



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH  
Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia

# Grans Esdeveniments de Videojocs: Barcelona a l'altura del repte?

Pau Argiz Gutierrez

**Director:** Joan Francesc Bañó

**Grau:** Disseny i Desenvolupament de Videojocs Terrassa

**Curs:** 2024-25

**Universitat:** CITM-UPC

## Índex

Resum.....	4
Paraules clau.....	5
Enllaços.....	6
Índex de taules.....	9
Índex de figures.....	10
Glossari.....	11
1. Introducció.....	13
1.1. Motivació.....	14
1.2. Formulació del problema.....	15
1.3. Objectius generals del TFG.....	16
1.4. Objectius específics del TFG.....	17
1.5. Abast del projecte.....	18
2. Contextualització.....	19
2.1. Context general dels congressos digitals, tecnològics i de videojocs.....	20
2.1.1. Orígens i evolució.....	20
2.1.2. Tipologies de congressos.....	22
2.1.3. Canvis en el format i modalitat dels congressos.....	32
2.1.4. Impacte econòmic i social.....	35
2.2. La indústria del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat.....	39
2.2.1. Fires orientades al públic general (B2C).....	45
2.2.2. Fires orientades a professionals (B2B).....	50
2.2.3. Fires híbrides (B2C + B2B).....	56
2.3. Context final.....	59
3. Gestió del projecte.....	61
3.1. DAFO.....	62
3.2. Riscos i pla de contingències.....	64
3.3. Anàlisi inicial de costos.....	64
4. Metodologia.....	66
4.1. Estudi del procés d'organització d'una fira.....	67
4.2. Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona.....	68
4.3. Estudi de fires de videojocs de nivell internacional.....	69
4.4. Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures.....	69
4.5. Resultats i proposta estratègica.....	70
4.6. Validació.....	71
4.7. Conclusions.....	71
5. Desenvolupament del projecte.....	72
5.1. Estudi del procés d'organització d'una fira.....	78
5.1.1. Fases de planificació.....	78
5.1.2. Infraestructura i logística.....	80
5.1.3. Finançament i patrocinis.....	82
5.1.4. Màrqueting i comunicació.....	84

5.1.5. Experiència de l'assistent.....	87
5.1.6. Impacte ambiental.....	89
5.1.7. Responsabilitat social i igualtat.....	93
5.2. Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona.....	97
5.2.1. BCN Game Fest.....	97
5.2.2. Indie Games TRS.....	106
5.3. Estudi de fires de videojocs de nivell internacional.....	109
5.3.1. Gamescom.....	109
5.3.2. Game Developers Conference (GDC).....	113
5.4. Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures.....	116
5.4.1. Infraestructura i espais disponibles.....	116
5.4.2. Ecosistema de videojocs a Barcelona.....	119
5.4.3. Viabilitat econòmica i suport institucional.....	133
5.4.4. Accessibilitat i logística.....	143
5.5. Resultats i proposta estratègica.....	146
5.5.1. Factors clau de viabilitat.....	146
5.5.2. Anàlisi DAFO de Barcelona.....	148
5.5.3. Proposta de model òptim.....	160
5.5.4. Per què no s'ha fet encara una gran fira del videojoc a Barcelona?.....	169
6. Validació del projecte.....	171
7. Conclusions.....	172
7.1 Línies de futur.....	174
8. Bibliografia.....	175
8.1. Informes, estudis i llibres blancs.....	175
8.2. Fonts institucionals i administratives.....	176
8.3. Organitzadors d'esdeveniments i fires.....	179
8.4. Notícies i premsa digital.....	183
9. Annexos.....	187
9.1. Entrevista a Santiago Blanco - Fira de Barcelona.....	187
9.2. Entrevista a Marisol López - Generalitat de Catalunya.....	190
9.3. Entrevista a Eva Colom - ICEC.....	201
9.4. Entrevista a Laura González i Daniel Santigosa - BCN Game Fest.....	205
9.5. Entrevista a Jorge Cabezas - Larian Studios.....	214
9.6. Entrevista a Anila Andrade - Socialpoint.....	218
9.7. Entrevista a Katy Sanchez - Gameloft Barcelona.....	221
9.8. Entrevista a Joan Francesc Bañó - GameBCN.....	226
9.9. Entrevista a Marta Fernández - CITM-UPC.....	229
9.10. Entrevista a Carles Sora - CITM-UPC.....	235
9.11. Entrevista a David Boces - Assistent a la Gamescom 2024.....	238
9.12. Entrevistes Indie Dev Day 2024.....	241
9.12.1. Expositors.....	241
9.12.2. Públic assistent.....	259

## Resum

Aquest treball té com a finalitat determinar la viabilitat d'una possible fira de videojocs internacional a Barcelona o quin model seria el més òptim a desenvolupar-se. Barcelona s'ha consolidat com una ciutat de referència en el sector de la tecnologia, el videojoc i la innovació, acollint esdeveniments d'alta rellevància com el Mobile World Congress o l'Integrated Systems Europe. Malgrat això, la ciutat encara no disposa d'una fira de videojocs de dimensions comparables a altres congressos de videojocs internacionals com la Gamescom o la GDC.

Per analitzar la viabilitat d'un esdeveniment d'aquest tipus, aquest treball planteja realitzar una anàlisi de les fires de videojocs internacionals i de les ja existents a Barcelona. S'avaluen els factors que determinen l'èxit d'aquests esdeveniments, com l'impacte econòmic, social i logístic, així com la infraestructura i l'ecosistema empresarial de la ciutat.

La metodologia emprada en aquest projecte inclou una anàlisi qualitativa i quantitativa de les dades existents, entrevistes amb experts del sector i una anàlisi comparativa d'altres esdeveniments. A més, d'una anàlisi de la ciutat per determinar els punts forts i febles de Barcelona com a possible seu.

En conclusió, aquest treball pretén oferir un informe de proposta de potencial fira a Barcelona que serveixi com a guia per a institucions públiques i empreses privades interessades a impulsar un congrés de videojocs a la ciutat.

---

## Paraules clau

Videojocs, fires, organització, esdeveniments, indústria, Barcelona, impacte, professionals i jugadors.

## Enllaços

Grans Esdeveniments de Videojocs: Barcelona a l'altura del repte? - *Vídeo presentació*

[https://youtu.be/z7-Ro8De\\_8](https://youtu.be/z7-Ro8De_8)

Entrevista a **Marisol López** - *Directora General d'Innovació i Cultura Digital de la Generalitat de Catalunya*

<https://youtu.be/tkDzSDlcyql>

Entrevista a **Santiago Blanco** - *Director de Desenvolupament Negoci Propi a Fira de Barcelona*

<https://youtu.be/JmLMH2eGXAE>

Entrevista a **Eva Colom** - *Tècnica de Cultura Digital a l'ICEC*

<https://youtu.be/JtlaOz7RUcw>

Entrevista a **Jorge Cabezas** - *Cap d'Estudi a Larian Studios*

<https://youtu.be/PSNU-IU8E5c>

Entrevista a **Anila Andrade** - *Cap de Desenvolupament de Negoci i Operacions a Socialpoint*

<https://youtu.be/aOjPEJX7Pjg>

Entrevista a **Katy Sanchez** - *Manager de Comunicació a Gameloft Barcelona*

<https://youtu.be/g-DTnZVrxWQ>

Entrevista a **Joan Francesc Bañó** - *Director Executiu de GameBCN*

<https://youtu.be/KsZKcPQprvl>

Entrevista a **Marta Fernández** - *Coordinadora del grau en Disseny i Desenvolupament de Videojocs CITM-UPC*

<https://youtu.be/P5pzb3Blg>

Entrevista a **Carles Sora** - *Director del CITM-UPC*

<https://youtu.be/7nXAlds2RdU>

Entrevista a **David Boces** - *Assistent a la Gamescom 2024*

<https://youtu.be/TEc6FWCuWak>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **David Boces** de *Ginuh Games*

<https://youtu.be/vnyGgBtfGzE>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Adrian Mulero** de *Knock'Em Out!*

[https://youtu.be/fIUk\\_\\_zmaJM](https://youtu.be/fIUk__zmaJM)

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Elena Statsenko** de *Larian Studios*

<https://youtu.be/1KSYXpfJO8Q>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Andrés Sanjurjo** de *Xerme*

<https://youtu.be/4mJUQhKOToc>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Víctor Espín** de *Hell of an Office*

[https://youtu.be/suC\\_QUizT\\_M](https://youtu.be/suC_QUizT_M)

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Daniel Mañas** de *SleepWalker Games*

<https://youtu.be/Y1ByBn35Akg>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Saverio Caporusso** de *Troglobytes Games*

<https://youtu.be/8YHZJPQqNgc>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a *Gameloft Barcelona*

<https://youtu.be/xBZM3qmyM68>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Carlos Arnau** i **Fernando Almendro** de *Gameloft Barcelona*

<https://youtu.be/uwkm3yGSz0M>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Fernando Rodríguez** de *One BTN Bosses*

<https://youtu.be/KhN75sxHyM8>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Carla Martínez** i **Laura Serra**

<https://youtu.be/jcSyL-vWGjY>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Xavier Prats** i **Arnau González**

<https://youtu.be/STIIs3FM5wM>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Hugo Castaño**

<https://youtu.be/eixkUdyqb1A>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Ton Casals**

<https://youtu.be/jLLK2Xl2ZnU>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Ariadna Sevcick**

<https://youtu.be/zGiOzkuHx8Q>

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Íngrid Lara**

[https://youtu.be/tzBVieN\\_6l8](https://youtu.be/tzBVieN_6l8)

Indie Dev Day 2024 - Entrevista a **Martí Mach**

<https://youtu.be/hdvnke4WFHE>

## Índex de taules

Taula 1: Taula comparativa de modalitats de fires.....	35
Taula 2: Planificació temporal preliminar - Diagrama de Gantt.....	62
Taula 3: Anàlisi DAFO.....	63
Taula 4: Riscos i pla de contingències.....	64
Taula 5: Taula comparativa de recintes firals i centres de convencions a Barcelona.....	118
Taula 6: Taula d'empreses locals de videojocs a Catalunya.....	122
Taula 7: Taula d'escoles i formació especialitzada de videojocs a Catalunya.....	125
Taula 8: Taula de dinamitzadors de la indústria del videojoc a Catalunya.....	128
Taula 9: Anàlisi DAFO de la ciutat de Barcelona per dur a terme una fira internacional de videojocs..	150

## Índex de figures

Figura 1: Gràfic de la facturació del sector del videojoc a tot l'Estat en els darrers anys - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	40
Figura 2: Previsió de la facturació del sector del videojoc a tot l'Estat en els propers anys - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	40
Figura 3: Previsió de la facturació del videojoc a Catalunya 2022-2026 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023).....	41
Figura 4: Evolució de les empreses en actiu i no actiu a tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	41
Figura 5: Distribució dels estudis segons la seva antiguitat tot l'Estat l'any 2024 - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	42
Figura 6: Evolució de l'ocupació en el sector dels videojocs en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	43
Figura 7: Previsió de l'ocupació en el sector dels videojocs en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	43
Figura 8: Distribució de les empreses segons el nombre d'empleats i distribució de l'ocupació segons la mida de l'empresa en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	44
Fig. 4: Anàlisi inicial de costos.....	65
Figura 9: Preu d'entrades GDC 2024 - Informe d'ICEX de la GDC 2024.....	87
Figura 10: Evolució del percentatge de dones als estudis catalans 2018/2022 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023).....	94
Figura 11: Percentatge de dones en els estudis espanyols 2019/2023 - El Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	95
Figura 12: Distribució del videojoc segons plataforma 2022 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023).....	123
Figura 13: Plataformes utilitzades per estudis a l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024).....	123
Figura 14: Ingressos globals de videojocs per plataformes - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024) i Newzoo.....	131
Figura 15: T-mobilitat especial Mobile World Congress 2025 - Foto pròpia.....	144

## Glossari

**B2C** (Business to Consumer): Model de fira orientada al consumidor final.

**B2B** (Business to Business): Model de fira destinat exclusivament a professionals i empreses del sector.

**Startup**: Empresa emergent, sovint tecnològica, amb alt potencial de creixement i enfocament innovador.

**Publishers**: Empreses que financen, promocionen i distribueixen videojocs, sovint amb control sobre el llançament.

**Merchandising**: Productes derivats d'un videojoc, com roba, figures o pòsters, venuts per promocionar-lo.

**IP**: *Intellectual Property*, propietat intel·lectual, és una creació original protegida legalment, com un videojoc, una saga o un personatge, que pot generar drets d'exploració comercial per part del seu creador o empresa titular.

**Indie games**: Videojocs desenvolupats per estudis independents, sovint amb un enfocament creatiu i experimental.

**Estudi de videojocs triple A**: Estudi de grans dimensions que produeix videojocs amb alts pressupostos i gran impacte comercial.

**Gaming**: Pràctica de jugar a videojocs, ja sigui de forma lúdica, competitiva o professional.

**E-sports**: Competicions professionals de videojocs amb una gran audiència i seguiment.

---

**Networking:** Procés de creació de contactes professionals i oportunitats de col·laboració de negocis.

**Job Fair:** Espai dins d'un esdeveniment destinat a la cerca de feina i connexió entre empreses i professionals.

**Showcase:** Presentació o mostra pública d'un projecte o videojoc per donar-lo a conèixer.

**Workshops:** Tallers on es treballa col·laborativament sobre un tema específic, guiats per experts.

**Pitch:** Presentació breu i concisa d'una idea o projecte amb l'objectiu d'atraure inversors o col·laboradors.

**Meet2Match:** Plataforma digital que facilita reunions entre professionals del sector en esdeveniments i fires.

**Streaming:** Emissió en directe o reproducció en línia de continguts digitals, com videojocs o conferències.

**ISO:** Estàndards internacionals de qualitat i gestió, com l'ISO 20121 o 14001, aplicats a esdeveniments i sostenibilitat.

**Feedback:** Retorn o opinió que es rep sobre un projecte o producte, útil per millorar-lo.

## 1. Introducció

El sector del videojoc ha experimentat un gran creixement en les darreres dècades, consolidant-se com un dels sectors i motors més importants de l'entreteniment digital. Aquesta evolució ha vingut acompanyada d'esdeveniments especialitzats de la indústria molt variats, tant de dimensió com de format. Alguns de destacat en els darrers anys són la Gamescom a Colònia, Alemanya, el Tòquio Game Show a Tòquio, Japó, o fins fa uns anys, l'Electronic Entertainment Expo (E3) a Los Angeles, Estats Units d'Amèrica. Aquests congressos, més enllà de ser convencions i exposicions de videojocs, també han esdevingut punt de trobada per a desenvolupadors, empreses i fans dels videojocs d'arreu del món.

En aquest context, Barcelona i la seva àrea metropolitana, s'ha consolidat com una ciutat referent en tecnologia, innovació i videojocs, tant pel seu ecosistema d'empreses com per acollir esdeveniments de diferents dimensions com el Mobile World Congress, l'Integrated Systems Europe (ISE) o el BCN Game Fest (fins ara Indie Dev day). No obstant això, encara que en els pròxims anys s'espera que aquest creixement del sector continuï a la ciutat i la seva àrea metropolitana, Barcelona encara no és seu d'un congrés de videojocs de grans dimensions comparable a d'altres internacionals esmentats anteriorment. Això planteja una qüestió clau: té Barcelona la capacitat, els recursos i l'ecosistema d'empreses per convertir-se en una seu de referència per a un esdeveniment de videojocs d'escala internacional?

Aquest treball se centra en l'estudi i plantejament de quina és la viabilitat de realitzar un congrés de videojocs de grans dimensions a la ciutat de Barcelona, així com d'analitzar quin seria el format òptim. Per assolir aquest objectiu es pretén analitzar de forma detallada altres esdeveniments d'escala internacional com la GDC i la Gamescom, entre d'altres, així com de les ciutats amfitriones. S'estudiarà quin és l'impacte econòmic, social i logístic i, comparant els recursos i infraestructures que disposa Barcelona i la seva àrea metropolitana.

## 1.1. Motivació

Des de ben petit, sempre m'han fascinat els grans congressos i fires de tots tipus, esdeveniments que reuneixen i serveixen com a punt de trobada per multitud de persones amb un interès comú. Sempre m'he preguntat com és possible organitzar esdeveniments de gran escala i si Barcelona n'havia estat seu d'algun. Així vaig descobrir que la meua ciutat havia acollit els Jocs Olímpics d'estiu del 1992 i del primer Fòrum Universal de les Cultures el 2004, dos esdeveniments de renom mundial.

Avui dia, segueixo estimant i admirant Barcelona, volent entendre millor com ha estat capaç d'organitzar esdeveniments d'escala mundial i consolidar-se com una ciutat referent arreu del món. A més, ha continuat la meua passió per aprendre a organitzar i gestionar activitats i esdeveniments que serveixin de connexió entre persones amb interessos compartits.

En aquest sentit, en els darrers anys he estat coordinador de la Gran CITM Game Jam, un certamen de videojocs que aplega a empreses, professionals i estudiants universitaris del sector del videojoc i de l'entreteniment digital. Un concurs amb el qual he tingut l'oportunitat d'aprendre com s'organitzen aquest tipus d'esdeveniments i ser conscient de la complexitat i tots els recursos humans i materials que són necessaris per dur a terme un esdeveniment amb èxit.

I és aquí on neix la meua motivació d'aquest treball, com evolucionar i escalar el que ja he fet en la Gran CITM Game Jam cap a un gran congrés de videojocs. Aquest projecte representa l'oportunitat d'unir la meua passió pels videojocs, per organitzar i connectar persones amb la meua estima per la meua ciutat, Barcelona. És per això que en aquest treball es proposa investigar sobre com s'organitza un esdeveniment a gran escala i respondre la qüestió de per què Barcelona encara no és seu d'un gran congrés de videojocs de primer nivell. És Barcelona a l'altura del repte?

## 1.2. Formulació del problema

Actualment, Barcelona és una ciutat consolidada i de referència internacionalment en l'organització de grans congressos i esdeveniments. En els darrers anys, ha experimentat un fort creixement de l'ecosistema i teixit empresarial tecnològic i audiovisual. Aquest fet es reflecteix en la celebració de fires d'alt impacte com el Mobile World Congress, el major congrés de telefonia mòbil i telecomunicació del món amb més de 109.000 assistents (edició 2025) i, del ISE (Integrated Systems Europe), la principal fira del sector de l'audiovisual que va reunir a més de 85.000 visitants (edició 2025).

En l'àmbit dels videojocs, la ciutat també ha viscut un gran creixement i ha esdevingut també un sector clau de la indústria de l'audiovisual i l'entreteniment digital. No obstant això, **Barcelona encara no disposa d'un congrés internacional de videojocs**, malgrat tenir una indústria emergent, un ecosistema tecnològic i audiovisual consolidat i, una gran capacitat per organitzar grans esdeveniments.

Actualment, Barcelona és seu de fires del sector dels videojocs de petit/mitjà format com són el BCN Game Fest, amb una assistència de 12.000 persones (edició 2024) o bé el Saló del Gaming Català (SAGA) amb una assistència de 8.000 persones (edició 2024). Amb tot i això, cap dels números d'aquestes s'acosten a les de fires de grans dimensions internacionals com l'E3 a Los Angeles, on en la seva darrera edició del 2019 va acollir a 66.000 assistents o la Gamescom a Colònia en l'edició del 2024 va rebre a 335.000 visitants.

Aquest treball busca respondre les següents qüestions que se'ns plantegen:

- Per què Barcelona no ha esdevingut encara la seu d'un congrés internacional de videojocs?
- Quins factors determinen l'èxit i la viabilitat d'un congrés d'aquesta magnitud?
- Barcelona compta amb les infraestructures, el suport empresarial i institucional, i l'ecosistema adequat per acollir un esdeveniment així?

- Quin hauria de ser el format més adequat per a un congrés de videojocs a Barcelona?

Per resoldre-ho s'investigarà i estudiarà l'ecosistema del videojoc a Barcelona així com la capacitat per acollir grans fires. Tanmateix, s'analitzarà els factors d'èxit i fracàs d'altres congressos de videojocs d'arreu del món com la GDC i la Gamescom, així com del procés d'organització d'aquest tipus de fires per determinar si Barcelona té el potencial per acollir-ne una i, en cas afirmatiu quin seria el model òptim per a la seva implantació.

### 1.3. Objectius generals del TFG

L'objectiu principal d'aquest treball és determinar la viabilitat i potencial de Barcelona com a possible seu d'una fira de videojocs internacional i, quin seria el format òptim.

Per assolir aquest objectiu, el treball es planteja les següents fites:

- Estudiar grans esdeveniments i congressos de videojocs i del sector audiovisual arreu del món. Analitzar de l'impacte de grans esdeveniments de videojocs tant per les empreses que hi participen com per la ciutat o regió que les acull.
  - Quins beneficis o profit hi treu cadascun?
  - Quins costos té per cadascun?
- Elaborar una hipòtesi sobre què es necessita per organitzar un esdeveniment o congrés de videojocs d'aquestes característiques.
  - Avaluar si Barcelona té el que es necessita actualment.
  - Determinar el format amb més probabilitats d'èxit.

Aquest projecte no només busca establir com hauria de ser una possible gran fira de videojocs a Barcelona, sinó també estudiar quins elements d'aquest tipus de congressos enriqueixen la visita dels assistents així com quins elements innovadors podrien ser incorporats per millorar-la. Per finalitzar amb un estudi de viabilitat del tipus de fira que es podria arribar a realitzar.

## 1.4. Objectius específics del TFG

Per assolir l'objectiu general d'aquest projecte, es plantegen els següents objectius específics:

- Estudiar les fires de videojocs celebrades a Barcelona fins a l'actualitat.
- Analitzar els principals congressos de videojocs internacionals passats i actuals.
- Estudiar com es duu a terme un congrés o fira de grans dimensions.
- Avaluar les infraestructures disponibles per a la celebració d'un congrés de grans dimensions a Barcelona.
- Identificar i analitzar els agents clau del sector del videojoc a Barcelona.
- Determinar els costos i beneficis potencials d'una fira de videojocs a la ciutat.
- Avaluar el suport institucional i empresarial per impulsar un congrés d'aquestes característiques.
- Explorar possibles innovacions i elements diferenciadors per fer l'esdeveniment més atractiu.
- Dur a terme una anàlisi DAFO si Barcelona pot competir com a seu d'un congrés de videojocs internacional.
- Identificar el model òptim de congrés de videojocs per a Barcelona.

## 1.5. Abast del projecte

Aquest treball se centra a determinar la viabilitat de la ciutat de Barcelona com a amfitriona per acollir un congrés internacional de videojocs, establint quines són les directrius i factors clau per a l'èxit d'un esdeveniment d'aquestes característiques. Aquest projecte inclourà un estudi d'esdeveniments de referència internacional del sector, avaluació dels recursos i infraestructures de la ciutat i una proposta de model de fira per a Barcelona.

El projecte va dirigit a professionals i empreses del sector dels videojocs, així com, institucions públiques i privades interessades a potenciar la indústria del videojoc a Barcelona.

