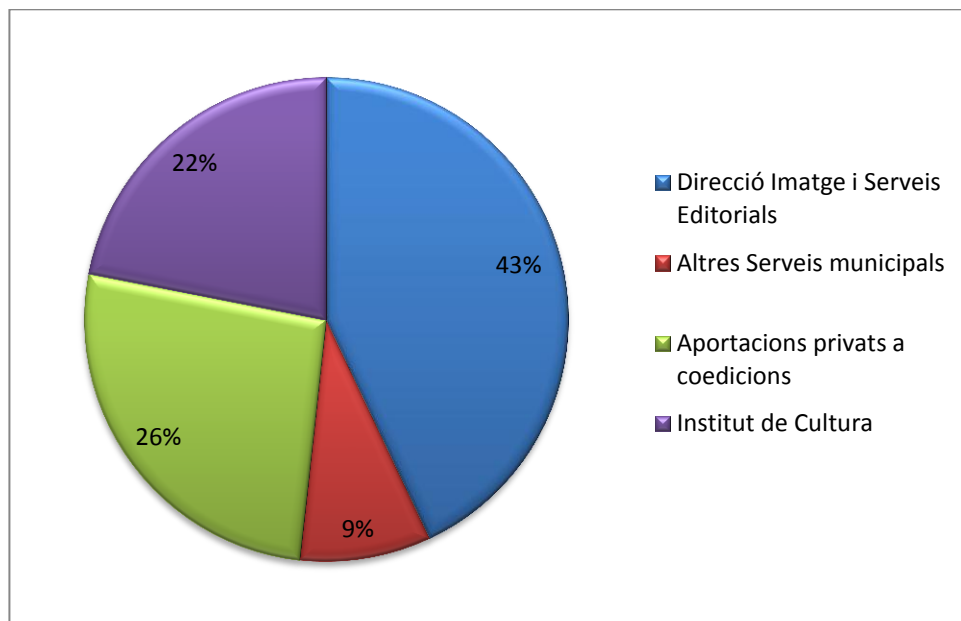
9. Finançament de les publicacions municipals

Les publicacions municipals es financen a partir del pressupost de la Direcció d'Imatge i Serveis Editorials assignat pel govern municipal; a través de les aportacions d'altres serveis municipals quan estan implicats en l'edició del llibre que pertany al seu àmbit competencial; del percentatge acordat en cada coedició amb editorials privades i de les aportacions d'altres institucions.

Finançament:

- Pressupost municipal de la Direcció
- Aportacions de col·laboradors i coeditors a les publicacions:
 - D'altres Serveis municipals (Cultura, Habitatge, Dona, Arxiu, Districtes, etc.)
 - D'editorials privades
 - Altres Institucions (Generalitat, Diputació, ANC, etc.)
 - Fundacions (Sánchez Ruiz-Pérez, Carulla, Vila Casas, etc.)

Despeses directes de contingents i edició de les publicacions municipals



➤ Ingressos:

- per facturació interna a altres serveis municipals (*)

(impremta, publicacions i altres)

- per la comercialització de les publicacions (*)

(facturació externa)

(*) Ingressos destinats a la Gerència de Recursos

Beneficis Qualitatius

Entenem que tot l'esforç de difusió i de creació d'una línia editorial coherent i de gran qualitat que integra totes les publicacions dels diferents àmbits de l'Ajuntament repercuteix, finalment, en un benefici social i cultural per a la pròpia institució que es trasllada també en terme econòmics.

Haver aconseguit crear un segell editorial propi públic-privat ha permès una millor gestió dels recursos interns dedicats a temes editorials, d'imatge, arts gràfiques, distribució i venda.

I de cara a la projecció exterior ha permès situar l'Ajuntament com a soci de prestigi del sector editorial, que aquest sigui reconegut com a motor d'iniciatives, com a representant i garant de la Marca Barcelona i com a referent de creativitat.