La documentació resultant de l'anàlisi i la recerca pot ser utilitzada per institucions públiques com l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya o Fira Barcelona, així com per entitats privades. A més, aquest treball no es vol limitar a institucions i entitats locals, sinó que pretén ser d'utilitat a qualsevol institució i agent del sector del videojoc que vulgui replicar i impulsar un fira de videojocs més enllà de Barcelona i l'Estat.

Aquest treball pretén ajudar i beneficiar a totes aquelles administracions públiques i indústria del videojoc, a comprendre l'impacte de l'organització d'un possible congrés de videojocs internacional de grans dimensions. També a totes aquelles empreses que busquin visibilitat o fer negoci a través d'una nova plataforma i, oferir a professionals i estudiants un espai on poder trobar oportunitats laborals i formatives.

Donat el temps limitat per desenvolupar aquest projecte, es prioritzarà l'anàlisi de viabilitat així com de la proposta del model de fira adient per la ciutat i, quins són els factors determinants a l'hora d'establir el format del congrés.

## 2. Contextualització

En aquest apartat es desenvoluparà el context general sobre els congressos digitals, tecnològics i de videojocs amb una visió global dels darrers 10-15 anys.

L'objectiu principal d'aquest apartat és aportar una base de coneixement sobre quin és el panorama d'aquest tipus de fires en el context global i a la ciutat de Barcelona. Permetent entendre quina ha estat la seva evolució i quines tendències emergents hi ha actualment.

És per això que en aquesta secció s'abordarà quin paper juguen, els congressos digitals, tecnològics i de videojocs quant a evolució, tipologia, tendències més recents i quin és l'impacte econòmic i social d'aquestes fires en la indústria. Seguidament, es focalitzarà en la ciutat de Barcelona i quin paper ha jugat com a amfitriona d'aquest tipus d'esdeveniments.

I darrerament, es farà una revisió de les principals fires de l'àmbit digital, tecnològic i dels videojocs, de les quals Barcelona n'ha estat seu en els darrers 10-15 anys, incloent-hi:

- Gamelab
- Mobile World Congress (MWC)
- RetroBarcelona
- Nice One Barcelona / Barcelona Games World
- BCN Game Fest / Indie Dev Day
- Integrated System Europe (ISE)
- Saló del Gaming (SAGA)
- Pocket Gamer Connects

Per cada una de les fires esmentades, s'explorarà els seus orígens i evolució, quin format i públic va dirigir, així com quin ha estat el seu impacte en la ciutat i indústria.

Aquesta contextualització servirà com a fonament per l'estudi i recerca posterior sobre com s'organitza un congrés internacional, així com per explorar i identificar quines oportunitats, millores i potencial de creixement té Barcelona en aquest àmbit d'esdeveniments, en l'elaboració de la proposta final.

## 2.1. Context general dels congressos digitals, tecnològics i de videojocs

Avui dia, els congressos de l'àmbit digital, tecnològic i dels videojocs són un element fonamental d'aquesta indústria. Serveixen de punt de trobada per experts, professionals, empreses i públic general per presentar noves tecnologies, videojocs i innovacions, així com a plataforma de col·laboració i contacte dins de la indústria del videojoc.

En aquest context, les fires tecnològiques han patit una gran evolució així com un gran creixement en les darreres dècades. També les fires s'han anat especialitzant cada cop més en àrees més concretes. Des d'esdeveniments més tancats envers una temàtica acadèmica i científica, fins a fires de caràcter més obert al públic general, on es presenten novetats del sector.

### 2.1.1. Orígens i evolució

La primera convenció data de l'any 1988 a San José, Califòrnia, on es va celebrar la primera edició de la Game Developers Conference (GDC). Aquesta va reunir de forma informal a 25 desenvolupadors de la indústria del videojoc, enfocat en jocs per ordinador. (ICEX, 2024)

Anys més tard, va aparèixer la primera edició de la fira Electronic Entertainment Expo (E3) l'any 1995 a Los Angeles, Califòrnia. Aquesta fira responia a la necessitat que tenia la indústria en aquell moment d'un esdeveniment dedicat, íntegrament, als videojocs. Així doncs, aquesta fira va ser una escissió del Consumer Electronics Show (CES).

Aquella primera edició va comptar amb **50.000 assistents**, una edició destacable tant pel nombre de visitants com pels anuncis fets, des del llançament de la consola PlayStation per part de Sony, com de la Sega Saturn de Sega. L'E3, fins a la seva darrera edició el 2019, ha estat la fira del videojoc de referència mundialment i de moltes altres fires. (Patrick Scott Patterson, 2015)

Un any més tard, el 1996, la Tokyo Game Show tindria la seva primera edició, convertint-se en un dels esdeveniments de referència de la indústria del videojoc al continent asiàtic. En aquella primera edició, va rebre més de **109.000 visitants** així com van participar **87 companyies diferents** i mostrant fins a **365 videojocs**. Inicialment, era un esdeveniment bianual, fins al 2002 i, fins al dia d'avui, que és una fira anual. (Tokyo Game Show, 2006)

Passats els anys, Europa seguia sense una fira dedicada al videojoc, fins a la creació, el 2002, de la Games Convention a Leipzig, Alemanya. Aquest esdeveniment es convertiria en el primer congrés dedicat al videojoc a Europa, assolint unes xifres de **80.000 assistents** i **166 expositors** en la seva primera edició.

Set anys més tard, aquest congrés es convertiria en l'actual Gamescom i es mouria la seu a la ciutat de Colònia, Alemanya. Amb aquest canvi, la fira assoliria una dimensió més gran i una projecció internacional, convertint-se, fins al dia d'avui, en la fira del videojoc de referència a Europa. El salt va ser tan notable que es van triplicar els assistents fins a arribar als **245.000 visitants** i **458 expositors** en l'edició del 2009. (GiantBomb, 2009)

Aquesta evolució mostra un clar canvi de paradigma, de petites reunions de desenvolupadors en els seus inicis a, convencions i congressos que apleguen a milers de persones. A més a més, aquest tipus de fires, sempre s'havien concebut com espais de trobada presencials. No obstant això, des de l'any 2020 i amb la pandèmia de la COVID-19, amb el confinament i l'impuls al teletreball, aquest tipus d'esdeveniments

no han quedat exempts a canvis. Molts d'ells estan fent la transició cap a una modalitat mixta, combinant presencialitat amb presentacions en línia.

### 2.1.2. Tipologies de congressos

Els congressos i fires de videojocs, han anat evolucionant la seva tipologia i el seu públic, adaptant-se als canvis en la indústria així com el creixent interès per part de professionals i consumidors d'aquest sector. Des de l'origen d'aquest tipus de fires i fins al dia d'avui s'ha pogut veure una diversificació i especialització del tipus de convencions, des de simples petites trobades de professionals, fins a grans esdeveniments oberts al públic general. Avui dia, es pot fer la següent classificació:

- Orientats al públic general (B2C)
- Orientats a professionals (B2B)
- Híbrids (B2C + B2B)
- Especialitzats o de nínxol
- Acadèmics

#### 2.1.1.1. Orientats al públic general (B2C)

Les fires orientades al públic general, també normalment anomenades fires B2C (*Business to Consumer*), tenen com a objectiu principal **captar l'atenció del consumidor final**, en el cas dels videojocs, els jugadors. Aquestes convencions estan dissenyades per oferir tota mena d'experiències diferents pels jugadors i fans de la indústria. Des de demostracions dels mateixos videojocs, exposició de les darreres novetats així com zones d'entreteniment, conferències i espai de trobada amb desenvolupadors.

Els esdeveniments B2C, serveixen com a plataforma per promocionar el sector així com donar a conèixer nous productes i empreses emergents, creant una experiència memorable en el visitant. Algunes de les activitats que se solen oferir són:

- **Expositors i demostracions de videojocs:** Expositors i empreses ofereixen l'oportunitat de provar nous videojocs abans de la data de llançament.
- **Activitats i tallers:** Activitats que pretenen dinamitzar l'esdeveniment, com concursos de *cosplay*<sup>1</sup> de personatges de videojocs, tallers oferits per professionals de la indústria...
- **Xerrades de professionals:** Conferències i xerrades de professionals enfocades al consumidor per donar a conèixer un videojoc, com s'ha desenvolupat així com algun aspecte tècnic o curiositats.
- **Competicions i esports electrònics (eSports):** Un altre tipus d'activitat són espais destinats a competicions amateurs i d'altres professionals. Amb escenaris i graderia on el públic les pot seguir en directe.
- **Merchandising:** Venda de productes de videojocs; figuretes, pòsters, roba, accessoris... Aquests productes serveixen per potenciar l'experiència dels jugadors fora del videojoc.
- **Zones de descans i servei de restauració:** Un espai recurrent sol ser àrees de descans i restauració on es permet reposar forces així com adquirir menjar i begudes. També solen ser espais per socialitzar de forma més informal.

Algunes de les fires de videojocs B2C més destacables orientades a un públic general són:

- **Penny Arcade Expo (PAX);** Boston, Seattle i Philadelphia, EUA i Melbourne, Austràlia. Convencions que barregen els videojocs i els jocs de taula i, que ha tingut diverses rèpliques en diferents ciutats dels EUA i d'Austràlia. (Paxsite, 2024)
- **Brasil Game Show;** São Paulo, Brasil. És la major fira de la indústria del videojoc a Amèrica del Sud. (Brasil Game Show, 2024)
- **NiceOne Barcelona (N1B);** Barcelona, Espanya. Antigament anomenada Barcelona Games World, fins en la seva darrera edició el 2019, era una fira que

---

<sup>1</sup> El **cosplay** és la pràctica de disfressar-se i interpretar personatges de ficció, especialment de videojocs, anime, cinema o còmics, reproduint-ne l'estètica i actitud.

englobava l'entreteniment digital en general. Des d'expositors amb les darreres novetats de videojocs fins a competicions d'*e-sports* i experiències en realitat virtual. (Fira de Barcelona, 2019)

- **SAGA, Saló del Gaming;** Barcelona, Espanya. És una fira de videojocs centrada en el sector català i en promocionar i, donar a conèixer, a estudis *indies* d'aquesta localitat. (Plataforma per la Llengua, 2024)
- **BlizzCon;** Anaheim, EUA. Convenció de videojocs organitzada per l'empresa Blizzard i centrada en les seves IP. (Blizzcon, 2023)
- **Madrid Games Week;** Madrid, Espanya. Fira de videojocs organitzada per AEVI (Associació Espanyola de Videojocs) orientada a presentar al públic general les darreres novetats del sector. (Madrid Games Week, 2019)
- **Paris Games Week;** París, França. És la major fira de videojocs feta a França en format B2C. (Paris Games Week, 2024)
- **Milan Games Week;** Milà, Itàlia. Aquesta és la major fira de videojocs que es realitza actualment a Itàlia, a més a més, està dedicada tant als videojocs com als còmics. (Milan Games Week, 2024)

#### 2.1.1.2. Orientats a professionals (B2B)

Les fires de videojocs orientades a professionals de la indústria, també anomenades B2B (*Business to Business*), són esdeveniments focalitzats i centrats a **fomentar el *networking* i contactes de negoci entre diferents agents del sector**. Aquestes convencions pretenen oferir espais de trobada entre desenvolupadors per intercanviar idees, formar-se, presentar novetats del sector així com per trobar talent i reclutar.

Algunes de les activitats que se solen oferir en aquest tipus de congressos són:

- **Expositors i àrees de demostració:** Expositors on empreses i desenvolupadors presenten les darreres novetats, noves eines, videojocs en desenvolupament, entre altres tecnologies o avenços de la indústria. Expositors que serveixen com a oportunitat per rebre *feedback* i veure quina és la rebuda per part d'altres professionals de la indústria, abans del seu llançament.

- **Zones de *networking*:** Zones d'accés limitat a persones, empreses i agents concrets de la indústria. En aquests espais restringits se solen produir trobades privades entre executius, inversors, *publishers* i d'altres persones claus. Solen ser sales de conferències i *lounges*<sup>2</sup> amb l'equipament necessari per presentacions corporatives així com trobades més informals en ambients més relaxats.
- **Espais de *Job Fair*:** Espais dedicats al reclutament on les empreses poden entrevistar-se amb diferents candidats.
- **Conferències i tallers especialitzats:** Conferències i sessions tècniques amb les que promoure la formació dels professionals així com crear espais de debats i discussió envers temes especialitzats i noves tendències de la indústria.
- **Plataformes de *matchmaking*:** Alguns congressos i esdeveniments també disposen d'apps o plataformes digitals on els assistents es poden registrar de forma prèvia a la fira i, on poden trobar tota la informació necessària. Tanmateix, també s'utilitza per concertar trobades amb altres professionals així com per connectar i conèixer assistents amb els mateixos interessos
- **Reunions B2B individuals:** Trobades individuals amb altra gent del sector on es discuteixen oportunitats de col·laboració. Solen ser espais privats i organitzar, prèviament, a través d'una web o app del congrés.
- ***Speed Networking*:** Un altre tipus de trobades que es solen organitzar són d'estil *speed networking*. Són trobades, de tu a tu entre professionals, en les quals disposen d'un temps de conversa limitat amb la intenció de poder conèixer i xerrar amb molta gent en poc temps. L'objectiu principal sol ser facilitar l'intercanvi de contactes així com d'interessos. Tanmateix, solen ser molt útils per practicar el *pitch* i trobar potencials col·laboradors.
- **Entregues de premis:** Un altre acte que se sol organitzar són entregues de premis, que reconeixen aspectes rellevants d'un videojoc, o bé, l'excel·lència de rols i perfils de la indústria. Aquests tipus d'actes solen ser una oportunitat per

---

<sup>2</sup> Els *lounges* són espais còmodes i informals dins d'un esdeveniment o fira, pensats per al descans, trobades privades o fer *networking* entre professionals.

donar visibilitat a un projecte així com a un mateix com a professional i, fer *networking* en acabar la cerimònia.

- **Zones de descans i servei de restauració:** Un espai recurrent sol ser àrees de descans i restauració on els assistents puguin reposar forces així com adquirir menjar i begudes. També solen ser espais per socialitzar de forma més informal.

Algunes de les fires de videojocs B2B més destacables orientades a un públic més professional i desenvolupadors són:

- **Game Developers Conference (GDC);** San Francisco, EUA. És la fira orientada als desenvolupadors de videojocs més important, on es donen conferències, *workshops* i espais de *networking* entre professionals. (GDC, 2025)
- **Devcom;** Colònia, Alemanya. La Devcom és una convenció prèvia a la Gamescom, just celebrant-se dies abans, enfocada en conferències i *workshops* tècnics i creatius dels videojocs. (Devcom, 2025)
- **Nordic Game Conference;** Malmö, Suècia. Fira de videojocs B2B, centrada en la indústria d'aquesta regió. (Nordic Game, 2025)
- **Taipei Game Show;** Taipei, Taiwan. Una de les fires de videojocs B2B més importants d'Àsia la qual se centra a facilitar i promoure trobades entre professionals del sector de més de 35 països. (Taipei Game Show, 2025)
- **Gamelab;** Màlaga, Espanya. És una fira espanyola de nivell internacional centrada en el B2B entre els diferents agents dels videojocs, amb conferències i taules rodones diverses. (Gamelab, 2025)
- **TalentDevDay;** Barcelona, Espanya. Aquest mini fira, forma part de la BCN Game Fest i té com a objectiu principal connectar talent emergent amb la indústria del videojoc. (Gencat, 2024)
- **Pocket Gamers Connects;** Diverses ubicacions. Esdeveniment, on la seva creació se centrava en conferències de l'àmbit del joc mòbil i, ara, també engloba videojocs d'ordinador i consoles. (PGConnects, 2025)
- **Web Summit;** Lisboa, Portugal. És un dels majors congressos tecnològics a nivell mundial, centrada en el B2B on es reuneixen professionals i empreses del

sector tecnològic, màrqueting digital i, en menor mesura, dels videojocs. Destaca per les seves grans conferències i per l'oportunitat de *networking* global. (Web Summit, 2025)

- **Bilbao International Games Conference (BIG Conference):** Bilbao, Espanya. És una fira orientada al sector B2B del videojoc amb ponències, taules rodones i trobades professionals. Reuneix desenvolupadors, *publishers* i inversors de tot l'Estat i Europa amb l'objectiu de fomentar negoci, *networking* i la internacionalització del sector. (BIG Conference, 2025)

### 2.1.1.3. Híbrids (B2C + B2B)

Els congressos de videojocs híbrids combinen format entre B2C i B2B, amb l'objectiu final d'**oferir i atendre el màxim les necessitats dels visitants**, tant els **consumidors** com els mateixos **desenvolupadors** de videojocs. És per això, que aquest tipus de fires combina les activitats de tots dos tipus de formats, des d'expositors on mostrar les darreres novetats de videojocs, fins a trobades formals entre desenvolupadors.

Una altra característica, i la més rellevant, d'aquests congressos és la forma de diferenciar tots dos formats dins de la fira. Hi ha fires que en el mateix espai, comparteixen zones dedicades a B2C i B2B, com és l'exemple de la BCN Game Fest, sent el Talent Dev Day la part dedicada al B2B. (Gencat, 2024)

En contra part, hi ha congressos que, per diferenciar tots dos formats, el que fan és que els primers dies de l'esdeveniment, l'accés a la fira està restringit a professionals i desenvolupadors. On aquells dies es produeixen totes les activitats dedicades al B2B, siguin trobades o conferències. I, els darrers dies, és quan la fira s'obre a què tot el públic general pugui visitar-la i gaudir també de tot el que ofereix però, amb activitats centrades en el B2C.

Algunes de les fires de videojocs més destacables que combinen aquests dos formats són:

- **Tokyo Game Show (TGS)**; Tòquio, Japó. Fira de videojocs centrada principalment en el mercat japonès. Els dos primers dies està reservada l'entrada per professionals i els dos dies següents, està oberta al públic general. (Tokyo Game Show, 2024)
- **Gamescom**; Colònia, Alemanya. Com s'ha esmentat anteriorment, és la major fira del videojoc a Europa i combina el format B2B els primers dies amb la Devcom i, el format B2C, en els posteriors dies del congrés. (Gamescom, 2025)
- **Electronic Entertainment Expo (E3)**; Los Angeles, EUA. Fins a la seva darrera edició, el 2021, va ser una de les majors fires de videojocs en el món. Els primers dies estaven restringits exclusivament a trobades i activitats B2B i els darrers dies de la fira, s'obria al públic general (B2C). (José Luis Ortega - HobbyConsolas, 2018)
- **BCN Game Fest**; Barcelona, Espanya. Fira B2C centrada en el videojoc *indie* i en estudis independents emergents. Dins de la mateixa fira, existeix el Talent Dev Day, de format B2B com s'ha esmentat anteriorment. (Gencat, 2024)
- **China Digital Entertainment Expo & Conference (ChinaJoy)**; Shanghai, Xina. Aquest esdeveniment destaca per ser la fira d'entreteniment digital més gran de tota Àsia. Destaca per tenir zones delimitades. Per un costat, espais d'expositors oberts a tot el públic i, per altre costat, espais limitats a solament professionals del sector destinats al B2B. (ChinaJoy, 2025)

#### 2.1.1.4. Especialitzats o de nínxol

Les convencions de videojocs de nínxol són esdeveniments de la indústria amb un **públic objectiu molt concret**. Aquestes fires solen ser de dimensions molt més reduïdes i ser molt personalitzades envers una temàtica o sector concret del videojoc. El perfil dels visitants sol ser molt específic i especialitzat, sigui un rol professional concret o bé, fans d'un gènere o videojoc.

A més, aquestes fires ofereixen una gran oportunitat per al *networking*. Com que compten amb un públic més reduït, els assistents poden interactuar fàcilment entre ells i iniciar converses amb persones que tenen interessos comuns.

Tanmateix, les activitats i xerrades solen ser molt específiques com el mateix congrés. Ja siguin competicions d'un videojoc concret així, conferències d'un tema de particular o bé zones de joc.

Algunes de les fires de videojocs més destacables que tenen un enfocament molt especialitzat o bé de nínxol són:

- **RetroBarcelona**; Barcelona, Espanya. Convenció de videojocs centrada en el videojoc clàssic i retro. Ofereix als assistents l'oportunitat de tornar a jugar a jocs i consoles dels anys 80 i 90. (RetroBarcelona, 2025)
- **IndieCade**; Diferents ubicacions. Festival en línia que té per objectiu donar a conèixer i promoure els jocs *indies*. Se celebra a través d'una plataforma web. (IndieCade, 2025)
- **EGX Rezzed**; Londres, Regne Unit. Fira de videojocs on en els seus inicis se centrava en el mercat *indie*, però, en els darrers anys, ha obert la porta a videojocs i estudis triple A. (EGX Rezzed, 2024)
- **Indie Games TRS**; Terrassa, Espanya. Esdeveniment local, promogut per l'Ajuntament de Terrassa i la Universitat Politècnica de Catalunya, que promou els videojocs *indies*. (UPC, 2023)
- **BCN Game Fest**; Barcelona, Espanya. Fira B2C centrada en el videojoc *indie* i en estudis independents emergents. (Gencat, 2024)
- **Games Forum**: Diverses ubicacions. Conferències dirigides a professionals del sector del videojoc mòbil. Aquestes solen centrar-se en la monetització o l'anàlisi de dades. Enguany, s'ha celebrat una edició a Barcelona. (Games Forum, 2025)
- **HIT Games**: Diverses ubicacions. És un esdeveniment de conferències exclusiu B2B, centrat per a desenvolupadors i *publishers* de videojocs, principalment de

mòbil, així com d'ordinador o consola. Enguany, celebra una edició a Barcelona.  
(HIT Games - Web Oficial, 2025)

#### 2.1.1.5. Acadèmics

Les fires i congressos acadèmics són esdeveniments de la indústria del videojoc especialitzats i centrats en **investigació i recerca**, així com **formació de professionals**. De la mateixa manera que les fires de nínxol, les convencions acadèmiques de videojocs també solen ser d'un format més reduït.

Aquest tipus d'esdeveniment solen tractar els videojocs i la indústria des d'una perspectiva més de recerca i educativa. És per això que en aquestes fires, a més de participar-hi desenvolupadors i professionals dels videojocs, també hi participen investigadors i acadèmics. Aquest tipus de trobades tenen per objectiu, fomentar la col·laboració entre la indústria i el món de la recerca, per tal fomentar la innovació i la recerca, així com fer-la arribar a productes en desenvolupament o en noves idees.

Algunes de les activitats que se solen oferir en aquest tipus de congressos són:

- **Presentacions de recerca i ponències:** Una de les activitats principals d'aquesta tipologia de trobada són l'exposició dels resultats d'una recerca o estudi, així com ponències de professionals o experts d'un àmbit del sector.
- **Workshops i seminaris:** També se solen realitzar sessions pràctiques sobre una recerca en concret o noves metodologies en l'àmbit de desenvolupament de videojocs.
- **Taules rodones i debats:** En aquest tipus d'activitats se solen debatre temes d'actualitat així com noves tendències del sector amb una posada en comú des de diferents perspectives i personalitats de la indústria. També es fan anàlisis de com es troba el mercat, l'impacte concret d'un videojoc o gènere, de noves tecnologies, d'algun projecte...
- **Exposició de projectes:** Així com en els grans congressos de videojocs centrats en el B2C, també se solen fer mostres de projectes de recerca en expositors

Alguns dels congressos acadèmics de videojocs més destacables són:

- **Digital Games Research Association Conference (DiGRA);** Diferents ubicacions. Associació acadèmica internacional que serveix com a plataforma de debat i presentacions acadèmiques i de recerca envers els videojocs a través de conferències en diferents localitats. (DiGRA, 2025)
- **Foundations of Digital Games (FDG);** Diferents ubicacions. Conferència internacional envers els videojocs que promou l'intercanvi d'idees entre acadèmics. Combina les presentacions acadèmiques tradicionals amb experiències interactives jugables. (FDG, 2025)
- **International Conference on Videogame Sciences and Arts;** Leiria, Portugal. Conferència acadèmica internacional organitzada pel Centre de Ciències de la Computació i Recerca de Comunicacions de l'Escola de Tecnologia i Gestió. Aquesta conferència anual té l'objectiu de reunir a científics i desenvolupadors professionals del camp dels videojocs per tractar temes multimèdia, de la comunicació, tecnologia, educació, psicologia i les arts. (Videojogos, 2025)
- **Symposium on Computer-Human Interaction in Play (CHI PLAY);** Diferents ubicacions. Simposi anual internacional dirigit a investigadors i professionals de totes les àrees del joc. Organitzat per Special Interest Group on Computer-Human Interaction (ACM SIGCHI), el qual tracta sobre la interacció entre humans o ordinadors en el context del joc. (CHI PLAY, 2025)
- **EAI International Conference: ArtsIT, Interactivity & Game Creation;** Diferents ubicacions. Conferència internacional centrada a reunir a artistes i tecnòlegs i, d'altres disciplines, per explorar la relació dinàmica entre art i tecnologia en diferents nivells. (ArtsIT, 2025)
- **Future and Reality of Gaming (FROG);** Viena, Àustria. Conferència internacional que se celebra anualment en l'Ajuntament de Viena, on reuneix a estudiants, creadors, educadors, activistes i entusiastes de tot al món a un discurs acadèmic envers els jocs i el jugar. En la darrera edició, es va dedicar a la connexió entre jugar i els mateixos jocs. (FROG, 2025)

- **Congrés Espanyol de Videojocs (CEV);** Diferents ubicacions a Espanya. És un esdeveniment anual organitzat per la Societat Espanyola per les Ciències del Videojoc (SECiVi) el qual serveix per apropar visions d'investigadors i professionals del disseny i desenvolupament dels videojocs, entre empreses i universitats espanyoles. El congrés té un caràcter multidisciplinari i es tracten en un fòrum de presentació i discussió amb els videojocs com a nexes. (SECiVi, 2025)

### 2.1.3. Canvis en el format i modalitat dels congressos

Els congressos i fires de videojocs, així com de moltes altres temàtiques, sempre s'han concebut com espais o trobades **presencials**. Però, arran de la pandèmia de la COVID-19 i des de la posterior recuperació de la normalitat a partir de l'any 2021, hi ha hagut un **canvi de paradigma** en les modalitats amb les quals els congressos i grans esdeveniments es desenvolupen.

L'any 2020, moltes fires van veure's obligades a reduir al mínim la seva dimensió, traslladar-se al format digital o fins i tot, cancel·lar-ne l'edició d'aquell any. Des d'aquell moment, molts esdeveniments han optat com a prioritari la recuperació de la presencialitat posant en valor les interaccions en persona. Però d'altres, s'han mantingut digital o bé han passat a un format mixt que barreja presencialitat i en línia.

Aquesta transformació, ja venia d'anys abans de la pandèmia, on les noves tecnologies i l'impuls de les plataformes de *streaming*, van obrir una nova forma de promocionar les novetats del sector, així com fer-ho més accessible i d'abast global. Un exemple clar d'aquesta tendència, recau en l'evolució de l'E3 en els darrers anys d'existència.

L'E3 es concebia com el major esdeveniment de videojocs del món, on empreses i estudis realitzaven els anuncis dels seus nous videojocs i productes, tot integrat en la mateixa fira. Però, aquest format aniria canviant durant els propers anys, on moltes

companyies es despenjarien de l'esdeveniment i, realitzarien, en les mateixes dates, la seva pròpia conferència o acte de presentació. Aquest canvi responia a una nova estratègia de màrqueting i promoció de les empreses, volent arribar a un públic més ampli i volent marcar el seu propi espai en una estratègia de competitivitat amb les altres empreses, deixant d'haver de fer tots els seus grans anuncis en aquelles dates marcades.

Amb aquesta nova estratègia, marques com Play Station de Sony, Xbox de Microsoft o bé Nintendo, començaren a realitzar les seves pròpies conferències digitals paral·lelament en el E3. Va ser Nintendo, on l'any 2013 va deixar de realitzar presentacions presencials a l'E3 i, va passar a presentacions digitals pregravades, els coneguts Nintendo Direct, iniciats el 2011. Aquesta decisió va ser pressa, segons va explicar Saoru Iwata, aleshores president de Nintendo, perquè "diferents persones demanen diferents tipus d'informació" així com "amb els Nintendo Directs podien transmetre els seus missatges de manera més adequada i efectiva... segons les diverses necessitats dels diferents grups de persones". (Christopher Dring - Games Industry, 2018)

Per part de Sony, va ser a partir de l'any 2019 i fins al 2023, on celebrava les seves conferències de forma independent al E3, els anomenats "State of Play". En declaracions de Shawn Layden, aleshores president de Sony Interactive Entertainment Worldwide Studios, va comentar que la decisió va ser fruit de què l'E3 havia quedat desfasat amb el que demanava la indústria en aquell moment. L'E3 era concebuda com una fira per promoure les vendes en la campanya de Nadal, però que havia deixat de ser un espai per parlar de videojocs pròpiament i, era això el que buscava Sony en aquell moment. (Juan B. - UveJuegos, 2019) (Angel Luis - Xataka, 2019)

Amb aquesta nova manera de fer, les empreses van veure que podien arribar a un públic molt més ampli i presentar les seves novetats quan considerin més oportú. Degut això, les empreses van perdre l'interès de participar en l'E3 i els assistents, ja que ja no incloïa en la seva fira els anuncis d'empreses més rellevants del sector.

Tot això, va desencadenar que l'Entertainment Software Association (ESA), organitzadora de l'E3, intentés recuperar l'atenció perduda optant pel format totalment digital i volent reinventar-se, però en no assolir aquest objectiu, es van veure a discontinuar la fira l'any 2023. (Sophei Webb - Redbrick, 2024) (Christopher Dring - Games Industry, 2023)

Aquest fet, de com l'esdeveniment de videojocs més important del món, passés de l'èxit al fracàs en poc temps, va assentar un precedent en la indústria i com s'havien de desenvolupar els congressos després de la pandèmia. Amb l'impuls de les plataformes de streaming i les noves estratègies de les empreses, així com la motivació per reduir costos.

Així doncs, molts d'aquests esdeveniments han acabat optant per un model mixt que barreja presencialitat amb presentacions digitals. Aquesta nova forma de fer respon a la voluntat d'oferir esdeveniments més flexibles i que arribin a un públic més ampli. Aquesta nova modalitat de congressos manté la presencialitat d'expositors i de zones interactives permetent a les empreses seguir rebent un *feedback* directe dels jugadors en els seus productes. Per altra part, aquells congressos que fins aleshores estaven dedicats, o tenien una part dedicada, al B2B, han mantingut la presencialitat de trobades entre professionals. Però també, s'ha incorporat la flexibilitat en aquestes trobades, mitjançant la creació de plataformes de *networking* en molts congressos que permeten superar les limitacions físiques i concertar cites de professionals des de l'altre punt del món.

És per això, que en aquest treball un dels factors claus, serà quina modalitat per Barcelona és la més viable i factible segons la seva tipologia. És per això que a continuació es presenta una taula amb els avantatges i desavantatges generals de les modalitats presencials, digital i mixtes.

Format	Característiques	Avantatges	Desavantatges	Exemples
<b>Presencial</b>	Assistència presencial en una ubicació física	<i>Networking</i> directe, <i>feedback</i> immediat i més complet, atmosfera immersiva	Cost més elevat i major complexitat logística, públic potencial reduït	Tokyo Game Show PAX
<b>Digital</b>	Assistència virtual a través de webs o plataformes en línia	Més accessibilitat i públic global, costos més reduïts (tant pels assistents com organitzadors), més flexibilitat	Falta d'interacció física, poden aparèixer problemes tècnics, dificultat en crear atmosferes immersives com les fires presencials	IndieCade Summer Game Fest
<b>Mixt</b>	Combinació d'elements presencials amb virtuals	Maximitza el públic assistent així com s'adapta a les preferències dels visitants combinant elements presencials i virtuals	Requereix una planificació molt detallada i tecnologia apropiada, dificultat en atendre correctament els dos tipus de públic	Gamescom GDC

Taula 1: Taula comparativa de modalitats de fires

#### 2.1.4. Impacte econòmic i social

En el context global, la indústria del videojoc ha experimentat un creixement econòmic exponencial, fins a consolidar-se com un dels sectors clau de l'entreteniment digital. Si ens hi fixem l'impacte econòmic global, podem veure que segons l'informe realitzat per ACCIÓ<sup>3</sup>, El sector dels videojocs a Catalunya (2024), la indústria del videojoc va generar

<sup>3</sup> ACCIÓ és l'agència per a la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya.

mundialment, **187.000 milions de dòlars l'any 2024** i, amb una projecció d'arribar als **213.000 milions l'any 2027**.

Les fires, com esdeveniments en general, tenen una gran repercussió en la localitat i territori on es realitzen. Aquestes, segons la seva dimensió, tenen un gran impacte econòmic i social, a través d'ingressos directes de la fira, així com d'indirectes a través d'impulsar el turisme, l'hostaleria i el comerç de la zona.

En el context de les fires tecnològiques i de videojocs, serveixen com espais de trobada pel *networking*, generant un **dinamisme i impuls** en l'**ecosistema del sector local**, així com **internacional**. A més a més, aquest tipus d'esdeveniment també serveixen per promoure nous productes i videojocs i, **impulsar les seves vendes**.

#### 2.1.4.1. Impacte econòmic directe

Pel que fa a l'**impacte econòmic directe**, ens referim en aquells **ingressos que genera la mateixa fira o congrés**. Aquests ingressos poden venir des de l'organització de l'esdeveniment, per les empreses que s'exhibeixen així com dels mateixos visitants i assistents.

- Pel que fa a l'**organització**, la despesa que genera està en el lloguer del recinte de la fira o congrés, les infraestructures necessàries, serveis de seguretat i neteja, promoció i màrqueting, entre altres costos operatius.
- En quan a les **empreses** que hi participen, aquestes tenen una despesa i fan una inversió en el lloguer de l'espai pel seu estand, en el personal pel muntatge, en el personal que atén l'expositor, així com en campanyes de promoció i màrqueting. Una altra inversió que solen ser les fires és la despesa en espais publicitaris que serveixen d'esponsorització de l'esdeveniment.
- I respecte als **visitants**, els ingressos que generen és a partir de les entrades a l'esdeveniment, les quals poden haver-hi de diverses categories, així com en la despesa que poden fer en la compra de productes oferts en les fires com pot venir sent marxandatge de videojocs.

#### 2.1.4.2. Impacte econòmic indirecte

En canvi, si ens referim a **impacte econòmic indirecte**, volem dir tots aquells ingressos i **activitat econòmica** que es generen de **forma derivada** i arran de l'organització de la fira en una localitat. Aquest impacte sol estar relacionat amb tots els **serveis i sectors complementaris** que son clau per la possible la realització del congrés. A continuació, s'esmenten els diferents sectors implicats i exemplificant-los amb les dades que genera el Mobile World Congress (MWC), com fira tecnològica i digital més gran que se celebra a Barcelona.

- El **sector hotelier** de la ciutat és un dels grans beneficiats indirectament per la celebració de fires. Veient els seus ingressos i ocupació augmentada per l'allotjament dels assistents a l'assuaviment. En el cas del MWC, en l'edició d'enguany s'esperava superar el 95% d'ocupació hotelera, acollint a més de 30.000 congressistes. (Yael Carrasco - RTVE, 2025)
- Un altre sector, clarament beneficiat, és el **sector de la restauració**, que de la mateixa manera que l'hotelier, es veu beneficiat per l'increment temporal de visitants a la ciutat. En l'edició del 2024 del MWC, s'esperava una despesa mitjana per congressista de 300 euros i una facturació total de 105 milions d'euros. (Yael Carrasco - RTVE, 2024)
- El **sector del transport** també resulta clau per a la realització de l'esdeveniment. Té per objectiu **facilitar la mobilitat dels congressistes per arribar a la localitat** on se celebra, ja sigui a través d'avió, tren..., així com **dins de la mateixa ciutat** amb serveis de transport públic, taxi, bus, metro... o amb serveis privats. Durant la celebració del MWC 2025, s'esperava un increment del 9,8% de vols a la ciutat comtal. (Yael Carrasco - RTVE, 2025)
- També, altres **serveis de la ciutat** així com el **comerç local**, també es veuen beneficiats en certa manera, degut a que molts congressistes també aprofiten l'estada a la localitat per fer turisme. La previsió per l'edició 2025 del MWC, era superar els 101.000 visitants, on el resultat final va ser de 109.000. Aquestes xifres derivaven en un impacte econòmic per Barcelona i la seva àrea metropolitana de 540 milions euros. (Yael Carrasco - RTVE, 2025)

- Per poder fer possible tot l'esdeveniment i que tots els serveis complementaris funcionin a la perfecció, se solen necessitar recursos humans extraordinaris. És per això, que durant la celebració de fires, l'ocupació en sectors clau, com els esmentats anteriorment, **veuen incrementat el seu nivell d'ocupació** amb contractes temporals. Pel MWC 2025, es van crear 9.200 llocs de treball temporal de perfil diversos. (Yael Carrasco - RTVE, 2025)
- Tanmateix, aquest tipus d'esdeveniments, solen generar també un **impacte econòmic indirecte a llarg termini**. Això és degut a quan una localitat celebra de forma fixa una fira o congrés, la qual la posiciona com a hub d'aquell sector atraient inversions, empreses i *startups* a la ciutat.

#### 2.1.4.3. Impacte social i cultural

A més a més de l'impacte econòmic de les fires, un altre factor clau a tenir en compte és l'**impacte social i cultural** que es deriven d'aquestes. Aquests tipus d'esdeveniments compleixen una funció social en ser espais de trobada que reuneixen a milers de persones, professionals, desenvolupadors, fans... Gràcies en aquests espais, es facilita aquesta interacció entre persones amb els mateixos interessos així com l'oportunitat de col·laboració.

Un altre factor social rellevant és l'**impuls que dona a les comunitats de sagues o videojocs**. Un exemple clar és la BlizzCon, organitzada per Blizzard i, que reforça i manté viva, la comunitat dels seus jocs com World of Warcraft o Overwatch. Gràcies en aquestes fires, s'originen aquests espais de trobada que afavoreixen el creixement d'aquestes comunitats, la qual cosa també és una forma de promoure un producte o videojoc.

Per altre costat, les fires també són una forma de fer arribar al públic, les noves tecnologies, productes, consoles i videojocs. D'aquesta manera el consumidor pot provar les darreres novetats del sector abans de prendre una decisió de compra. Aquest factor d'accessibilitat ajuda a donar a conèixer el producte en aquells potencials

compradors, que potser, sense haver-lo provat o jugat abans, no haguessin fet la compra, i fins i tot, aquells que no s'ho havien plantejat o que no ho coneixien.

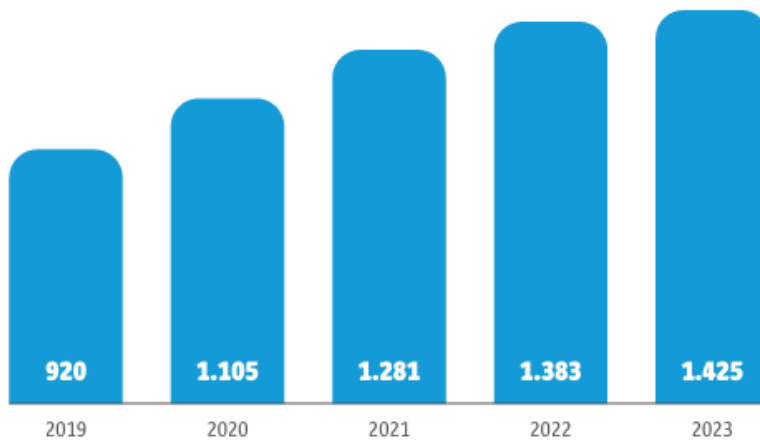
De la mateixa manera que les fires tenen un impacte econòmic indirecte a llarg termini, també ho tenen com a impacte social. En mantenir-se la fira en una localitat de manera fixa o per llargs períodes de temps, això afavoreixen a la creació i creixement de comunitats envers el sector tecnològic i del videojoc, com poden ser *startups* o comunitats de fans. En el cas de Barcelona, podem veure-ho reflectit amb la BCN Game Fest. Aquesta fira és clau per donar a conèixer, així com afavorir, els petits estudis de videojocs independents de Catalunya i Barcelona. (Indie Dev Day, 2024)

## 2.2. La indústria del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat

Aquest apartat es vol centrar en el context de la indústria dels videojocs a Barcelona i Catalunya, on en els darrers anys s'ha consolidat com a regió clau en el seu desenvolupament envers tot l'Estat.

Segons les dades més recents del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024), les darreres dades de facturació de la indústria és de **1.425 milions d'euros en tot l'Estat** i, a **Catalunya, 763,8 milions d'euros** l'any 2023, el qual suposa el **53,6% del total**. Això suposa un augment de dos punts en comparació amb les dades de l'any 2022 a Catalunya.

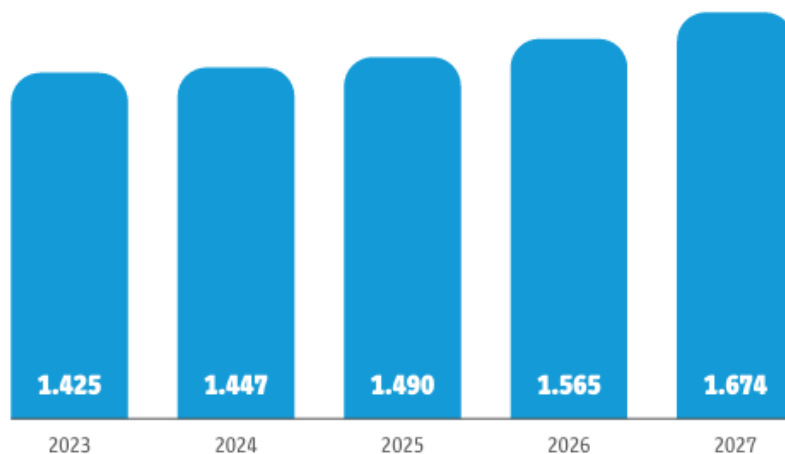
■ **Figura 7. Evolució de la facturació de los estudios de videojuegos en España (2019-2023)**



*Figura 1: Gràfic de la facturació del sector del videojoc a tot l'Estat en els darrers anys - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Tanmateix, s'espera un creixement de la indústria més desaccelerat per als pròxims anys i, recuperar un creixement més accentuat el període 2026-2027.

■ **Figura 8. Previsión de facturación de los estudios de videojuegos en España (2023-2027)**



*Figura 2: Previsió de la facturació del sector del videojoc a tot l'Estat en els propers anys - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Segons dades del Llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023), a Catalunya, s'espera que arribi a facturar **964 milions d'euros l'any 2026**.

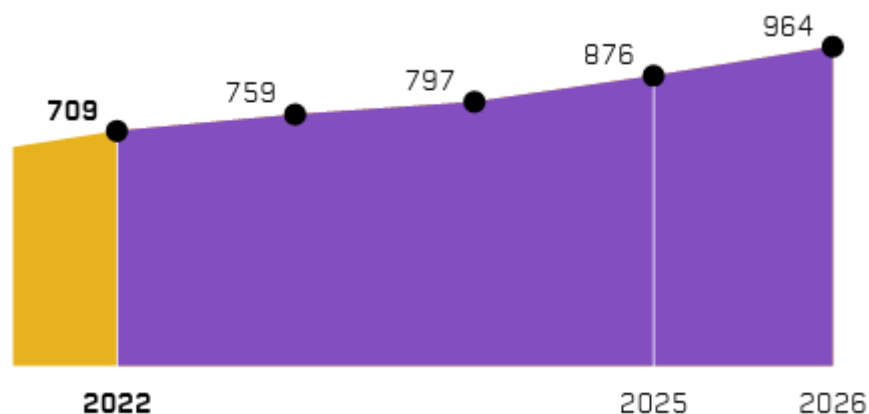


Figura 3: Previsió de la facturació del videojoc a Catalunya 2022-2026 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023)

A més a més, aquesta tendència de creixement també es reflecteix en el nombre d'empreses, on l'any 2024 hi havia **495 estudis actius a tot l'Estat** i, **160 estudis en actius a Catalunya**, el qual representa el **32,3% del total**, seguit de la Comunitat de Madrid amb el 23,2%. (Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2024)

Figura 1. Evolución de los estudios activos y no activos que están constituidos como empresa

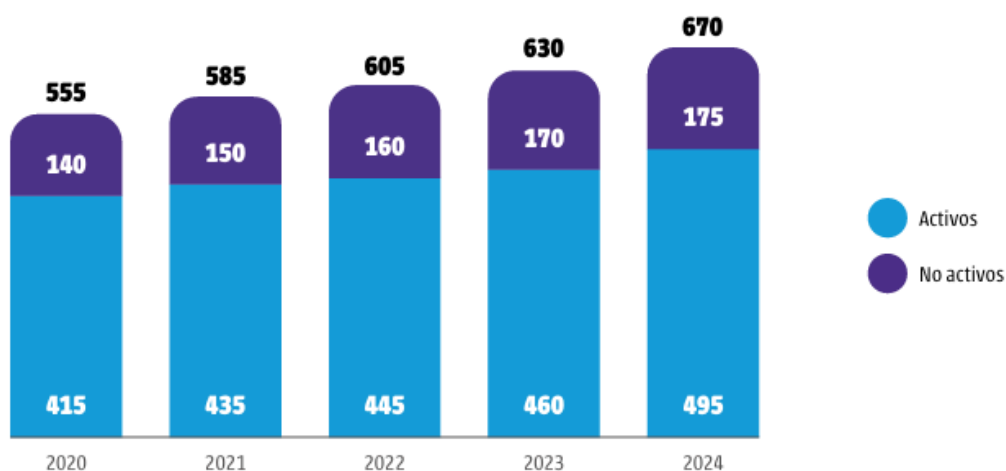
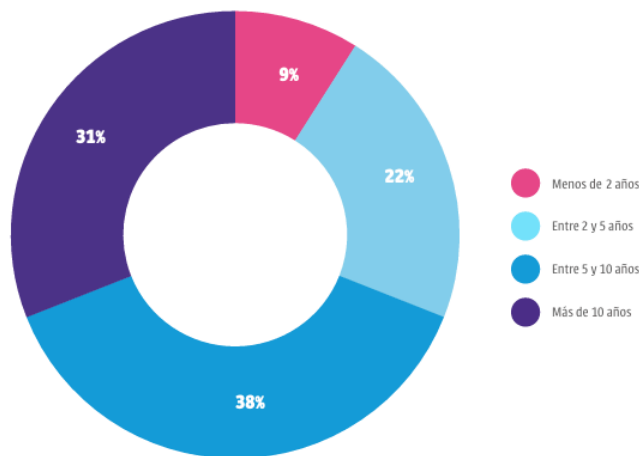