En aquest sentit l'Ajuntament és present i reconegut a través:

- Presència en Fires nacionals i internacionals: Liber, Sant Jordi, Fira del llibre d'ocasió, Clarmont-Ferrand, París, Frankfurt.
- Presència en els mitjans que difonen les iniciatives editorials
- 2 Premis Laus (*Barcelona Crea* i *Barcelona Souvenirs*)
- Premi ACCA a l'Art Públic.
- Premi a Quaderns de Viatge a Clermont-Ferrand

10. Projectes actuals

Actualment el Servei d'Imatge i Publicacions de l'Ajuntament treballa en el desenvolupament d'una gestió integrada de l'edició municipal que permeti unificar aspectes com l'ISBN i el DL, creant un catàleg editorial únic i disponible online; en disposar d'una central de compres d'arts gràfiques i d'una central de logística, distribució i comercialització; al mateix temps que implementa per a tot l'Ajuntament el BIMA (Banc centralitzat d'imatges per publicacions municipals i d'altres).

D'altra banda continua endavant amb el Pla de Publicacions 2012-2014 aprovat pel Consell d'Edicions i Publicacions, s'està renovant la web 2.0 que ajudi a la difusió dels llibres a les xarxes i s'està iniciant la instal·lació d'una eina que permet la gestió i la informació de totes les publicacions des de tot l'Ajuntament.

Nova aplicació
de gestió del catàleg
de publicacions
per tot l'Ajuntament

Contenido Personas Administrative roles

Crea Usuari Backoffice Nova Publicació Afegeix contingut Cerca contingut Tradueix la interfície

Cerca Avançada < Volver

Búsqueda básica

Títol + Sots Títol

Autor

- Todos -

Estado de negocio ISBN

- Todos - [Aplicar] [Reinicializar]

Títol	Subtítol	Autor	ISBN	Año de edición	Coeditor	Estado de negocio
prova veure contingut no publicat				2013		Idea
Picasso versus Rusiñol		Eduard Vallès, Vinyet Panyella, Margarida Casacuberta, Eliseu Trenc	978-84-9850-246-6	2010		Comercialització
Barcelona corre	Rutes per viure la ciutat a bon ritme	Pere Bosch , Núria Blanco, César Lucadamo		2013		Idea
Somorrostro	Crònica visual d'un barri oblidat	Manuel Gausa	978-84-9850-456-9	2013		Comercialització
La modernitat a la Barcelona dels cinquanta		Isabel Segura		2010		Idea
Libre Verd de Barcelona				2004		Idea
Barcelona ciutat i treball		Àlex Sánchez	84-7609-495-7	2007		Comercialització
Una mirada a Sarrià	Barcelona Carnet de Voyage	Mireia Zantop	978-84-9850-423-1	2013		Comercialització
Barcelona ciutat de pel·lícula		Eugení Osàcar	978-84-938702-8-7	2013		Comercialització
Barcelona Guia d'arquitectura moderna		Manuel Gausa, Marta Cervelló, Maurici Pla, Ricardo Devesa	978-84-9850-453-8	2013		Comercialització

1 2 3 4 5 6 7 siguiente > último >

L'Ajuntament, a través de la seva política de publicacions, ha estat capaç de capitalitzar bona part de les manifestacions socials, culturals, artístiques i intel·lectuals de la ciutat; manifestacions que la caracteritzen, l'expliquen, la mostren i la dibuixen.

És una eina molt potent de promoció i difusió del patrimoni de la ciutat, i de tot aquell material que es troba en els arxius municipals.

Ha permès que els ciutadans s'hi reconeguin i puguin tenir un coneixement acurat del seu entorn, del seu patrimoni, de la seva història i de les capacitats que aquest municipi té en el seu desenvolupament.

Barcelona és avui una marca reconeguda internacionalment i el fet que l'Ajuntament protagonitzi i participi activament en la seva difusió i representació permet oferir al món una imatge representativa del conjunt de la seva societat, alhora que dota de reconeixement a la pròpia institució.

Completament compromès amb un alt grau d'exigència en la qualitat de la producció editorial, les publicacions municipals són una eina al servei de la ciutadania i un instrument per a la conservació i impuls del patrimoni de la ciutat.

La Direcció d'Imatge i Serveis Editorials té com a objectius aconseguir la plena implementació d'una única política editorial per a tot l'Ajuntament sota les directrius del Consell d'Edicions i Publicacions.

Continuar i intensificar la política de coedició amb editorials privades, ampliar l'edició digital en els diferents formats disponibles, mantenir i excel·lir en la qualitat de tots els productes publicats, augmentar la distribució i difusió dels seus productes editorials i prosseguir en la tasca de posar en valor el patrimoni passat, present i futur de Barcelona a l'abast dels ciutadans.

I. Selecció Catàleg publicacions

II. Selecció clipping premsa