Figura 4: Evolució de les empreses en actiu i no actiu a tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)

També, cal destacar la longevitat dels estudis, on cada cop tenen més antiguitat. Els estudis d'entre **5 i 10 anys d'antiguitat** suposen el **69% de tot el sector estatal**. (Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2024)

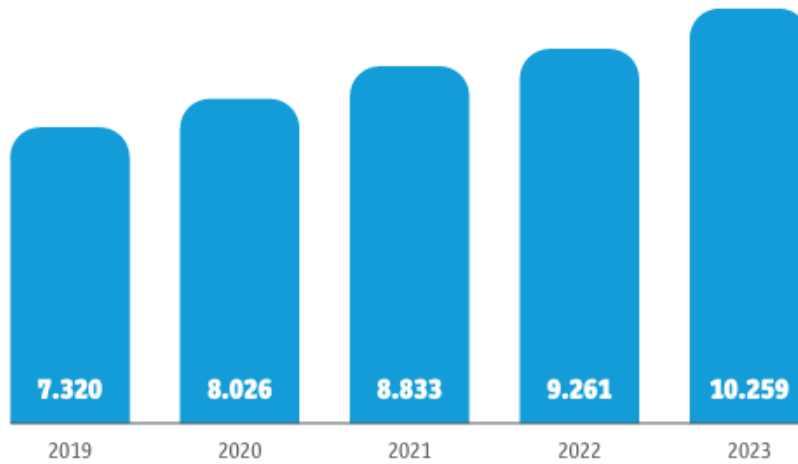
■ **Figura 4. Distribución de los estudios según su antigüedad**



*Figura 5: Distribució dels estudis segons la seva antiguitat tot l'Estat l'any 2024 -  
Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Pel que fa a professionals del sector, en les dades més recents de l'any 2023, es comptabilitza que en el sector del videojoc hi treballen, de forma directa, **10.259 persones en tot l'Estat** i, on **més del 50% d'aquest total es troba a Catalunya**. (Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2024)

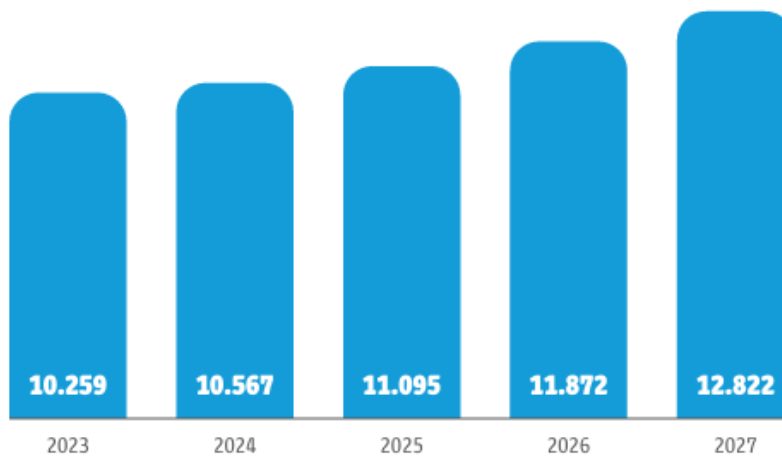
■ **Figura 16. Evolució del empleo en el videojuego español (2019-2023)**



*Figura 6: Evolució de l'ocupació en el sector dels videojocs en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Tanmateix, igual que la previsió de creixement de la facturació, també es preveu una desacceleració quant a la creació de llocs de feina. (Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2024)

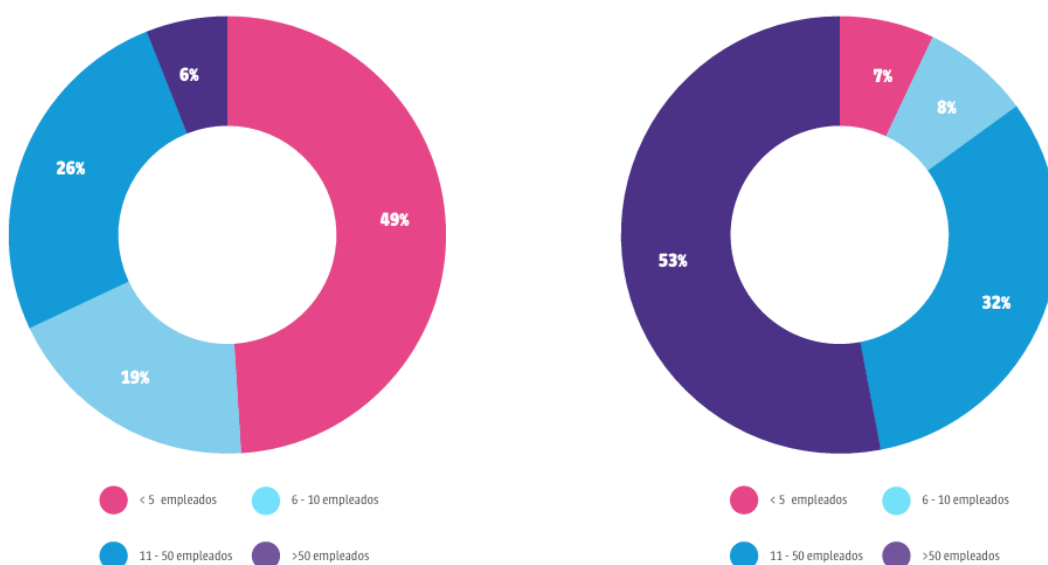
■ **Figura 17. Previsiones de crecimiento de empleo en el sector (2023-2027)**



*Figura 7: Previsió de l'ocupació en el sector dels videojocs en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Darrerament, segons el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024), pel que fa a la distribució de l'ocupació en funció de la mida de les empreses, es registra que més de la meitat del treball (53%) el generen empreses de més de 50 empleats. Així com és important assenyalar que les empreses que tenen menys de 5 treballadors, un 49% del total, suposen el 7% del total de l'ocupació en el sector.

■ **Figura 5 y 6. Distribución de las empresas según el número de empleados y distribución del empleo según el tamaño de la empresa**



*Figura 8: Distribució de les empreses segons el nombre d'empleats i distribució de l'ocupació segons la mida de l'empresa en tot l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Finalment, en l'àmbit de les fires i congressos envers el sector digital, tecnològic i del videojoc, Barcelona compta actualment amb nombrosos esdeveniments dedicats en aquest sector. A continuació, es farà una primera aproximació als diferents esdeveniments que tenen, o han tingut, lloc a la ciutat, relacionats amb aquesta indústria. Aquests seran classificats segons la seva tipologia de congrés, així com es farà una anàlisi inicial, seguint una sèrie de factors de les fires exposats prèviament en aquest treball, que vol servir com a referència de la situació actual a Barcelona pel posterior desenvolupament del treball.

## 2.2.1. Fires orientades al públic general (B2C)

### 2.2.1.1. Nice One Barcelona / Barcelona Games World

#### Descripció i format del congrés

Nice One Barcelona o N1B i, antigament coneguda com a Barcelona Games World era una fira anual de caràcter local dedicada als videojocs i els *e-sports*, de format B2C. La fira englobava tot l'entreteniment digital, oferint una àmplia varietat d'activitats. Algunes d'elles eren expositors de la indústria on es podien provar les darreres novetats, expositors de *merchandising*, espais dedicats a la realitat virtual, conferències i competicions en directe d'*e-sports*. Era una fira centrada a promocionar la indústria dels videojocs amb els consumidors i jugadors. (Fira de Barcelona, 2019)

La fira solia tenir lloc els darrers mesos de l'any, entre octubre i novembre, de forma anual.

#### Primera edició i evolució

La primera edició de la fira, i sota el nom de Barcelona Games World, va tenir lloc l'any 2016 i va ser organitzada per AEVI i Fira de Barcelona, en substitució de la Madrid Games Week. Aquesta va canviar de nom en l'edició del 2018 amb la sortida de l'organització per part d'AEVI i va passar a càrrec de Fira de Barcelona en solitari. Aquest canvi va venir impulsat pels seus organitzadors, que en paraules de **Josep Antoni Llapart**, director de N1B, "Es tracta d'una aposta estratègica per consolidar l'esdeveniment i ampliar-lo a altres àmbits de la indústria de l'entreteniment digital. Els patrons de consum dels joves i dels nadius digitals han canviat, i creiem que el futur passa per oferir al públic un espai d'experiències transmèdia." (Fira de Barcelona, 2019) La darrera edició del congrés anava a ser l'any 2020, però degut a la pandèmia de la COVID-19, fou cancel·lada i discontinuada la fira. (Fran García - Meri Station, 2019)

Tanmateix AEVI, va tornar a Madrid amb l'organització de nou de la Madrid Games Week de la mà d'IFEMA<sup>4</sup>. Aquesta va tenir dues edicions més, la de 2018 i 2019, igual que la Nice One Barcelona, però arran de la COVID, també es va discontinuar la fira. (AEVI, 2019)

### Mitjana d'assistents

En la seva primera edició el 2016, va comptar amb la participació de **121.980 assistents**, que va incrementar-se fins als **138.000** en l'edició del 2018 i el 2019 va tornar a les xifres de **120.000 visitants**. (Fira de Barcelona, 2019)

En ser una continuació de la Madrid Games Week, en les edicions anteriors al 2016, assolia una assistència al voltant de 56.000 persones. Fet que fa destacar que el trasllat a Barcelona va fer duplicar els números de públic. Tanmateix, quan en el 2018 es va tornar a realitzar aquesta fira a Madrid, va assolir números semblants de participació en els de Nice One Barcelona.

### Empreses i expositors participants

La fira comptava amb la presència de les grans empreses del sector d'aquell moment, entre elles destacava Xbox, Nintendo o Bandai Namco Enterntainemt. Així com de la Lliga Professional de Videojocs (LVP) o diferents *influencers*<sup>5</sup> del sector dels videojocs. (Fira de Barcelona, 2019)

### Recinte on té lloc

Inicialment, i durant les dues primeres edicions sota el nom de Barcelona Games World, es va realitzar al recinte Montjuïc de la Fira de Barcelona. En les edicions del 2018 i 2019 va canviar d'emplaçament i va passar a realitzar-se al recinte Gran Via de Fira Barcelona. Com s'ha mencionat abans en paraules del director de N1B, aquest

---

<sup>4</sup> **IFEMA** és el principal recinte firal i centre de convencions de Madrid, on se celebren fires, congressos i esdeveniments internacionals.

<sup>5</sup> Un **influencer** és una persona amb una gran presència i seguiment a les xarxes socials, capaç d'influir en les opinions i decisions del seu públic, especialment en àmbits com la moda, la tecnologia o els videojocs.

canvi d'ubicació de la fira responia a ampliar el que la fira oferia i, anar més enllà del videojoc. (Fran García - Meri Station, 2019)

### Impacte sobre la ciutat

De la fira no han transcendit xifres econòmiques de l'impacte que hagi pogut tenir en la ciutat, més enllà del nombre de visitants. El que sí que es pot dir, és que era un esdeveniment que s'estava consolidant, però a causa de la pandèmia, es va capgirar tot. També es pot dir que ha estat el major esdeveniment de videojocs celebrat a Barcelona, Catalunya i a tot l'Estat.

#### 2.2.1.2. Saló del Gaming (SAGA)

##### Descripció i format del congrés

El Saló del *Gaming*, també conegut com a SAGA, és una fira local enfocada al sector i la indústria del videojoc català, així com a promoure el videojoc en aquesta llengua. Aquest saló és organitzat per la Plataforma per la Llengua i compta amb el suport institucional de diferents Departaments de la Generalitat de Catalunya. És una fira que reuneix anualment als diferents agents implicats en el videojoc català com són professionals, estudis emergents, jugadors, universitats i centres docents. (Plataforma per la Llengua, 2024)

##### Primera edició i evolució

Aquest saló porta tres edicions celebrant-se de forma anual des de l'any 2022. En la segona edició del 2023 va passar de durar dos dies fins a tres, mantenint-se en l'actualitat aquesta durada d'un cap de setmana. (Plataforma per la Llengua, 2024)

La fira sol tenir lloc en els mesos de novembre o desembre, de forma anual.

##### Mitjana d'assistents

Segons les dades publicades, en la primera edició va comptar amb una participació de **3.500 visitants** i en la segona edició va duplicar xifres arribant als **7.000 assistents**. (Plataforma per la Llengua, 2024)

### Empreses i expositors participants

En la seva edició més recent, el 2024, el saló va comptar amb la participació de més de **70 expositors** diferents. En aquesta edició s'inclouïen estudis de videojocs, *e-sports*, associacions relacionades amb els videojocs, centres formatius i universitats, institucions i, per primera vegada, artistes del sector que van conformar un *artist alley*<sup>6</sup>. També, en aquesta fira se celebren els **Premis SAGA**, que premien els videojocs i professionals desenvolupats en català amb la intenció de promoure el sector en aquesta llengua. (Plataforma per la Llengua, 2024)

### Recinte on té lloc

En les tres edicions del SAGA, s'ha celebrat en el recinte firal de La Farga de l'Hospitalet de Llobregat. Aquest recinte disposa de 8.500 metres quadrats. En la primera edició, el saló va ocupar-ne 4.500 i, partir de la segona, va ocupar-ne gairebé la seva totalitat, arribant als 7.000 metres quadrats d'espai expositiu. (Plataforma per la Llengua, 2024)

### Impacte sobre la ciutat

Del saló no han transcendit xifres econòmiques de l'impacte que hagi pogut tenir en la ciutat, més enllà del nombre de visitants.

#### 2.2.1.3. RetroBarcelona

### Descripció i format del congrés

RetroBarcelona és una fira de dimensió petita i local enfocada als videojocs clàssics dels anys 80 i 90. És organitzada per l'Associació Cultural Retro Barcelona i és un esdeveniment sense ànims de lucre. El que busca l'organització és preservar, a la vegada que celebrar i reviure, els videojocs *arcade*<sup>7</sup>; oferint de nou l'oportunitat de jugar-hi en aquests amb les seves consoles originals. És un esdeveniment molt proper i familiar que pretén reunir a la comunitat de jugadors retro per compartir i reviure experiències de dècades enrere. (RetoBarcelona, 2025)

<sup>6</sup> **Artist Alley** és un espai on artistes independents exposen i venen les seves il·lustracions, còmics, productes fan-made i altres creacions relacionades amb la cultura pop i els videojocs.

<sup>7</sup> **Arcade**, en el context dels videojocs, és un tipus de joc caracteritzat per una mecànica simple, acció ràpida i partides curtes, sovint dissenyat inicialment per a màquines recreatives.

### Primera edició i evolució

La primera edició de RetroBarcelona va tenir lloc l'any 2013 en un espai cedit de la Barcelona Developers Conference. Així va ser també en l'edició del 2014, però en l'any 2015 l'associació organitzadora va continuar la fira en solitari. No va ser fins a l'any 2016, que va tornar a integrar-se en una altra fira, com va ser el cas de la Barcelona Games World i la posterior Nice One Barcelona el 2018 i 2019. Degut a la pandèmia, la fira no es va poder realitzar des del 2020 fins al 2023 on es va recuperar. Amb la Nice One Barcelona cancel·lada, de nou, l'associació organitzadora ha hagut de continuar la fira en solitari fins a l'edició d'enguany, on celebrarà el seu desè aniversari. (RetoBarcelona, 2025)

### Mitjana d'assistents

En la seva primera edició va comptar amb una bona xifra d'assistents, **6.000** per ser més concrets. En la seva tercera edició el 2015, va arribar fins als **9.000 jugadors**. Els anys 2016, 2017, 2018 i 2019, va comptar amb les xifres d'assistència del Barcelona Games World i Nice One Barcelona que rondaven les 120.000 persones. L'any 2023, les xifres d'assistència van tornar a ser les prèvies a l'any 2016, en aquest cas, al voltant de les **6.000 persones**. (RetoBarcelona, 2025)

### Empreses i expositors participants

L'esdeveniment compta amb diferents àrees d'exposició de consoles i videojocs antics, així com diferents espais de joc per poder tornar a jugar diversos jocs *arcades*. Durant la fira, també es disputen diferents competicions amateurs d'aquests videojocs. (RetoBarcelona, 2025)

### Recinte on té lloc

La fira ha patit nombrosos canvis d'ubicació degut a les seves petites dimensions i integració en altres fires més grans. En els seus inicis, el 2013 i 2014, va tenir lloc al Disseny Hub de Barcelona, en un espai de 600 metres quadrats. L'any 2014 va duplicar la seva dimensió fins a arribar als 2.000 metres quadrats en el Museu Marítim de Barcelona. Des de l'any 2016 i fins al 2019, va tenir lloc en un espai de 6.000 metres

quadrats dels recintes firals de Montjuïc i Gran Via de la Fira de Barcelona. A partir de l'edició de 2023, va tenir lloc a la Farga de l'Hospitalet de Llobregat, ocupant gran part del recinte. (RetoBarcelona, 2025)

### Impacte sobre la ciutat

De la fira no han transcendit xifres econòmiques de l'impacte que hagi pogut tenir en la ciutat, més enllà del nombre de visitants. Però, RetroBarcelona s'ha anat consolidant com una fira de referència del videojoc *arcade* en l'àmbit estatal, fins al 2023 on va rebre el premi a millor fira de videojocs *arcades*. (RetoBarcelona, 2025)

## 2.2.2. Fires orientades a professionals (B2B)

### 2.2.2.1. Gamelab

#### Descripció i format del congrés

Gamelab és una conferència i fòrum de nivell internacional en el qual es reuneixen experts econòmics així com professionals de la indústria del videojoc i de l'entreteniment digital. És un esdeveniment, sense ànim de lucre, de format clarament B2B amb l'objectiu de servir com a espai de trobada per fer *networking*, conferències, *workshops*, i ponències enfocades a promoure la innovació i dinamitzar el sector del videojoc a l'Estat i en l'àmbit internacional. (Gamelab, 2025)

#### Primera edició i evolució

La primera edició d'aquesta conferència va tenir lloc l'any 2005 a Gijón. Anys més tard, va canviar la seu per Barcelona, l'any 2015, la qual va ser la seu de Gamelab fins a l'any 2023. Des de, 2024 i, fins a l'actualitat, el fòrum té lloc a Nejar, Màlaga, sota el nom de **Gamelab Nexus**. Des dels seus inicis i fins a l'actualitat, s'ha consolidat com espai de trobada d'experts del sector del videojoc, reconegut a nivell internacional. (Dan Pearson - Games Industry, 2016)

### Mitjana d'assistents

No s'han fet públiques dades de participació de les diferents edicions, encara que es calcula que a l'edició de 2015 van assistir al voltant de les 1.000 persones, entre les quals destaquen diferents empreses així com experts i ponents de renom mundial. (Digital Meets Art, 2015) Tanmateix, una altra dada publicada el 2023, exposa la participació de 120 professionals en l'edició d'aquell any. (Barcelona Activa, 2023)

### Empreses i expositors participants

En l'edició més recent feta a Barcelona l'any 2023, va comptar amb la participació de més de **250 empreses del sector dels videojocs**, així com amb més de **120 convidats nacionals i internacionals** en **67 activitats diferents** durant tot l'esdeveniment. (Barcelona Activa, 2023)

### Recinte on té lloc

Gamelab 2023, l'edició més recent feta a Barcelona, va comptar amb **cinc seus diferents**: l'edifici MediaTIC, el Palau de la Música Catalana, l'edifici Barcelona Tech City, Pier 01 - Tech Barcelona i, les oficines de IO Interactive. (Barcelona Activa, 2023)

### Impacte sobre la ciutat

Encara que mai han transcendit dades econòmiques sobre l'impacte directe de l'esdeveniment en la ciutat de Barcelona, sí que es pot dir que aquesta conferència ha estat un dels factors clau per consolidar Barcelona, i l'Estat, com un hub i pol d'atracció de la indústria del videojoc. Així mateix, destaca en una entrevista, l'any 2016, **Ivan Fernández Lobo**, fundador de Gamelab dient "Des del 2005, any en què vam iniciar Gamelab, el nombre d'empreses de videojocs a Espanya s'ha multiplicat per 8." Continua, "La nostra organització ha treballat molt estretament amb els governs espanyol i català per fer créixer la indústria local", diu. "Hem construït una reputació social per al sector, hem inspirat iniciatives acadèmiques, hem obert finestres de visibilitat per a empreses i projectes espanyols arreu del món, i hem impulsat l'augment del suport públic i la creació de les principals associacions de videojocs a Espanya. Això va ser difícil, especialment en la relació amb el fort lobby del sector de la

distribució local, que fins aleshores era l'única cara visible de la indústria. Ara, afortunadament, el govern reconeix la diferència entre el que és un mercat i els interessos dels distribuïdors, i l'interès i el potencial de desenvolupar un sector que atrau inversions i genera valor i talent per al país." (Dan Pearson - Games Industry, 2016)

#### 2.2.2.2. Pocket Gamer Connects (PGC)

##### Descripció i format del congrés

*Pocket Gamer Connects o PGC*, és un conjunt de conferències internacionals B2B sobre la indústria global del videojoc. L'objectiu principal de l'esdeveniment és connectar i fomentar la relació entre professionals de tot el sector del videojoc, ja sigui PC, mòbil, consola, realitat virtual, intel·ligència artificial o, fins i tot, *blockchain*<sup>8</sup>. (PGC, 2025)

##### Primera edició i evolució

Aquesta sèrie de conferències fa **10 anys que es realitzen** a diferents indrets i localitats del món. El 2024, van tenir lloc diferents conferències d'aquestes a San Francisco, Londres, Hèlsinki, Dubai i Jordània.

Des dels seus inicis, han tingut lloc **49 conferències** en total en **11 ciutats diferents**. (Enthusiast Gaming, 2025)

##### Mitjana d'assistents

Encara que no hi ha dades oficials d'assistència per cadascuna d'aquestes conferències, sí que hi ha dades totals que mostren xifres de més de **55.000 assistents** de més de **70 països**. Així com d'haver facilitat més de **100.000 reunions de negocis**.

Per l'edició d'enguany a Barcelona, s'esperen **1.000 professionals** de la indústria. (Enthusiast Gaming, 2025)

---

<sup>8</sup> El **blockchain** és una tecnologia que garanteix seguretat, transparència i immutabilitat en les transaccions digitals.

### Empreses i expositors participants

En les conferències de Pocket Gamer Connects sempre hi participen gran varietat d'empreses com professionals, des de desenvolupadors, *publishers*, inversors... Per l'edició 2025 a Barcelona, s'esperen més de 100 ponents professionals de la indústria en més de 15 conferències diferents. Així com competicions de *pitching* o zones de *networking*. (PGC, 2025)

### Recinte on té lloc

El lloc on se celebrarà la conferència de PGC a Barcelona aquest 2025 és a l'hotel Hyatt Regency Barcelona Tower durant els dies 3 i 4 de juny. (PGC, 2025)

### Impacte sobre la ciutat

Tot i que encara no s'ha celebrat l'edició 2025 a Barcelona, s'espera aquesta sèrie de conferències segueixi donant impuls a la ciutat i el seu hub tecnològic i del videojoc. Contribuint en tancar acords amb agents internacionals així com a servir de plataforma per la indústria local en l'àmbit B2B. (Enthusiast Gaming, 2025)

## 2.2.2.3. Mobile World Congress (MWC)

### Descripció i format del congrés

El Mobile World Congress o MWC, organitzat per Groupe Speciale Mobile Association o GSMA, és el congrés de telefonia mòbil més gran del món. Tanmateix, és l'esdeveniment digital i tecnològic més gran actualment que se celebra a Barcelona. Aquesta fira està dedicada principalment al món de les telecomunicacions i en les seves darreres tendències com el 5G o la intel·ligència artificial. Està enfocada principalment al format B2B i serveix com a espai de trobada i *networking* de milers de professionals del sector d'arreu del món. (Telefònica - Web Oficial, 2025)

### Primera edició i evolució

L'origen de la fira té lloc a Brussel·les, Bèlgica l'any 1979, amb una primera conferència amb el nom de *Pan Europe Digital Radio*. Aquesta fira de telefonia mòbil ha anat evolucionant fins al 1990 on va canviar de nom a *GSM World Congress*, amb un format

més similar a l'actual. L'any 1996 i fins al 2006 va establir-se a Cannes, França. A partir del 2006 i, fins a l'actualitat, Barcelona és l'amfitriona d'aquest congrés. (Telefònica, 2025)

La fira sol tenir lloc entre els mesos de febrer i març de forma anual.

#### Mitjana d'assistents

En la seva edició més recent, l'edició 2025 va comptar amb una assistència de més de **109.000 assistents de 205 països** diferents. Aquestes xifres suposen un increment respecte a l'anterior edició, on 101.000 persones van visitar la fira. (MWC, 2025)

#### Empreses i expositors participants

L'edició del 2025 va comptar amb més de **2.900 expositors, patrocinadors i socis**. A més de **1.200 ponents**, dels quals un **41% foren dones**. En aquesta edició també es va disposar d'un espai per la indústria emergent i startups, l'anomenat **4YFN**. Va rebre més de 1.000 expositors, prop de 380 ponents i, més 900 inversors. (MWC, 2025)

#### Recinte on té lloc

El MWC té lloc anualment al recinte Gran Via de Fira de Barcelona, on compta amb una superfície total de **240.000 metres quadrats** distribuïts en **8 pavellons**. A més a més, està prevista una ampliació de **60.000 metres quadrats més** per l'any **2026** per augmentar la capacitat del MWC. En el cas del MWC 2025, va **ocupar la totalitat** del recinte firal. (Fira Barcelona, 2025)

#### Impacte sobre la ciutat

L'edició d'enguany també ha deixat un impacte econòmic en la ciutat de Barcelona de **550 milions d'euros**. On es van generar més de **9.200 contractes de treball temporal**. (Yael Carrasco - RTVE, 2025)

#### 2.2.2.4. Integrated Systems Europe (ISE)

##### Descripció i format del congrés

L'Integrated Systems Europe o ISE, és la major fira d'arreu del món dedicada al sector de la indústria de l'audiovisual i els sistemes integrats. De la mateixa manera que el MWC, és una fira enfocada al B2B que reuneix a milers de professionals del sector i serveix per presentar novetats del sector així com establir relacions i contactes comercials. Com qualsevol fira B2B, s'especialitza a oferir conferències, demostracions de nous productes i zones de *networking*. Algunes de les activitats més destacades són el *Robotics* i *Drone Arena*, espais dedicats a les últimes novetats de la indústria. (KNX Today, 2025)

Després del MWC, és la fira tecnològica més important que se celebra a Barcelona.

##### Primera edició i evolució

L'ISE té origen l'any 2004 a Ginebra, Suïssa, on es va celebrar la primera edició amb 120 expositors i 2.500 visitants. Tot seguit, la fira va ser traslladada a Amsterdam, Països Baixos, on romangué fins al 2021, quan de nou es va traslladar i, s'ha mantingut, a Barcelona. Tots dos canvis de seu van venir derivats de la voluntat de continuar augmentant la capacitat del congrés. (ISE, 2025)

La fira sol tenir lloc en el mes de febrer de forma anual.

##### Mitjana d'assistents

En la seva edició, més recent, l'ISE va rebre fins a **86.351 assistents de 168 països** diferents. Aquesta xifra suposa un increment d'assistents del 15,5% respecte a l'any anterior, així com un **33,7% van visitar per primer cop el congrés**. Dels 86.351 assistents, 61.882 van ser visitants, 22.758 personal dels expositors i 711 personal de comunicació. (ISE, 2025)

### Empreses i expositors participants

L'edició 2025 va comptar amb **1.605 expositors**, marcant una xifra rècord. Durant els dies de l'esdeveniment van tenir lloc 572 xerrades, 498 ponències i 2.702 trobades individuals. (ISE, 2025)

### Recinte on té lloc

L'ISE té lloc anualment al recinte Gran Via de Fira de Barcelona, on compta amb una superfície total de **240.000 metres quadrats** distribuïts en **8 pavellons**. L'edició del 2025 va ocupar un total de 92.000 metres quadrats, repartits en 75.164 metres quadrats en expositors i 16.836 metres quadrats en zones de conferències i altres serveis. (ISE, 2025)

### Impacte sobre la ciutat

Segons dades de 2024, l'edició d'aquell any de l'ISE va generar 468 milions d'euros d'impacte econòmic en la ciutat de Barcelona. El que suposava un increment del 21% respecte a l'edició de 2023. (EFE, 2024)

## **2.2.3. Fires híbrides (B2C + B2B)**

### **2.2.3.1. BCN Game Fest / Indie Dev Day**

#### Descripció i format del congrés

El BCN Game Fest, on en darreres edicions era coneguda com a Indie Dev Day, és la fira de videojocs independent més gran de l'Estat i de les més importants a Europa. És una fira sense ànim de lucre que pretén servir d'espai per a professionals, desenvolupadors i fans d'aquest tipus de videojocs. Aquest esdeveniment ofereix un gran espai pel B2C, amb expositors, tallers i zones de joc, així com un espai reservat al B2B amb zones de *networking*, conferències i entregues de premis. (Indie Dev Day, 2025)

#### Primera edició i evolució

Aquesta fira ha realitzat un total de set edicions, on la primera va tenir lloc l'any 2018. Sempre ha estat un esdeveniment presencial, exceptuant l'any 2020, que arran de la

pandèmia de la COVID-19, va passar a format en línia. En les edicions posteriors va recuperar la presencialitat. També des del seu inici, el 2018 i, fins a l'edició del 2022, ha estat una fira d'entrada gratuïta. L'any 2023, amb el salt qualitatiu i canvi d'ubicació, l'entrada va començar a ser de pagament, encara que a un cost molt reduït. (Indie Dev Day, 2025)

Al llarg dels anys, la fira ha anat creixent, tant en espai com en públic assistent. El 2018 va començar com un espai dels aficionats als videojocs *indies* i, amb el temps ha anant aglutinant a més empreses del sector independent així com a estudis emergents. En la seva edició més recent, l'any 2024, també van participar estudis més professionals com Larian Studios o Gameloft Barcelona. Aquesta fita ha fet que l'edició d'enguany del 2025, es concebi d'una altra forma.

Primerament, pel canvi de nom a BCN Game Fest i, encara que la ubicació de la fira no canviï, sí que es vol fer un altre salt qualitatiu i comptar amb més projecció i, presència, internacional. Vol ser una fira completa i consolidar-se amb la indústria del videojoc. Segons paraules del director de la fira, Daniel Santigosa, “al llarg dels anys, hem vist com el nostre esdeveniment ha crescut i s’ha professionalitzat, al mateix temps que molts dels nostres assistents han fet el salt creant els seus propis estudis o signant acords amb *publishers*. Igual que ells, hem crescut, arribant a un públic internacional. El nostre objectiu és consolidar-nos com un punt de trobada clau per a la indústria del videojoc en totes les seves àrees, oferint un espai per a cada actor del sector i contribuint a enfortir el seu ecosistema.” (Marc Angrill - Ludica, 2025)

En l'edició del 2025, es pretén oferir noves oportunitats, per tots els agents del sector, empreses, professionals i jugadors. On la fira comptarà amb quatre àrees especialitzades en B2B, B2C, xerrades i conferències i, nou espai B2S (*Bussines to*

*Services*) per experts en serveis relacionats amb els videojocs com són el QA<sup>9</sup> i *porting*<sup>10</sup>, entre d'altres. (Cultura Digital, 2025)

### Mitjana d'assistents

En la primera edició celebrada l'any 2018, va rebre una xifra estimada de **1.500 visitants**. Després de la pandèmia, l'any 2022 va arribar als **4.300 assistents** i, la més recent, l'any 2024, fins als **15.000 visitants i 2.200 professionals**. (Indie Dev Day, 2025) (Damian Gaceck - Game Pressure, 2024)

### Empreses i expositors participants

BCN Game Fest, va començar sent una petita fira que servia com a punt de trobada per tots aquells aficionats dels videojocs indecents, però al llarg dels anys ha anat creixent i incorporant a més agents del sector. En l'edició del 2019 va comptar amb **36 estudis de videojocs i 46 jocs indies**. (Indie Dev Day, 2025)

En l'edició més recent, la de 2024, va comptar amb la presència de **més de 200 jocs** presentats per més de **170 estudis diferents**, marcant com una xifra rècord de l'esdeveniment. També la fira s'ha transformat i ha potenciat cada cop més l'espai de B2B amb zones dedicades al *Meet2Match* així com zones de *networking*. Així com nous espais pel *merchandising* de videojocs i artistes. (Damian Gaceck - Game Pressure, 2024)

### Recinte on té lloc

Les primeres edicions de la fira, 2018 i 2019, va tenir lloc al Canòdrom de Barcelona amb un espai de 2.300 metres quadrats. Les edicions del 2021 i 2022 van tenir lloc a les Cotxeres de Sants amb un espai de 5.000 metres quadrats. I des de 2023 i fins a

---

<sup>9</sup> **QA** (*Quality Assurance*) és el procés de garantir la qualitat d'un producte, en aquest cas un videojoc, mitjançant proves i revisions per detectar errors, millorar-ne el rendiment i assegurar que compleixi els estàndards abans de ser llançat.

<sup>10</sup> **Porting** és el procés d'adaptar un videojoc perquè funcioni en una plataforma diferent de l'original, com ara passar-lo de PC a consola o a dispositius mòbils, mantenint-ne la funcionalitat i experiència de joc.

l'actualitat s'ha realitzat al recinte de La Farga de L'Hospitalet de Llobregat, amb un espai firal de 8.500 metres quadrats. (Indie Dev Day, 2025)

### Impacte sobre la ciutat

Encara que mai han transcendit dades econòmiques sobre l'impacte directe de l'esdeveniment en la ciutat de Barcelona, es pot dir que és un esdeveniment que s'ha consolidat en la ciutat i en la seva indústria. Una fira que ha impulsat en els darrers anys el sector del videojoc independent en l'àrea metropolitana així com en la resta de l'Estat. Una xifra que demostra el potencial d'aquesta fira són les reunions de negocis realitzades en l'edició 2024, arribant al número de **1.100 reunions**.

Així doncs, caldrà veure si, amb el renom de la marca a BCN Game Fest, s'aconsegueix convertir en una fira de més grans dimensions, que aglutini a més agents de la indústria, tant estatal com internacional i, com evoluciona. (Marc Angrill - Ludica, 2025)

## 2.3. Context final

En aquest apartat [2. Contextualització](#) s'ha pogut veure quin és el **context actual** de les **fires tecnològiques i del videojoc actuals**. Des de quin fou el seu origen fins a l'actualitat, quines tipologies de congressos existeixen i quin impacte tenen, així com quina ha estat la relació de Barcelona amb aquest tipus de fires.

S'ha pogut veure que la ciutat comtal ha estat seu d'aquest tipus d'esdeveniments des de fa un parell de dècades. Amb fires de tota mena així com de totes les dimensions, on algunes d'elles van anar de l'èxit fins a la seva cancel·lació, altres van comptar amb molt poques edicions i, d'altres més recents que van creixent de forma més cautelosa. On també s'ha pogut comprovar quin ha estat el seu paper amb la indústria i la ciutat, depenen del moment.

Així doncs, aquest projecte vol plantejar **continuar analitzant els factors d'èxit i fracàs** d'aquestes fires, **afegint informació** en aquesta recerca **a través d'entrevistes a**

---

**diferents personalitats** i agents que han fet possible aquestes fires. I veure, quines possibles mancances poden tenir i quins poden ser els factors de millora.

### 3. Gestió del projecte

El treball que es planteja, és un treball de grans dimensions el qual s'ha de limitar molt bé l'abast en funció del temps que es disposa per dur-lo a terme. És per això, que s'ha diferenciat clarament les tasques a fer per tal de complir satisfactòriament els objectius generals plantejats.

Primerament, s'estudiarà quin és el procés i com es duu a terme un congrés o fira internacional, el qual es documentarà. Aquests coneixements volen servir com a base per la redacció de la proposta estratègica de com s'hauria de desenvolupar una hipotètica fira.

Seguidament, es farà un estudi de les fires de videojocs que s'han realitzat a Barcelona, per així redactar quins han estat els seus factors d'èxit i quins motius han portat a la cancel·lació d'altres. Aquests coneixements volen servir com a referència per l'elaboració de la proposta estratègica per tal que no es tornin a cometre possibles errors, o evitar-los en la mesura del possible.

De la mateixa manera que l'estudi local, es farà una anàlisi i documentació comparativa amb altres fires de videojocs de l'àmbit internacional i, veure, quins han estat també els seus factors d'èxit i fracàs per tenir-los també en compte en l'elaboració de la proposta estratègica.

Posteriorment, es farà una comparativa amb Barcelona amb els recursos de què disposa, infraestructures, agents clau del sector, costos i potencials beneficis, així com el possible suport institucional.

Finalment, s'explorarien possibles innovacions i s'analitzaria en una DAFO la competitivitat de Barcelona per la celebració d'una possible fira. I acabaria amb l'elaboració de la proposta estratègica adient per Barcelona.

Per la validació de la proposta, es pretén contactar i entrevistar amb agents del sector i institucions, que valorin l'informe resultant i les possibles millores a fer. I finalitzar amb les conclusions del treball així com de l'objectiu final de si Barcelona és a l'altura de dur a terme un congrés de videojocs de certes característiques.

Tasca	Dificultat	Temps estimat
<b>Estudi procés d'organització d'una fira</b>	MIG	2-3 setmanes
<b>Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona</b>	MIG	2 setmanes
<b>Estudi de fires de videojocs de nivell internacional</b>	DIFÍCIL	3 setmanes
<b>Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures</b>	MIG	2 setmanes
<b>Proposta estratègica</b>	DIFÍCIL	2 setmanes
<b>Validació</b>	MIG	1 setmana
<b>Conclusions</b>	FÀCIL	1 setmana

*Taula 2: Planificació temporal preliminar - Diagrama de Gantt*

### 3.1. DAFO

Un cop llistat el procés de desenvolupament del treball, cal saber quines són les oportunitats i amenaces que ofereix el treball. Tanmateix, identificar de què soc capaç i de què no soc capaç de fer.

És vital, per un projecte com aquest, conèixer-me a mi mateix, així com el meu entorn, per establir les expectatives del projecte i els seus límits. Per això, la taula DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats) és un element clau a analitzar i tenir en compte a l'hora de començar un treball.

	<b>Positius</b>	<b>Negatius</b>
<b>Origen Intern</b>	<p><b>Fortaleses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Molta iniciativa personal</li> <li>- Coneixements previs en temes d'organització i gestió de projectes</li> <li>- Bona organització</li> <li>- Habilitat comunicativa i facilitat per establir contactes</li> </ul>	<p><b>Debilitats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta d'experiència en investigació</li> <li>- Massa perfeccionista</li> <li>- Falta d'experiència en anàlisi econòmica</li> </ul>
<b>Origen Extern</b>	<p><b>Oportunitats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Àrea no explorada</li> <li>- Ajuda externa d'experts i professionals d'aquesta àrea</li> <li>- Barcelona, ciutat de congressos i hub audiovisual, tecnològic i innovació</li> </ul>	<p><b>Amenaces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependència de fonts i dades externes</li> <li>- Manca d'informació pública sobre organització de fires</li> </ul>

Taula 3: Anàlisi DAFO

## 3.2. Riscos i pla de contingències

Els possibles riscos identificats d'aquest projecte, així com les seves corresponents solucions, es presenten a continuació, ordenats de menor a major importància:

Risc	Solució
Falta de fonts d'informació o dades actualitzades.	Diversificació de fonts de recerca, així com entrevistes a agents del sector.
Dificultat per accedir a dades concretes de pressupostos o impactes econòmics de congressos.	Contacte amb organitzadors o institucions públiques locals per sol·licitar dades o estudis anteriors.
Biaix en la comparació entre ciutats o congressos per manca d'informació homogènia	Definir criteris comuns i transparents d'anàlisi per assegurar una comparabilitat objectiva entre casos.
Risc de plantejar una proposta poc realista per Barcelona per desconeixement d'aspectes legals, logístics o institucionals	Assessorar-se amb experts o entitats que organitzen esdeveniments a la ciutat.
Dificultat per contactar professionals del sector.	Planificació dels possibles professionals i experts a contactar amb temps. Així com buscar altres perfils del sector semblants.
Falta de temps per completar el projecte.	Establir un bon calendari de treball amb fites clares.
Dificultats en la redacció i/o estructuració	Fer una bona planificació de l'índex del treball i demanar <i>feedback</i> constant
Risc que el TFG perdi el focus i es converteixi en un estudi massa ampli o dispers	Mantenir una estructura clara amb objectius concrets i revisar sovint amb el tutor o directora del TFG.

Taula 4: Riscos i pla de contingències

## 3.3. Anàlisi inicial de costos

Es preveu un temps de desenvolupament de cinc mesos per a aquest treball compresos entre els mesos de febrer i juny de 2025. Per dur a terme aquest projecte, es farà una anàlisi inicial de costos d'un total de 800 hores, el que equivaldria a 40 hores la setmana durant aquests cinc mesos. Aquest treball serà desenvolupat per una única persona, per la qual cosa es tindrà en compte la quota d'autònom.

Per calcular el sou corresponent, s'ha fet una recerca prèvia de quin seria perfil professional que desenvoluparia aquest projecte, el qual seria un organitzador d'esdeveniments. Aquest perfil professional sol tenir una remuneració anual mitjana a Barcelona de 30.000 euros segons portals com InfoJobs. Tanmateix, també s'ha comptabilitzat la quota mitjana d'autònom actual a l'estat que és de 452 euros (la quota mínima és de 314 € i màxima de 590 €).

Per altre costat, també s'han sumat els costos del *hardware* necessari per desenvolupar el projecte, tant ordinador com micròfons portàtils per fer entrevistes i, el cost dels desplaçaments per fer-les. Per aquests desplaçaments, s'utilitzarà dues T-Jove, que tenen una durada de 3 mesos cada una, amb viatges il·limitats en transport públic en tota l'àrea metropolitana (no es preveu fer desplaçaments més enllà). El *software* que s'utilitzarà és gratuït i, per tant, no s'ha comptabilitzat.

		Despeses	Amortització (mesos)	Import ANUAL	Import MENSUAL	Quantitat	TOTAL
SOU	Salari Base Brut			30.324,00	2.166,00	1	2.166,00
	Quotes Autònoms				330,00	1	330,00
HARDWARE	Ordinador + Perifèrics	758,00	48		15,79	1	15,79
	Micròfons portàtils	25,00	5		5,00	1	5,00
ALTRES	Electricitat				50,00	1	50,00
	Telefonia				80,00	1	80,00
	Desplaçaments				70,00	1	70,00
TOTAL MENSUAL	2.716,79	euros		Dedicació mensual (h)	160	hores/mensuals	
				Preu/Hora	16,98	euros/hora	
				Hores de dedicació	800	hores	
				IMPORT TOTAL	13.583,96	euros	

Fig. 4: Anàlisi inicial de costos

## 4. Metodologia

Pel desenvolupament d'aquest treball, s'utilitzaran tres tipus de metodologia: qualitativa, quantitativa i inductiva.

S'utilitzarà una metodologia qualitativa per la recerca d'informació, de primera mà, a través d'entrevistes a diversos agents del sector del videojoc així com públic assistent a fires d'aquesta tipologia. També es farà recerca a través d'estudis, informes i articles de professionals del sector i institucions. Aquesta informació servirà de base de coneixement per estudiar el procés d'organització d'una fira així com l'estudi de les fires de videojocs a Barcelona i d'altres internacionals.

Per altra part, s'utilitzarà una metodologia quantitativa per recaptar diversos tipus de dades que ajudin a comprendre millor l'impacte d'una fira o congrés. Algunes d'aquestes dades seran econòmiques, de recursos així com d'assistència. Aquestes dades s'utilitzaran com a font per justificar quina és la viabilitat de celebrar a Barcelona una fira de videojocs seguint unes característiques concretes.

Darrerament, la metodologia general utilitzada pel desenvolupament d'aquest projecte serà inductiva, ja que aquest treball partirà de l'anàlisi d'altres esdeveniments realitzats a Barcelona i en el món, s'estudiarà les seves característiques així com els factors d'èxit o fracàs i, s'utilitzaran com a referència per l'elaboració de la proposta estratègica per Barcelona.

Així doncs, per assolir l'abast del projecte, el treball s'ha dividit en set parts, les quals permetran una bona organització i estructuració de la recerca i, anàlisis. Les parts que contindrà aquest treball, són les següents:

- Estudi del procés d'organització d'una fira
- Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona
- Estudi de fires de videojocs de nivell internacional

- Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures
- Resultats i proposta estratègica
- Validació
- Conclusions

## 4.1. Estudi del procés d'organització d'una fira

L'objectiu d'aquesta primera part és analitzar i comprendre com s'organitza una fira i tots els punts que s'han de tenir en compte. D'aquesta manera, es podrà tenir d'una visió global de les dimensions, recursos i elements necessaris d'un congrés de videojocs. Per dur a terme aquesta primera etapa de recerca s'investigarà i analitzaran quins processos han seguit altres fires relacionades, així com s'intentarà establir contacte amb Fira de Barcelona, entitat de la ciutat organitzadora d'altres fires, per entrevistar-se i veure quins processos i organització segueixen per utilitzar-los com a referència en la proposta d'aquest treball. Els elements que es proposen a analitzar d'una fira o congrés són els següents:

- Fases de planificació
  - Concepció i objectius
  - Estudi de viabilitat
  - Planificació prèvia
  - Execució
  - Avaluació i millora
- Infraestructura i logística
  - Lloc de celebració
  - Equipament tècnic
  - Transport i allotjament
  - Normativa i permisos
- Finançament i patrocinis
  - Ingressos
  - Patrocinadors i col·laboradors

- Pressupost
- Màrqueting i comunicació
  - Estratègies de promoció
  - Relacions públiques
  - Venda d'entrades i inscripcions
- Experiència de l'assistent
  - Activitats i programació
  - Gestió de cues i accessos

## 4.2. Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona

Per aquesta segona fase de la recerca, s'estudiarà i analitzarà les fires fetes a Barcelona, relacionades amb els videojocs. Es revisaran els diferents elements que han fet possible la seva celebració. El que es proposa en aquest apartat és analitzar una fira per cada tipologia de congrés és a dir, una fira B2C, una B2B, així com una possible híbrida que barregi B2C+B2B. Per fer aquesta recerca, es consultaran diferents informes, articles així com entrevistes amb organitzadors dels esdeveniments en estudi. Per cada fira, s'analitzaran els següents elements, tenint en compte el que ja s'ha analitzat prèviament en la contextualització d'aquest treball, així com adaptant-se a cada una de les fires analitzades i la informació disponible:

- Història i evolució
  - Origen i creixement
  - Fites importants i canvis
- Format i model d'organització
  - B2B, B2C o híbrid.
  - Tipus d'activitats
  - Duració i periodicitat
  - Calendari
- Finançament i viabilitat econòmica
  - Model de finançament

- Costos i beneficis
- Empreses, expositors i públic
  - Nombre i tipus d'expositors
  - Assistència de públic i perfil dels visitants
- Infraestructura i logística
  - Recinte
  - Transport i mobilitat
  - Allotjament i serveis
- Impacte sobre la ciutat i mediambiental
  - Impacte econòmic
  - Impacte i responsabilitat social
  - Impacte mediambiental
- Màrqueting, Publicitat i Comunicació

### 4.3. Estudi de fires de videojocs de nivell internacional

De la mateixa manera que l'estudi local de fires, es farà una anàlisi i documentació d'altres fires de videojocs de l'àmbit internacional. El que es proposa en aquest apartat és també analitzar una fira per cada tipologia de congrés és a dir, una fira B2C, una B2B, així com una possible híbrida que barregi B2C+B2B. Per fer aquesta recerca, es consultaran diferents informes, articles així com entrevistes amb organitzadors dels esdeveniments en estudi. Per cada fira, s'analitzaran els mateixos elements que per les fires locals analitzades.

### 4.4. Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures

Un cop feta la recerca i estudi dels diferents elements dels congressos i fires locals i internacionals, es durà a terme de quina és la situació que es dona actualment a Barcelona. Es farà recerca dels diferents recursos, infraestructures i ecosistema d'empreses i professionals que hi ha actualment a la ciutat comtal. Per fer aquesta

recerca de dades, es consultaran diferents informes, articles, webs així com entrevistes amb agents del sector. Per fer anàlisis, s'estudiaran els següents elements de la ciutat:

- Infraestructura i Espais Disponibles
  - Recintes i pavellons
  - Capacitat i serveis
- Ecosistema de Videojocs a Barcelona
  - Empreses locals
  - Escoles i formació
  - Dinamitzadors de la indústria
  - Comunitat de desenvolupadors i jugadors
- Viabilitat Econòmica i Suport Institucional
  - Costos d'organització a Barcelona
  - Suport del sector públic i privat
  - Beneficis econòmics potencials
- Accessibilitat i Logística
  - Transport i connexions
  - Allotjament i serveis

## 4.5. Resultats i proposta estratègica

Un cop finalitzat el procés previ de recerca i d'anàlisis de tots els congressos locals i internacionals i, dels recursos de què disposa Barcelona així com l'estudi del seu ecosistema, es procedirà a la redacció dels resultats i proposta estratègica de fira de videojocs.

Per l'elaboració d'aquesta proposta, s'interpretaran totes les dades recaptades i es farà una comparativa amb les altres fires internacionals analitzades, per veure quins elements comparteix la ciutat així com quines mancances té. Tanmateix, es farà el plantejament si és viable i/o necessari la creació d'un nou congrés a Barcelona o bé, les

fires que actualment ja existeixen a la ciutat cobreixen totes les necessitats del sector o si són millorables en algun aspecte.

Es conclourà amb la identificació de quins són els factors clau que fan viable aquests tipus d'esdeveniments, una anàlisi DAFO de Barcelona i l'ecosistema de videojocs i, finalment, la proposta identitària per Barcelona.

## 4.6. Validació

Un cop elaborada la proposta estratègica per Barcelona, aquesta seguirà un procés de validació. Aquest procés seguirà una avaluació qualitativa, és a dir, es presentarà, un resum i les conclusions fetes, a diversos agents anteriorment entrevistats, en la mesura del possible, per tal de rebre *feedback* i quina és la seva percepció, com experts del sector (desenvolupadors, empreses i organitzadors de congressos) quant a viabilitat i possibles millores. Així com si l'informe i les conclusions, a les quals s'ha arribat, s'ajusten a la realitat que viu el sector actualment en l'àrea metropolitana de Barcelona.

Aquest *feedback* serà recollit i, en la mesura del possible, serà introduït en una nova versió d'aquesta proposta, així com de les conclusions d'aquest treball.

## 4.7. Conclusions

Darrerament, es redactaran les conclusions d'aquest treball. Aquestes conclusions tindran per finalitat, respondre si els objectius plantejats en un inici del projecte, s'han complert o bé hi ha hagut alguna mancança. Tanmateix, es reflexionarà de quin ha estat el procés de desenvolupament, si hi ha hagut canvis durant l'execució així com si ha estat el més idoni, quins canvis haguessin estat beneficiosos i, quines són les línies a futur d'aquest treball i de la proposta final resultant.

## 5. Desenvolupament del projecte

Aquest projecte s'ha realitzat seguint una metodologia mixta que combina la investigació documental i l'entrevista amb profunditat. Per un costat, en la part de la investigació documental, s'ha abordat mitjançant la consulta i la selecció de fonts bibliogràfiques de l'àmbit institucional, com notes de premsa i d'altres publicacions governamentals, de l'àmbit acadèmic, com articles i informes d'agents del sector, i d'altres publicacions i premsa més generalista.

Tanmateix, el projecte incorpora aportacions i d'altres reflexions recollides a partir de les entrevistes realitzades. S'ha volgut utilitzar aquesta metodologia per a aprofundir en l'anàlisi del sector del videojoc a Catalunya i, sobretot, per fer front a la manca de dades públiques detallades sobre l'organització de fires. Amb aquest mètode, ha permès tenir dades de primera mà que aportin rigorositat en el treball. Aquestes entrevistes han aportat diferents perspectives i visions del sector, provinents de diversos actors i agents rellevants de l'àmbit institucional, empresarial i consumidors.

Per un costat, s'han realitzat entrevistes durant l'assistència a l'Indie Dev Day 2024 de manera presencial, aquestes han tingut una durada aproximada d'entre 5-10 minuts. Posteriorment, s'han realitzat entrevistes en línia als diferents agents del sector, institucions, estudis i organitzadors de fires, aquestes han tingut una durada aproximada d'una hora. Totes les entrevistes han estat estructurades a partir d'un guió obert de preguntes que ha permès profunditzar sobre qüestions inicialment no plantejades i també sobre la trajectòria dels esdeveniments fets a Barcelona i Catalunya i, la seva experiència personal i de l'empresa en aquests. Així com les seves percepcions i opinions en relació amb la possibilitat de realitzar una gran fira del videojoc a Barcelona, així com de quin seria el model ideal per a la ciutat.

Totes les entrevistes s'han realitzat entre el setembre de 2024 i el juny del 2025. Aquestes han sigut gravades i posteriorment transcrites per a la seva anàlisi amb el *software* Riverside. Tanmateix, cal destacar que totes les persones entrevistades i que

han participat per a l'elaboració d'aquest treball, han donat el seu consentiment informat.

Com s'esmenta anteriorment, el treball recull el testimoni de diferents agents i actors rellevants del sector dels videojocs a Barcelona i Catalunya, així com de les fires que realitzen en l'actualitat. Les primeres entrevistes realitzades han estat en l'Indie Dev Day 2024, els expositors i desenvolupadors entrevistats han estat:

- **David Boces**, CEO i dissenyador de Ginuh Games
- **Adrian Mulero**, desenvolupador de Knock'Em Out!
- **Elena Statsenko**, productora a Larian Studios
- **Andrés Sanjurjo**, desenvolupador de Xerme
- **Víctor Espín**, desenvolupador de Hell of an Office
- **Daniel Mañas**, CEO i artista de SleepWalker Games
- **Saverio Caporusso**, CEO i dissenyador de Troglobytes Games
- **Carlos Arnau i Fernando Almendo**, dissenyadors a Gameloft Barcelona
- **Fernando Rodríguez**, desenvolupador de One BTN Bosses

Per la part de públic de l'Indie Dev Day 2024, es va poder entrevistar a set assistents diferents, alguns d'ells estudiants i d'altres consumidors de videojocs que assistien a la fira.

Des de l'àmbit institucional, es va poder entrevistar a:

- **Marisol López**, Directora General d'Innovació i Cultura Digital en Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya
- **Eva Colom**, Tècnica de Cultura Digital a l'ICEC

Tanmateix, també s'ha volgut contactar amb altres institucions com l'Ajuntament de Barcelona, a través de la Mireia Escobar, la qual va respondre que l'àmbit que engloba aquest treball no era la seva especialització. Per altre costat, també s'ha volgut

contactar amb ACCIÓ, de la Generalitat de Catalunya, amb Anna Peña, Consultora d'Estratègia Internacional, però no es va rebre resposta. Darrerament, s'ha volgut contactar amb en José Maria Moreno, Secretari General d'AEVI, però tot i rebre resposta, no es va trobar una data per poder realitzar l'entrevista.

Pel que fa a l'àmbit empresarial, s'ha tingut en compte les perspectives de dos col·lectius: els estudis de videojocs i dinamitzadors de l'ecosistema local.

Quant a estudis de videojocs amb seu a Barcelona, s'han inclòs les entrevistes a:

- **Katy Sanchez**, Mànager de Comunicació a Gameloft Barcelona
- **Anila Andrade**, Cap de Desenvolupament de Negoci i Operacions a Socialpoint
- **Jorge Cabezas**, Cap d'Estudi a Larian Studios

Seguidament, per part dels dinamitzadors de l'ecosistema local, s'ha entrevistat a en Joan Francesc Baño, Director Executiu de GameBCN.

D'altra banda, els agents entrevistats en relació amb l'organització de fires i desenvolupament de videojocs han estat:

- **Santiago Blanco**, Director de Desenvolupament Negoci Propi a Fira de Barcelona
- **Daniel Santigosa**, Director d'Indie Dev Day
- **Laura González**, Co-directora d'Indie Dev Day
- **Marta Fernández**, Organitzadora de l'Indie Games TRS
- **Joan Francesc Bañó**, com a professional assistent a Gamescom 2024 i Pocket Gamer Connects Barcelona 2025
- **David Boces**, com a públic assitent a Gamescom 2024

Tanmateix, s'ha contactat amb altres organitzadors de fires i congressos fets a Barcelona, Catalunya i l'Estat per tal de conèixer altres visions. Un d'ells ha estat en

Iván Fernández, fundador de Gamelab, però va preferir no participar en aquest estudi. Per altre costat, també s'ha posat en contacte amb Josep Antoni Llopart, qui va ser director de Barcelona Games World i Nice One Barcelona, per tal de conèixer més en profunditat la fira de videojocs més gran feta a Barcelona, però no s'ha rebut resposta per realitzar l'entrevista.

Pel que fa a l'àmbit de fires internacionals, també s'ha buscat de contactar amb professionals que aportessin perspectiva i visió des de fora de Barcelona. Entre aquests destaquen organitzadors de la Gamescom i Devcom, Jay Zhao i Nicola Ballesta i, Felix Falik, CEO de Gamescom, però no s'ha rebut resposta per a realitzar una entrevista.

Darrerament, també s'ha volgut conèixer la perspectiva de l'àmbit educatiu i formatiu per tal de saber més sobre quina és la visió de les escoles en l'àmbit de les fires de videojocs i quin paper hi juguen. Per fer-ho, es van entrevistar a:

- **Marta Fernández**, Coordinadora del grau en Disseny i Desenvolupament de Videojocs CITM-UPC
- **Carles Sora**, Director del CITM-UPC

Així doncs, el treball s'ha iniciat amb una contextualització de quina és la situació de les fires i congressos de videojocs a Barcelona i en l'àmbit internacional. Seguit de quins són els seus orígens i evolució, les diferents tipologies i quin impacte tenen en la indústria i en la localitat de celebració.

Un cop finalitzada la contextualització inicial de la situació actual de les fires, s'ha continuat amb la recerca per tal de documentar quin és el procés d'organització d'una fira, per fer una anàlisi en detall de les fires fetes a Barcelona i internacionalment de referència, així com d'un propi anàlisi de la ciutat comtal, de les seves característiques, capacitats i oportunitats d'organitzar-ne una.

Malauradament, en aquesta continuada recerca d'informació i dades tangibles per l'elaboració proposta estratègica final, s'ha trobat una gran mancança d'informació i dades públiques i, a l'abast de tothom, que aportessin rigorositat en aquest treball. Aquest és un dels riscos plantejats prèviament en el treball que podien arribar a tenir lloc. És per això, que per esmenar aquesta mancança, s'ha prioritzat la recerca d'informació de forma directa a través dels diversos agents del sector dels videojocs, esmentats anteriorment.

Una altra de les problemàtiques que ha sorgit en el procés de contactar amb els agents per poder-los-hi realitzar l'entrevista, ha estat el no rebre resposta d'alguns dels professionals pensats inicialment.

Un dels casos destacats ha estat el d'Ivan Fernández, fundador de Gamelab, qui finalment va preferir no participar en aquest estudi. Inicialment, es volia aprofundir en el paper de Gamelab, considerat un dels congressos professionals (B2B) més importants celebrats a Barcelona. Tanmateix, com que no ha estat possible realitzar l'entrevista prevista, no s'ha pogut aprofundir més en el funcionament i evolució del congrés, més enllà de la informació recollida en la secció de contextualització. Per aquest motiu, s'ha optat per centrar-se en un altre esdeveniment recent: l'Indie Games TRS, un congrés que combina l'àmbit professional amb l'acadèmic.

Tal com s'ha explicat anteriorment, també s'ha intentat establir contacte amb agents internacionals, com els organitzadors de la Gamescom, amb l'objectiu d'obtenir una visió més global de la indústria del videojoc. Tot i que aquest contacte no s'ha pogut concretar, no s'ha volgut renunciar a obtenir testimonis de primera mà. Per aquest motiu, s'ha entrevistat Joan Francesc Bañó i David Boces, assistents a l'edició de 2024, per tal de conèixer de primera mà la seva experiència i identificar aquells aspectes que, segons la seva opinió, podrien ser aplicables al context de Barcelona.

Tanmateix, cal destacar la publicació del Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024) el 28 de maig de 2025, el qual aporta les dades més recents del

sector dels videojocs a tot l'Estat. Aquesta publicació va fer que s'haguessin de revisar i, corregir si s'escau, totes les dades que ja s'havien integrat en el treball per tal d'incorporar la informació més actualitzada i recent possible.

Finalment, per completar la fase documental del projecte, també es va assistir a la primera edició de Pocket Gamer Connects Barcelona 2025. Aquest congrés, de format reduït i centrat en el model B2B, va permetre observar i identificar in situ les principals característiques pròpies d'aquesta tipologia d'esdeveniment dins del sector dels videojocs, així com conversar amb els diferents assistents.

Un cop completada la fase de documentació i finalitzades les entrevistes amb els diferents agents del sector, s'ha analitzat tota la informació recopilada, incloses les respostes obtingudes en les entrevistes. Aquesta anàlisi ha permès identificar les principals conclusions i reflexions orientades a donar resposta a la problemàtica plantejada en aquest treball.

A partir d'aquesta anàlisi, s'han pogut redactar els factors clau que fan viable la celebració d'un congrés o fira de videojocs a gran escala amb una perspectiva internacional. D'aquesta reflexió se n'han extret sis punts clau que haurien de tenir-se en compte en la hipotètica organització d'un esdeveniment d'aquestes característiques.

Seguidament, s'ha elaborat una anàlisi DAFO específica sobre Barcelona i el seu ecosistema de videojocs, amb l'objectiu d'identificar-ne les fortaleeses i debilitats, així com les oportunitats i amenaces que podrien condicionar la celebració d'una gran fira a la ciutat. Amb aquesta diagnosi, s'ha pogut definir quin podria ser el model òptim d'esdeveniment per a Barcelona.

A partir d'aquí, s'ha detallat quin hauria de ser el format del congrés, l'estructura organitzativa, els elements diferenciadors o identitaris, el model de finançament, així com una proposta de calendari.

Tot i constatar que Barcelona disposa del potencial i els recursos necessaris per acollir un esdeveniment d'aquest tipus, també s'ha volgut indagar en els motius pels quals, a dia d'avui, encara no s'ha fet realitat. En aquest sentit, a partir de les entrevistes realitzades als agents del sector, s'han identificat cinc elements clau que n'han impedit fins ara la materialització.

Per concloure el treball, s'ha volgut validar la proposta estratègica del model de fira plantejat per a la ciutat de Barcelona. Per fer-ho, s'ha contactat novament amb els diferents agents prèviament entrevistats, amb l'objectiu de recollir la seva opinió sobre la proposta final. Aquesta validació ha permès identificar possibles mancances, així com detectar aspectes que podrien no ser realistes, o bé, no reflectir les necessitats reals del sector.

## 5.1. Estudi del procés d'organització d'una fira

Com s'expressa en el punt [4. Metodologia](#), un dels objectius principals d'aquest treball és entendre el procés que hi ha darrere l'organització d'una fira o congrés. Per aquest motiu, aquest apartat exposa el coneixement adquirit sobre com s'estructura i es desenvolupa una fira a través de la investigació i recerca d'altres fires de l'àmbit digital i del videojoc, com és el cas de la Gamescom en l'àmbit internacional i, del BCN Game Fest, en l'àmbit local. A més, s'han incorporat les aportacions recollides a través d'entrevistes a diferents agents del sector, entre els quals destaquen Marisol López (Generalitat de Catalunya), Santiago Blanco (Fira de Barcelona), Laura González i Daniel Santigosa (BCN Game Fest), i Marta Fernández (Indie Games TRS).

### 5.1.1. Fases de planificació

L'organització d'una fira requereix una planificació rigorosa i detallada per tal de garantir-ne l'èxit. Segons les persones entrevistades, aquest procés pot variar en funció del tipus d'esdeveniment, fet que obliga a adaptar-ne l'enfocament i les estratègies.

El primer pas consisteix en la concepció de la fira i la definició dels seus objectius. És fonamental determinar-ne el format, ja sigui orientat al públic general (B2C), a professionals (B2B) o híbrid, així com establir-ne el posicionament estratègic. Tal com destaca Marisol López (Generalitat), “les fires de videojocs són espais de visibilització, de testeig amb públic, de trobada professional... és fonamental que hi hagi espais on els professionals del sector es trobin, es coneguin i s’ajudin entre ells”. En la mateixa línia, Joan Francesc Bañó (GameBCN) subratlla la importància de basar la proposta en les fortaleses pròpies del territori: “El que caldria és analitzar quines són les nostres fortaleses com a ciutat, i fer una fira al voltant d’això”. Així, es planteja la necessitat de diferenciar-se d’altres esdeveniments consolidats com la Gamescom o la GDC.

Un cop definida la proposta, el següent pas és dur a terme un estudi de viabilitat que en valori els aspectes econòmics, logístics i de mercat. Cal analitzar el públic potencial, l’oferta existent i la disponibilitat d’infraestructures adequades, un repte destacat pels organitzadors del BCN Game Fest, que han tingut dificultats per trobar un recinte de dimensions mitjanes a la ciutat. També s’ha de preveure l’elaboració d’un pressupost preliminar i la identificació de possibles fonts de finançament, tan públiques (com l’ICEC, el Departament de Cultura o ACCIÓ) com privades (per exemple, patrocinis d’empreses del sector com Gameloft Barcelona o Larian Studios, tal com comentaven Katy Sánchez i Jorge Cabezas en les seves respectives entrevistes).

Aquesta fase de planificació sol iniciar-se amb una antelació d’aproximadament dotze mesos, com és habitual a Fira de Barcelona, segons explica Santiago Blanco. Durant aquest període es defineix el pla de treball, es contracten serveis, es concreta el programa d’activitats, es dissenya l’estratègia de màrqueting i es conforma l’equip tècnic i logístic. També és el moment d’iniciar la sol·licitud de permisos i el contacte amb expositors, col·laboradors i ponents.

A més, tal com assenyalen Laura González i Daniel Santigosa (BCN Game Fest), el procés no és lineal ni tancat, sinó que acostuma a estar subjecte a múltiples iteracions. Els imprevistos són habituals i cal una capacitat constant d’adaptació. Un cop

finalitzada la fira, l'organització sol dur a terme una fase d'avaluació a partir de formularis de satisfacció adreçats tant als expositors com als assistents. Aquest *feedback* serveix per detectar punts forts i àrees de millora de cara a futures edicions: “Un cop acabat l'esdeveniment, enviem formularis de *feedback* a compradors d'entrades i estudis participants per saber què els ha agradat, què no i en què es pot millorar. Llegim totes les respostes i fem una reunió post-fira per analitzar els comentaris i identificar temes comuns”, afirmen els organitzadors de BCN Game Fest.

### 5.1.2. Infraestructura i logística

Un altre element clau són les infraestructures disponibles per a l'organització d'una fira, ja que determinen tant la capacitat operativa com la qualitat de l'experiència per als assistents, expositors i organitzadors. Segons les persones entrevistades, Barcelona disposa d'una àmplia oferta d'espais i recintes firals ben equipats, que permeten adaptar-se a diferents tipus d'esdeveniments.

La selecció del recinte resulta especialment rellevant en esdeveniments tecnològics i de videojocs, ja que aquests requereixen una infraestructura complexa: sistemes d'il·luminació, pantalles, equipament informàtic, xarxes de comunicació, consoles i altres elements tècnics. En aquest sentit, un dels principals reptes identificats per l'organització del BCN Game Fest va ser trobar un espai de mida mitjana, que s'adeqüés al creixement de la fira. Tal com es detalla a l'apartat [5.4.1. Infraestructura i espais disponibles](#), Barcelona compta amb una oferta diversa de recintes, però molts d'ells o bé són massa grans, o bé massa petits. Finalment, es va optar pel recinte de La Farga, que va satisfer els requeriments logístics i dimensionals de l'esdeveniment.

L'equipament tècnic és una altra qüestió central, especialment en el cas d'esdeveniments amb una forta càrrega tecnològica. Segons els responsables del BCN Game Fest, un dels principals reptes organitzatius és assegurar que tots els estudis participants disposin del material necessari: “...un dels majors reptes nostres és oferir

equipament, pantalles i elements de *branding*<sup>11</sup> als estudis i no fallar en res, ja que estem parlant d'equips informàtics que s'han de cedir, pantalles i més de 190 lones dels projectes dels estudis per als seus estands.", expliquen la Laura i el Daniel de BCN Game Fest. En el cas de Barcelona, entitats com Fira de Barcelona, compten amb una llarga trajectòria i experiència gestionant aquestes necessitats per acollir esdeveniments digitals com el Mobile World Congress o l'Integrated Systems Europe.

Un altre aspecte fonamental és l'accessibilitat i l'allotjament, tot i que no formen part estricta de la infraestructura firal. Per tal d'acollir un gran volum de visitants, cal disposar d'una xarxa de transport eficient i d'una oferta d'allotjament àmplia i diversa. En el cas de Barcelona compte amb una xarxa de transport públic molt eficient (metro, autobusos, ferrocarrils i tramvia), a més d'una àmplia oferta d'allotjaments, des d'hotels de gamma alta fins a solucions més assequibles. Aquestes qüestions s'amplien a l'apartat [5.4.4. Accessibilitat i logística](#).

Tanmateix, una altra de les qüestions relacionades amb la logística, és tot el tema burocràtic de llicències i permisos. Si l'esdeveniment es fes en via pública, per poder-lo desenvolupar, s'ha de demanar una llicència d'ocupació de la via pública que per obtenir-la, s'han de presentar diferents requisits depenent del tipus d'event. (Ajuntament de Barcelona, 2025)

D'altra banda, quan l'esdeveniment té lloc en recintes privats com els de Fira de Barcelona, l'organització ha de complir el que estableix el seu Reglament de Participació (2025), que inclou aspectes com:

- **Acceptació del reglament de Fira de Barcelona:** Qualsevol expositor o organitzador ha d'acceptar les condicions generals establertes en el reglament des del moment en què tramita la seva inscripció.

---

<sup>11</sup> **Branding** és el conjunt d'estratègies i accions destinades a construir, gestionar i consolidar la imatge i identitat d'una marca, fent-la recognoscible i coherent davant del seu públic.

- **Pagament previ i terminis:** L'organització i l'expositor ha de realitzar el pagament determinat segons l'espai contractat o serveis requerits, segons els terminis establerts. El no compliment pot comportar la pèrdua del dret a participar.
- **Responsabilitat sobre materials i muntatge:** L'expositor és responsable del muntatge, desmuntatge i condicions dels materials instal·lats al seu estand.
- **Normativa tècnica i seguretat:** És obligatori seguir la normativa tècnica sobre electricitat, estructures, alçades màximes, accessos, sortides d'emergència i altres requisits logístics.
- **Seguretat i assegurances:** Cal contractar una assegurança de responsabilitat civil obligatòria i, si escau, assegurar els materials propis exposats.
- **Prevenició de riscos laborals:** Totes les empreses que realitzin activitats durant el muntatge o desmuntatge han d'estar inscrites al Registre d'Empreses Acreditades (REA) i complir amb la llei de prevenició de riscos.
- **Servei de neteja i manteniment:** La neteja de l'estand durant la fira pot estar inclosa o contractar-se com a servei addicional.
- **Permisos especials:** Per determinats actes, com espectacles, demostracions amb foc o substàncies especials, es requereixen permisos addicionals de l'organització o de l'autoritat local.
- **Accés i acreditacions:** Tots els participants hauran de portar acreditacions personals per accedir al recinte firal, i aquestes poden estar limitades per raons de seguretat o control d'aforament.

### 5.1.3. Finançament i patrocini

Un altre pilar fonamental per aconseguir l'èxit d'una fira, és en el finançament i pressupostos d'aquesta. Tal com bé diu Fira de Barcelona, el model econòmic d'un esdeveniment pot variar significativament segons els seus objectius. Si és de caràcter més expositiu, el gruix d'ingressos sol provenir de la venda d'espai als expositors i, si és més congressual, el *tiqueting*<sup>12</sup> i el patrocini en són les principals fonts. En l'entrevista a

<sup>12</sup> **Tiqueting** és el procés de gestió i venda d'entrades per a un esdeveniment, sovint a través de plataformes digitals, que inclou la configuració de preus, accessos i categories d'entrada.

Santiago Blanco de Fira de Barcelona, ell mateix ho constatava, “Depèn del model. Si és molt congressual, ingressos per tiquets i patrocini. Si és més expositiu, els metres quadrats venuts.”

És per això, que els ingressos principals d’una fira es podrien dividir d’aquesta manera:

- **Venda d’espais:** Els organitzadors són els encarregats de llogar els pavellons o el recinte on es desenvolupa la fira. Després aquests, ofereixen espais modulars pels expositors i les empreses que participen. Entre altres coses, també se solen oferir altres serveis com muntatge d’estands, pantalles, subministraments tècnics o connexió a internet. En el cas de Fira de Barcelona, disposen de ServiFira, on els expositors poden contractar tot un seguit de serveis logístics.
- **Venda d’entrades (*tiqueting*):** Una altra font d’ingressos, és la venda de tiquets al públic assistent, tant general com professional. En el cas de Fira de Barcelona, gestionen ells mateixos la venda d’entrades a través de la seva pàgina web. Tanmateix, algunes fires, utilitzen serveis externs per tot el tema de *tiqueting*. Els tipus i preus de les entrades poden variar, sigui amb descomptes, codis promocionals o per diferents públics.
- **Patrocinadors i espònsors:** Darrerament, una altra font d’ingressos sol ser les col·laboracions o patrocinis amb empreses que financin l’esdeveniment, a canvi de visibilitat o altres contraprestacions.

Pel que fa al patrocini o esponsorització de l’esdeveniment, aquests poden destacar més o menys en una fira segons el seu nivell de participació. Aquest dret ve associat de diverses formes, com pot ser amb presència de la marca (sigui en materials promocionals o d’altres), amb espais propis, amb accés preferent al *networking* o amb altres activitats exclusives (com poden ser conferències pròpies). Segons Fira de Barcelona, “als patrocinadors els oferim accés a una audiència de qualitat per fer negoci i exposició de marca.”

Per la seva captació, també expliquen que es realitza amb equips comercials especialitzats, on en aquesta negociació, es defineix una proposta de valor atractiva i personalitzada per cada una de les marques, segons explica Santiago Blanco de Fira de Barcelona.

Una altra de les fonts de finançament per aquest tipus d'esdeveniments solen ser subvencions públiques o bé línies d'ajudes que ofereixen les institucions com la Generalitat de Catalunya, l'ICEC o el Ministeri de Cultura. Més endavant, en l'apartat [5.4.3. Viabilitat econòmica i suport institucional](#), es detallen aquests tipus d'ajuts.

Tanmateix, segons en Joan Francesc Bañó (GameBCN), “cal una aposta gran, amb finançament estratègic”, destacant que el lideratge i el compromís d'un promotor privat fort són essencials per passar d'una fira mitjana a una de referència internacional. El suport institucional hi és, però no n'hi ha prou.

Darrerament, per les empreses i estudis la seva participació en una fira pot representar un cost important. Jorge Cabezas (Larian Studios) assenyala que “és un cost enorme... mobilitzem entre sis i vuit persones durant tres dies”, però ho justifica amb el valor de “parlar amb la gent cara a cara, donar-los orientació i motivació”.

#### 5.1.4. Màrqueting i comunicació

Un altre punt clau en l'organització d'una fira és l'estratègia de màrqueting i comunicació que se segueix. Com bé esmentava Santiago Blanco (Fira de Barcelona), és molt important saber identificar a quin públic va dirigit l'esdeveniment (ja sigui B2C o B2B) i, quins mitjans utilitza habitualment per informar-se i poder captar la seva atenció.

Per aquest motiu, l'estratègia que utilitzen moltes organitzacions i fires és una comunicació multicanal, és a dir, utilitzar diferents mitjans per a arribar al màxim de públic possible. D'aquesta manera assegurant tenir el visitant adequat per cada un dels

expositors i, per l'altra part, que el visitant pugui gaudir d'allò més adient per ell. Com bé deia Santiago Blanco (Fira de Barcelona), "A l'expositor li portem el visitant adequat; al visitant, li oferim accés als proveïdors més rellevants, novetats del sector i contingut de qualitat."

Així doncs, els mitjans que més se solen utilitzar són:

- **Publicitat digital:** Algunes fires utilitzen eines com Google Ads o bé Meta, per tal de promocionar l'esdeveniment de manera digital, així com amb notes de premsa.
- **Web pròpia de la fira:** Tota fira o organització compta actualment amb una pàgina web de l'esdeveniment on publiquen totes les novetats, ponents i informació pràctica pels assistents.
- **Xarxes socials:** La forma més utilitzada per promocionar-se actualment és a través de les xarxes socials. En aquest cas tant per crear comunitat, com generar expectativa, així com fomentar la participació i la interactivitat com pot ser a través de *hashtags*, concursos, comptes enrere... Cal destacar la gran varietat de xarxes socials que existeixen avui dia, és per això que en funció del que s'especialitzi cada una i, segons el tipus de públic objectiu de la fira, s'utilitzen unes o altres. Per arribar a un públic més ampli com a fires B2C, se solen utilitzar Instagram o TikTok, en canvi, per fires més B2B, s'utilitzen més LinkedIn o X.
- **Col·laboració amb mitjans especialitzats:** Altres formes de promocionar una fira, sol ser a través de revistes del sector, podcasts, *newsletters*<sup>13</sup> professionals i parlant amb les institucions.
- **Influencers:** Per esdeveniments de caràcter de públic general (B2C) i juvenil, es busca implicar sobretot a *streamer* i figures reconegudes per guanyar visibilitat i presència a xarxes.

---

<sup>13</sup> Una **newsletter** és un butlletí informatiu digital que s'envia periòdicament per correu electrònic a una llista de subscriptors, amb novetats, continguts o promocions relacionades amb una entitat, marca o esdeveniment.

També cal destacar, l'ús d'agències de comunicació externes, com fan esdeveniments com el BCN Game Fest, segons la Laura González i el Daniel Santigosa, 2025, que disposen d'un equip intern de comunicació, però que enguany, estan col·laborant amb agències externes per fer el salt de l'edició 2025 a un públic més internacional i més *mainstream*<sup>14</sup>, del qual no en tenen tanta experiència.

Darrerament, tenim l'estratègia que se segueix per la venda d'entrades. Aquestes també es poden utilitzar com una forma d'atraure l'atenció i públic a través de descomptes o promocions. Algunes estratègies que solen utilitzar les organitzacions són:

- **Venda anticipada amb descompte:** Aquesta és la més utilitzada per tal de generar tracció amb molt de temps i per obtenir ingressos previs.
- **Codis promocionals i paquets grupals:** Aquest tipus d'estratègia sol estar pensat per atraure grans grups de persones, com poden ser escoles, associacions o empreses.
- **Segmentació de tiquets:** Tanmateix, se solen crear molts tipus d'entrades diferents per adaptar-se a tot el tipus de persones, entrades d'un dia o de tots els dies, acreditacions VIP o professionals que permeten accedir a espais o activitats exclusives...

---

<sup>14</sup> El públic **mainstream** és el conjunt de consumidors majoritaris que segueixen tendències populars i continguts de gran abast comercial, sovint amb preferències generalistes i fàcilment influenciables per la cultura de masses.

Tipo de entrada	Precio
<i>All Access Pass</i>	2.349 USD
<i>Core Pass</i>	1.599 USD
<i>Summits Pass</i>	1.049 USD
<i>Expo Pass</i>	299 USD
<i>Audio Pass</i>	999 USD
<i>Independent Games Summit Pass</i>	499 USD
<i>Friday Only Expo Pass</i>	129 USD

Figura 9: Preu d'entrades GDC 2024 - Informe d'ICEX de la GDC 2024

### 5.1.5. Experiència de l'assistent

Darrerament i, on recau el major pes de tot l'explicat anteriorment, és de fer l'experiència de l'assistent a la fira, sigui memorable. Perquè això sigui possible, cal una bona programació d'activitats i ponències, que s'ajustin a les necessitats del públic, ja sigui B2C, B2B o híbrida.

És per això, que un dels aspectes més ben valorats per tots els entrevistats a l'Indie Dev Day 2024, va ser la capacitat de l'organització per oferir un gran ventall d'activitats que s'ajustés a tot el tipus de públic que, com ells mateixos admetien, aquest ha anat evolucionant i ja no és el perfil que sempre assistia. A continuació, es llisten les activitats més recurrents en una fira de videojocs:

- Zones d'expositors
- Conferències i xerrades
- *Workshops* i sessions pràctiques
- Taules rodones i debats
- Zones de *networking*
- Reunions B2B individuals
- *Job Fair* o espais de reclutament

- Espais *showcase*
- Competicions i tornejos
- Activitats lúdiques i zones de joc lliure
- *Artist Alley* o mercats d'artistes
- Espais institucionals i acadèmics
- *Game Jams*
- Sessions de *pitch* i presentació de projectes
- Exposicions temàtiques

Grans fires internacionals com la Gamescom o la Tòquio Game Show i, fires locals com la BCN Game Fest, avui dia, són considerats esdeveniments d'èxit, ja que han sabut molt bé com adaptar-se a tot el seu públic i incorporar tots aquests tipus d'activitats en el seu programa com a fires B2C+B2B.

En l'àmbit del B2B, una de les iniciatives que deixa més bona satisfacció entre els professionals i els empresaris, són els aplicatius, com *Meet2Match*, que permeten crear el teu perfil d'usuari dins la fira, veure el d'altres professionals i establir reunions de manera còmoda, ràpida i senzilla. Molts dels professionals entrevistats coincidien que gràcies a aquestes aplicacions, que utilitzen congressos com el Mobile World Congress, Gamescom o Pocket Gamer, els permeten poder reunir-se amb moltes més persones que anys enrere i les persones que més s'ajusten al que busquen.

Finalment, per tal de recollir quina ha estat l'experiència en la fira, com s'esmenta en [5.1.1. Fases de planificació](#), com a darrera fase, és recollir el *feedback* i opinions dels assistents per tal de veure que ha agradat, que no ha agradat tant i quines millores incorporar de cara a una pròxima edició. Fires com BCN Game Fest duen a terme aquestes enquestes a tots els seus assistents i l'ICEC sol fer-ho també a totes les empreses participants d'un esdeveniment.

### 5.1.6. Impacte ambiental

Les fires i congressos de videojocs, així com qualsevol altre tipus d'esdeveniment similar, comporten un gran repte mediambiental i de sostenibilitat per reduir el màxim la seva petjada ecològica. És per això que en aquest treball també es vol posar en valor i treballar l'impacte mediambiental que generen aquestes fires i, com els congressos i, entitats com Fira de Barcelona, s'adapten per aconseguir reduir l'impacte. Alguns aspectes que es vol analitzar a continuació, són els següents:

- Empremta de carboni global dels esdeveniments
- Generació de residus i el seu tractament
- Consum d'energia i ús responsable de recursos
- Materials utilitzats en construcció d'estands temporals
- Certificacions ambientals i protocols de sostenibilitat

#### 5.1.6.1. Empremta de carboni global dels esdeveniments

Una de les majors problemàtiques dels grans esdeveniments és la gran empremta de carboni que generen. Per exemple, conferències internacionals poden superar les **2.000t CO<sub>2</sub> globals**. On **cada un dels assistents** pot arribar a generar entre **0,5 i 1,5t CO<sub>2</sub> per una conferència** de tan sols **3 dies**. (Tara Bernoville - Plan A Earth, 2022)

En l'àmbit local, Fira Barcelona impulsa iniciatives per incentivar el transport públic, amb col·laboracions amb organismes locals i pàrquings amb punts de recàrrega per vehicles elèctrics, promovent l'ús de mobilitat sostenible. Un dels seus compromisos principals, és la seva adhesió a *Net Zero Carbon Events*, amb l'objectiu de reduir un **50 % d'emissions de gasos d'efecte hivernacle abans de 2030** i assolir zero emissions el 2050. (Fira de Barcelona, 2025)

### 5.1.6.2. Generació de residus i el seu tractament

La generació de residus és un altre dels grans reptes. Es calcula que les fires poden generar fins a **1,8 kg de residus per assistent i per dia**, cosa que suposa més d'una tona de deixalles en esdeveniments de mida mitjana. Aquests residus provenen principalment de materials promocionals, *packaging*<sup>15</sup>, aliments envasats i decoració efímera. (Fira de Barcelona, 2025)

Algunes de les mesures que s'implementen en grans fires, com fa Fira de Barcelona, per tal de reduir aquesta generació de residus és:

- Instal·lació de papereres intel·ligents per a una recollida selectiva eficient (paper, envasos, vidre...). Mesura inclosa en la iniciativa *Towards Zero Waste*. Aquesta mesura facilita el **reciclatge de més de 2.000 tones** de residus gràcies a convenis com el que té Fira de Barcelona amb Ecoembes.
- La donació de materials d'exposició i moqueta a entitats socials (*Donation Room*). Amb aquesta iniciativa es pretén fomentar l'economia circular i l'aprofitament de recursos sobrants.
- La **reducció del consum de paper en un 25 %**, substituint catàlegs físics per mitjans digitals. (Fira de Barcelona, 2025)

BCN Game Fest és un exemple de fira de videojocs on es posa en pràctica aquest tipus de mesures. En l'entrevista amb els seus organitzadors, van exposar que fa anys que realitzen diferents accions dedicades a la sostenibilitat i pel compliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030. En concret, en la reducció de generació de residus d'impresos en físic i la consumició de materials no reutilitzables.

---

<sup>15</sup> El **packaging** és l'embalatge o presentació física d'un producte, dissenyat tant per protegir-lo com per comunicar-ne la identitat visual i atreure l'atenció del consumidor.

### 5.1.6.3. Consum d'energia i ús responsable de recursos

Un altre repte pels grans congressos i fires és el consum energètic i d'altres recursos. Els recintes exigeixen grans consums energètics per il·luminació, climatització i connexions. De fet, l'energia pot suposar fins al **4% del total d'emissions** d'un esdeveniment . En fires com les de videojocs, les àrees de demo i esports electrònics augmenten substancialment aquest consum i, fan que sigui encara més gran el repte de sostenibilitat.

Per mitigar aquests efectes, està l'exemple de Fira de Barcelona i les mesures que ha adoptat per aconseguir-ho:

- El recinte de Gran Via compta amb **25.947 panells fotovoltaics** que generen **5,86 GWh/any d'energia renovable** i eviten l'emissió de 2 200t CO<sub>2</sub>/any.
- El consum d'energia és exclusivament d'origen verd (solar, eòlica, biogàs...) cobrint 33 GWh/any i estalviant 12.500 tones de CO<sub>2</sub> anuals, un impacte equivalent a plantar més d'un **milió d'arbres**.
- També fa una gestió responsable de l'aigua amb urinaris sense aigua, aixetes automàtiques, reutilització i control, el qual aconseguix reduir-ne el consum en un **25 %**.
- Aposta per l'eficiència energètica via instal·lació d'il·luminació LED i sistemes de climatització automàtics per regular la temperatura. (Fira de Barcelona, 2025)

### 5.1.6.4. Materials utilitzats en construcció d'estands temporals

Darrerament, una altra de les problemàtiques relacionada també amb la generació de residus és els materials que s'utilitzen en la construcció dels estands temporals de les fires. La construcció d'estands genera una quantitat elevada de residus, ja que molts ells, en acabar l'esdeveniment són llençats a la brossa. Alguns d'aquests elements solen ser decoració, mobiliari i elements únics dels estands.

Per tal de reduir despeses de recursos i la generació de residus d'aquest tipus en finalitzar les fires, Fira de Barcelona promou, entre d'altres, **l'ecodisseny: estands modulars, reutilitzables i reciclables**, reduint materials d'un sol ús i responsabilitzant els proveïdors. Així com fomenta l'economia circular, per redistribuir materials sobrants. (Fira de Barcelona, 2025)

#### 5.1.6.5. Certificacions ambientals i protocols de sostenibilitat

Davant el repte que suposa l'impacte mediambiental que poden generar les fires i congressos, com s'ha exposat en els darrers punts, moltes organitzacions opten per implementar normatives i protocols específics per garantir un desenvolupament sostenible dels seus esdeveniments. Aquestes normatives busquen minimitzar els efectes negatius sobre el medi ambient, alhora que promouen pràctiques responsables en la gestió dels recursos. Algunes d'aquestes normes són d'abast internacional i permeten certificar el compromís de les organitzacions amb la sostenibilitat ambiental.

Una de les normatives internacionals que segueixen moltes fires i congressos per garantir que els esdeveniments siguin sostenibles, és l'ISO 20121. Aquesta norma internacional, ajuda a identificar els possibles impactes ambientals, socials i econòmics que es puguin derivar d'un esdeveniment o fira d'aquestes característiques. Tanmateix, també serveix per crear estratègies per a minimitzar l'impacte d'aquests.

A banda de l'ISO 20121, es poden destacar d'altres com la certificació ISO 14001 en gestió mediambiental, on Fira de Barcelona li va ser atorgada per AENOR. Aquesta norma internacional certifica que l'organització aplica un sistema eficaç per identificar, controlar i reduir l'impacte ambiental de les seves activitats. Algunes de les accions que es destaquen de Fira de Barcelona són les exposades anteriorment com la utilització d'energia 100 % renovable, controlar la petjada de carboni i promoure plans de mobilitat sostenible per a expositors i assistents. (Fira de Barcelona, 2021)

Per aplicar aquest tipus de normatives, les fires i organitzacions, solen contractar consultories externes que duen a terme una proposta d'implantació. Aquestes solen seguir diferents fases per l'aplicació de la proposta feta.

- **Fase documental:** En aquesta primera fase, es té com a objectiu crear l'estructura d'un sistema d'informació documental, el qual sigui coherent amb els requisits de norma de referència i del mateix esdeveniment.
- **Fase de seguiment:** En aquesta fase es fa una aplicació pràctica i revisió continuada dels procediments en el dia a dia de l'organització.
- **Auditoria<sup>16</sup> interna:** Amb l'objectiu de comprovar que es compleixen els requisits de la norma de referència i als propis de l'esdeveniment, es realitza una auditoria interna prèvia a l'externa, complint el que demanen moltes normes i assegurant-se la futura certificació d'aquesta.
- **Acompanyament a l'auditoria externa:** En aquesta darrera fase, les consultories solen acompanyar a l'organització de l'esdeveniment donant suport per obtenir la certificació oficial de la norma.

Tanmateix, cal destacar que se sol designar a una persona responsable per coordinar i supervisar la implementació del sistema.

### 5.1.7. Responsabilitat social i igualtat

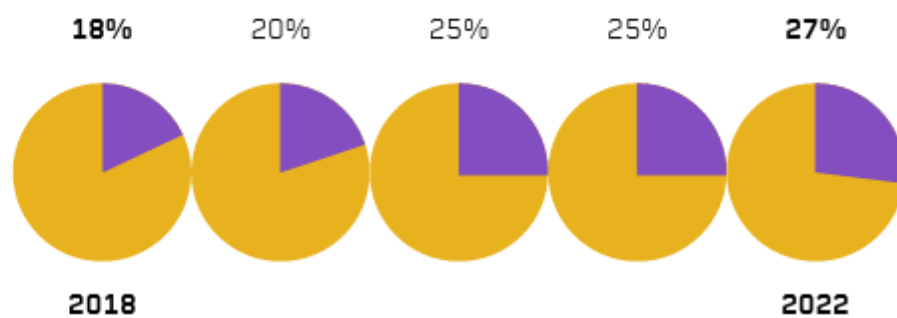
Un altre punt clau d'aquest tipus d'esdeveniments és la responsabilitat social, malauradament, molts estudis han assenyalat que moltes fires i congressos de grans dimensions, venen associats amb un **augment temporal de la prostitució i l'explotació sexual** en la localitat on se celebra. És per això, que aquest treball també vol posar el focus en aquesta problemàtica, on molts contactes de negocis i d'altres trobades, es donen fora del congrés i en àmbits nocturns que denigren a la dona. Analitzar quines mesures es duen a terme per reduir aquesta problemàtica i fer de les fires i, la ciutat on es desenvolupa, espais segurs i, ètics. (Anna Teixidor - 3/24, 2025)

---

<sup>16</sup> Una **auditoria** és un procés sistemàtic i documentat de revisió i avaluació per verificar si una organització compleix amb determinats criteris, normes o procediments establerts.

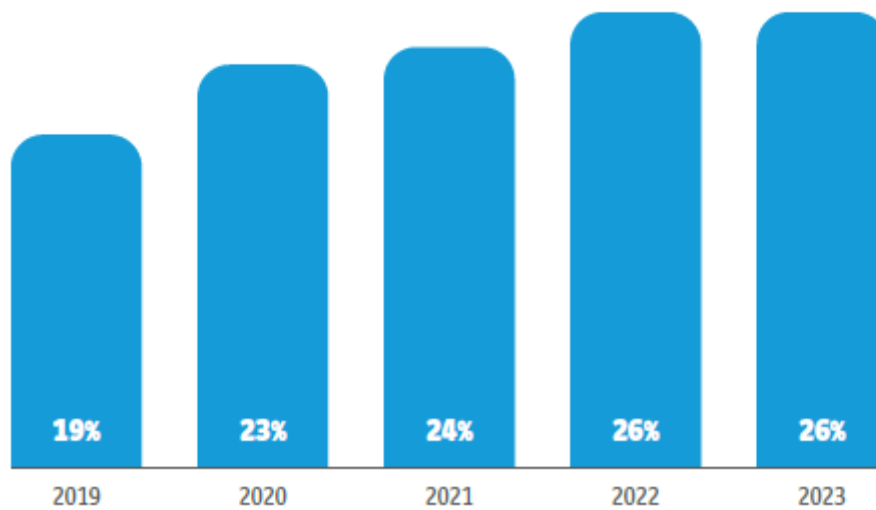
La indústria del videojoc, és un sector amb una clara desigualtat de gènere, on el gènere masculí és predominant de manera aclaparadora. Tanmateix, el nombre de dones que s'endinsen en aquesta indústria, a poc a poc va en augment on segons dades de El Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2023, on en l'any 2022 es va arribar fins al **27% en tot el sector**, una dada que s'equipara a nivell estatal on segons El Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024), el percentatge en l'any 2023 era del 26%. D'aquestes, la major part es concentra en àrees com art, màrqueting i producció. La presència femenina en rols tècnics, com la programació, és encara molt reduïda, i es reflecteix també en la baixa representació de dones en fires, esdeveniments i llocs de lideratge dins del sector.

**Evolució del percentatge de dones als estudis catalans. 2018-2022**



*Figura 10: Evolució del percentatge de dones als estudis catalans 2018/2022 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023)*

### ■ Figura 18. Porcentaje de mujeres en los estudios españoles (2019-2023)



*Figura 11: Percentatge de dones en els estudis espanyols 2019/2023 - El Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)*

Aquesta infrarepresentació té efectes directes en la manera com es dissenyen, organitzen i es viuen les fires de videojocs. Tradicionalment, molts esdeveniments han estat percebuts com a espais masculinitzats, tant pel tipus de públic com per la manca de mesures visibles que assegurin la igualtat i la seguretat per a totes les persones assistents. Espais amb molta interacció amb moltes persones diferents que a vegades propicien situacions indesitjades o bé acaben veient-se com espais de risc.

Segons algunes dades rellevants com en l'informe de Women In Games de 2023, un **40% de les dones** professionals del sector han experimentat algun tipus de **discriminació de gènere o assetjament** en entorns laborals o esdeveniments del sector. En el mateix informe també s'esmenta que només el **14% dels ponents** en esdeveniments internacionals de videojocs **són dones**. Tanmateix, la Marisol López (Generalitat) parlava d'aquestes situacions en la seva entrevista, "Hem viscut casos molt greus d'assetjament. Estem en contacte amb Mossos. Hem donat suport a incubadores que treballen per la diversitat. Però també ens trobem que dones del sector no volen visibilitzar-se per por de rebre assetjament. Hi ha molt a fer encara."

Així doncs, aquesta situació de desigualtat tant en els estudis com en els grans esdeveniments, ha propiciat l'impuls a la implementació de diferents mesures i iniciatives per garantir que aquests espais siguin segurs per a totes, així com més inclusius i representatius. Algunes de les mesures que alguns congressos i endevinaments ja han començat a incorporar, com el BCN Game Fest i, d'altres que associacions com Women In Games recomanen implementar són:

- **Punt lila o espai segur:** Punt d'atenció i suport a possibles víctimes de discriminació o assetjament, gestionat per professionals.
- **Codi de conducta públic:** Document que estableix el comportament esperat de tots els assistents i les conseqüències en cas d'incompliment. Un exemple és el *Safe Space Policy* de GDC.
- **Equitat en la programació:** Assegurar una presència paritària de ponents, participants i jurats, incloent-hi dones, persones no binàries i col·lectius LGTBIQ+.
- **Formació prèvia** per a organització i voluntariat sobre prevenció d'assetjament i comunicació no sexista.
- **Protocol d'actuació davant situacions de violència masclista,** inspirat en exemples com el protocol, *No Callem* de l'Ajuntament de Barcelona per espais d'oci.
- **Foment de la participació femenina** mitjançant beques, activitats específiques per a dones i xarxes de mentoria com Women in Games o FemDevs.

Alguns exemples concrets de fires que implementen d'aquestes mesures són la Game Developers Conference (GDC) on els darrers anys ha incorporat un *Advocacy Track* dedicat a la diversitat i ha creat el GDC Code of Conduct Enforcement Team per actuar activament davant comportaments inapropiats.

Un altre exemple destacat és a la BCN Game Fest. Segons les seves directores, Laura González i Daniel Santigosa, la fira aplica criteris ètics i inclusius en la selecció d'estudis expositors, rebutjant projectes amb continguts homòfobs, racistes o capacitistes.

També posen èmfasi en l'accessibilitat, prioritzant la participació d'estudiants i públic general, i fomenten la diversitat entre assistents, ponents i equips organitzadors.

És per això que és fonamental entendre que els congressos i fires de videojocs, més enllà de ser espais de negocis, és necessari que aquests espais siguin segurs perquè aquests contactes i trobades de negocis, es puguin desenvolupar amb total normalitat així com amb plena igualtat.

## 5.2. Estudi de fires de videojocs fetes a Barcelona

En aquest apartat, després de l'anàlisi inicial feta en l'apartat [2. Contextualització](#), es vol aprofundir i entrar més en detall, en dues de les fires de videojocs tenen lloc a Barcelona actualment. Per una part, la BCN Game Fest, com a fira mixta (B2C +B2B) i, l'Indie Games TRS, com a fira que barreja el B2B i l'àmbit acadèmic.

Per dur a terme aquest estudi en més profunditat i proporcionar dades rigoroses i de primera mà dels esdeveniments, es va assistir a l'Indie Dev Day 2024, on es va poder entrevistar a diversos expositors i visitants. I, a més a més, s'ha contactat amb el director i la co-directora d'Indie Dev Day, Daniel Santigosa i Laura González i, amb una de les organitzadores de l'Indie Games TRS, la Marta Fernández.

### 5.2.1. BCN Game Fest

En aquest apartat es vol entrar en més detall en la fira BCN Game Fest, quines són les seves característiques i que la fa possible. A continuació, s'expressen les conclusions extretes de les entrevistes fetes, així com quins són els punts clau.

#### 5.2.1.1. Història i evolució

Segons els seus directors, BCN Game Fest és una fira que ha anat evolucionat al llarg dels anys, a l'inici conegut com a Indie Dev Day, va néixer fa vuit anys com una iniciativa col·laborativa entre petits estudis, mitjans de comunicació de videojocs i d'altres

associacions amb la intenció de visibilitzar el sector *indie* i el desenvolupament d'aquest tipus de videojocs.

Una de les fites importants que esmenten, és la pròpia primera edició, la qual destaquen que va ser possible gràcies a l'ajuda de GameBCN i el suport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. En aquella primera edició, al Canòdrom de Barcelona, encara que fos modesta, van aconseguir 1.000 assistents en un únic dia. Des d'aleshores, la fira ha anat creixent de forma progressiva, on en la darrera edició del 2024, van superar la xifra dels 15.000 assistents en 3 dies i en un espai de més de 8.500 m<sup>2</sup> al recinte de la Farga de l'Hospitalet.

A partir d'aquí, també comenten que volen seguir creixent i evolucionant la fira, d'aquí ve el motiu del canvi de nom, de fins ara Indie Dev Day a BCN Game Fest. Amb aquest canvi de nom, volen constatar el canvi de fase en què es troba l'esdeveniment, el qual ja no es limita al sector indie ni a una sola jornada, sinó que també volen acollir a estudis triples A, professionals del sector del mòbil i públic més divers, no solament nacional, sinó que també internacional. "... a dia d'avui, hi ha assistents i ponents de grans estudis, tant de triple A com del sector mòbil. La idea sempre ha estat créixer amb la comunitat del sector i, per aconseguir-ho, hem d'acollir aquells que en formen part. Per això, un *rebranding* ens va semblar adequat, a més de la perspectiva cada vegada més internacional de la fira.", deien en l'entrevista.

Jorge Cabezas (Larian Studios) explica que "el primer any que vam participar, la gent ni tan sols sabia que Larian tenia oficina a Barcelona". Aquesta observació reforça la idea que, per a estudis grans o internacionals, el festival també ha estat una eina per guanyar visibilitat i arrelament local.

Darrerament, en paraules de Joan Francesc Bañó (GameBCN), la fira s'ha intentat reorientar cap a un model més obert al públic professional, però "encara arrossega la motxilla de fira *indie*", fet que condiona la seva capacitat per posicionar-se com a esdeveniment internacional B2B. És per això, que GameBCN fa coincidir el seu Demo

Day amb l'esdeveniment per facilitar sinergies, com detalla el seu director: "fem coincidir el nostre Demo Day perquè els inversors assisteixin".

### 5.2.1.2. Format i model d'organització

Pel que fa al format, BCN Game Fest continua mantenint el seu format híbrid, és a dir, una fira dirigida pel públic general però també pels professionals de la indústria. Amb aquest format, els organitzadors pretenen que es pugui gaudir d'un ampli ventall d'activitats per a tots els tipus de públic assistents. Algunes de les activitats que ofereixen i destaquen són:

- Zones de conferències i taules rodones, amb ponents nacionals i internacionals.
- Espais de *networking* i reunions B2B.
- Una *Job Fair*.
- *Workshops* tècnics i pràctics per a desenvolupadors.
- Un *Artist Alley* per a artistes.
- Una gran àrea de *showcase* amb més de 200 videojocs, principalment *indies* en desenvolupament o acabats de llançar al mercat.

Tanmateix, és un esdeveniment que s'organitza de forma anual i que sol tenir una duració de 3 dies, de divendres a diumenge. El primer dia, se sol reservar per activitats professionals i els següents 2 dies, pel públic general. Aquest format és el que segueixen moltes fires arreu del món.

Aquest format i aquest calendari, esmenten que el solen planificar tenint en compte altres grans fires del sector, com poden ser ara la Gamescom d'Alemanya o bé la Tòquio Game Show del Japó, per tal de no solapar-se i sobretot, garantir una major presència de *publishers* i inversors.

Finalment, comenten que BCN Game Fest no es basa explícitament en cap altre model internacional d'esdeveniment, però sí que han anat integrant certes idees i iniciatives observades en altres fires.

### 5.2.1.3. Finançament i viabilitat econòmica

Quant a finançament i viabilitat econòmica, BCN Game Fest i els seus organitzadors destaquen que la fira pot realitzar-se gràcies a tres pilars claus. Un d'ells, és el suport institucional que rep la fira per part del Ministeri de Cultura i de la Generalitat, per un altre costat, el patrocini privat de *publishers*, estudis o d'altres entitats i, finalment, dels ingressos de les mateixes entrades i dels espais expositius. Un d'aquests estudis és Gameloft Barcelona, en l'entrevista amb Katy Sánchez, Mànager de Comunicació, destacava que l'estudi de videojocs esponsoritzava la fira amb l'objectiu de donar suport a l'ecosistema local, més enllà de mostrar els seus jocs.

Cal tenir en compte, que tot i el creixement en les darreres edicions, hi ha un fet clau, mantenen un funcionament com a associació sense ànim de lucre, la qual cosa expressen que els hi condiciona tant els objectius de la fira com de la mateixa gestió del pressupost. "... les nostres accions mai han estat enfocades a ser rendibles, sinó a ser útils per a la comunitat de la indústria del videojoc.", deien la Laura i el Daniel.

El principal cost de la fira, destaquen que és el lloguer del recinte firal i dels muntatges de la infraestructura necessària, així com dels estands. Ells mateixos comenten, que intenten mantenir un equilibri econòmic entre una gestió eficient i una aposta clara per l'accessibilitat del públic, especialment pels estudiants i els professionals. És per això que fan una gestió responsable i acurada del pressupost, ja que qualsevol error podria comprometre la continuïtat de l'esdeveniment.

### 5.2.1.4. Empreses, expositors i públic

Pel procés de selecció d'expositors i col·laboradors, l'organització fa una tria selectiva seguint uns criteris de qualitat, impacte social i diversitat. En aquest cas rebutgen qualsevol col·laboració o projecte amb valors discriminatoris i fomenten la participació de projectes innovadors, amb un focus important en què seria l'àmbit i ecosistema del videojoc local.

Pel que fa al perfil del públic assistent, comenten que majoritàriament són persones adultes, ja siguin professionals, estudiants d'educació superior o bé, interessants en la indústria, més enllà del mateix oci. Tanmateix, també expressen que en els darrers anys, han observat un increment del públic més familiar i també juvenil.

És per això, que en les darreres edicions estan intentant aconseguir diversificar les diferents propostes d'activitats de la fira per encabir tot aquest públic tan diferent. Com per exemple una àrea dedicada el que serien els professionals i orientada al B2B, així com una *job fair* per tal de fomentar les sinergies i els contactes dins del sector.

#### 5.2.1.5. Infraestructura i logística

Un dels reptes que destaquen els organitzadors és la tria del recinte on es desenvolupa la fira. Actualment, se celebra en el recinte firal de La Farga de l'Hospitalet de Llobregat, però el repte per ells va ser la necessitat de trobar un recinte mitjà a mesura que l'esdeveniment anava creixent, en una ciutat com Barcelona on l'oferta es limita sovint a espais petits o bé molt grans.

Tanmateix, l'augment de volum, tant d'assistents com d'expositors, comenten que els hi ha comportat nous reptes logístics com pel que fa a la cessió i gestió del material tecnològic pels estands, així com la producció de més de 190 lones promocionals per cada un dels videojocs exposats.

Pel que fa a la logística dels assistents i dels ponents de fora, esmenten que aquesta la gestionen amb mesos d'antelació, on inclouen la gestió del viatge així com de les reserves d'allotjament per tal d'anticipar-se i assegurar la capacitat d'acollida.

Quant al públic general, aquest disposa de diferents àrees, com la zona de restauració i espais de descans, per afavorir el seu benestar i comoditat dins de la fira. Així com d'una aplicació mòbil amb tota la informació sobre l'esdeveniment, recinte, horaris, ponències, projectes i videojocs.

#### 5.2.1.6. Impacte sobre la ciutat i mediambiental

BCN Game Fest s'ha convertit en una trobada clau per a l'ecosistema i indústria local dels videojocs, però també com una fira de referència per a professionals en tot l'Estat així com del sud d'Europa quant a videojocs *indies* es refereix. Els seus organitzadors destaquen com aquest esdeveniment, contribueix a la generació d'oportunitats de treball, acords amb *publishers* i a fomentar la col·laboració entre diferents estudis.

Aquest impacte tant en la indústria com en la mateixa ciutat, fa que Barcelona surti reforçada com a segon hub europeu dels videojocs, amb una comunitat molt implicada i activa en l'organització i promoció d'aquesta fira, asseguren els seus organitzadors.

Com qualsevol fira, aquest tipus d'esdeveniment tenen un impacte mediambiental, en el cas de BCN Game Fest, els seus organitzadors es mostren compromesos per aquest sigui el mínim possible. Per aconseguir-ho han adoptat diferents mesures com la reducció de materials físics, eliminació de materials no reciclables i/o reutilitzables, així com d'altres compromisos en relació amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

En l'àmbit social, també destaquen el seu compromís amb la diversitat, inclusivitat i accessibilitat, establint uns criteris clars i objectius en la selecció de participants de la fira i en la planificació de les diferents activitats que es desenvolupen.

#### 5.2.1.7. Màrqueting, Publicitat i Comunicació

Darrerament, la comunicació i divulgació de la fira, la gestionen de forma interna, amb una persona encarregada de les relacions públiques i comunicació, encara que, per la promoció internacional de l'esdeveniment sí que col·laboren amb agències especialitzades. Els canals que més utilitzen per promocionar-se són les xarxes socials com X, Instagram, Telegram i Bluesky, així com de *newsletters*.

L'estratègia de comunicació que segueixen, es basa en 3 notes de premsa concretes "... una prèvia amb l'anunci de dates, cartell i alguna novetat rellevant; una altra prèvia propera a l'esdeveniment amb tota la informació publicada i algun anunci rellevant d'última hora; i, finalment, una nota de premsa posterior a l'esdeveniment amb xifres d'assistència, reunions i declaracions sobre la celebració." Així com intenten tenir una presència molt activa a xarxes socials a través de vídeos, anuncis i resums.

Durant l'esdeveniment, han implementat dinàmiques originals per incentivar la interacció entre els visitants. En el cas de BCN Game Fest, a través d'un àlbum de cromos col·leccionables i intercanviables, així com l'aplicació mòbil per millorar l'experiència de l'usuari.

Al final de la fira comenten que envien a tothom que hi hagi participat en l'esdeveniment, un formulari per rebre *feedback* de què és el que més els ha agradat, el que menys i, el que millorarien. Posteriorment, realitzen una reunió post-fira per valorar tot aquest *feedback* i comentaris rebuts.

#### 5.2.1.8. Entrevistes Indie Dev Day 2024

A continuació, en aquest apartat es vol exposar les conclusions i informacions més rellevants de les entrevistes fetes durant l'Indie Dev Day 2024, els dies 27, 28 i 29 de setembre. Quines són les valoracions i consideracions més importants que fan els expositors i el públic assistent de l'esdeveniment i que resulten de gran importància per aquest treball i el seu propòsit. En total es van realitzar **17 entrevistes** a un total de 21 persones diferents, **10 expositors** i **7 visitants**.

Primerament, aquestes entrevistes van constatar com l'Indie Dev Day s'ha consolidat dins del sector i de l'àrea metropolitana de Barcelona com una de les fires de videojocs de més rellevància. Tant expositors com els visitants entrevistats, van destacar com any rere any repeteixen la seva assistència en l'esdeveniment i, on també com aquest ha anat creixent, tant d'espai expositiu, com d'empreses i públic en les darreres edicions.

També esmenten que és un espai acollidor per a tothom i com l'organització ha anat treballant en aquesta línia i, en la professionalització de la fira.

Per part dels desenvolupadors i expositors entrevistats, valoren molt positivament l'oportunitat que suposa poder **mostrar els seus projectes i videojocs** i, obtenir un **feedback directe i de primera mà de jugadors**. Com expressava en David Boces de Ginuh Games “La visibilitat, sobretot, i el reconeixement. Que la gent pugui vindre i jugar-lo, que els agradi, i sobretot també el *feedback* que ens puguin donar per millorar el nostre joc”. A més a més, aquests petits estudis indie i professionals emergents de la indústria, busquen molt aquest tipus de fires per tal de **crear contactes amb altres professionals amb més experiència**, així com en cerca de possibles *publishers*. “Hem vingut per buscar com a *publisher* nous jocs que es podrien publicar. [...] Hem vist alguns projectes interessants”, deia en Saverio Caporusso (TroughloBytes Studio).

També, una de les raons principals dels petits desenvolupadors és **donar visibilitat del seu producte** per tal de donar-se a conèixer i, **obtenir-ne moltes wishlists<sup>17</sup>**, així com incentivar la seva possible futura compra. Sobretot, destaquen el paper de les *wishlists*. “Ens ha anat molt bé pel tema d'*aiming*, perquè el joc surt la setmana que ve, [...] i estem aquí intentant pillar les últimes *wishlists*”, deia Víctor Espín (Hell of an Office).

Si s'analitza el públic assistent, es pot veure que és de perfils diferents, des d'estudiantat dels videojocs i art, fins a aficionats o futurs professionals. Tots ells i totes elles, destaquen, com s'ha mencionat prèviament, l'ambient acollidor i proper, així com la **facilitat de poder conversar amb professionals** o desenvolupadors. Un dels visitants afirmava el següent: “Els meus amics m'han dit que hi havia jocs molt xulos, i he vingut a veure'ls. No sabia que existia això, però és molt xulo, m'ha agradat molt i vull tornar més anys”, esmentava l'Ingrid Lara. És a dir, l'Indie Dev Day continua en creixement i, atraient el clàssic perfil de jugador de videojocs, però també d'aquells no tan aficionats o bé que no coneixien la fira. Un altre comentava amb entusiasme: “Jo crec que

---

<sup>17</sup> Una **wishlist** és una llista de desitjos que els usuaris poden crear en plataformes digitals, com Steam, per guardar videojocs que els interessin i rebre notificacions sobre ofertes o llançaments.

aquests esdeveniments em donen esperança pel futur dels videojocs”, comentava Ton Casals. En el context d’incertesa que es troba el sector del videojoc a nivell local, però també internacionalment, sembla que aquest tipus d’esdeveniments serveixen per **canviar la perspectiva dels assistents i del mateix sector.**

Quant a l’organització de l’Indie Dev Day, la gran majoria de comentaris rebuts van ser positius, on per part dels expositors destacaven **l’atenció, la proximitat i la professionalitat de l’equip.** “Els organitzadors són increïbles, l’organització està sent genial, són superatents, supercercans”, deia Fernando Rodríguez (One BTN Bosses). Tanmateix, per part dels assistents es van rebre **propostes de millora** en qüestions com la **venda d’entrada i els accessos al recinte.** “Està pitjor organitzat que l’any passat. Abans els estudiants teníem un passe directe i ara hem de fer cua com tothom”, explicava Carla Martínez.

Finalment, quan es feia la pregunta de què no podria faltar en la **fira de videojocs dels seus somnis** o com els agradaria que fos, molts comentaven que seria com l’indie Dev Day, però de **dimensions més grans**, així com se celebressin fires complementaries com és el cas de la Devcom i de la Gamescom. També destacaven que els agradaria veure **més presència de videojocs triple A**, sigui a l’Indie Dev Day o en congrés especialitzat. Les **conferències** o les **activitats de networking** també eren de les més repetides com **essencials** en fires d’aquest caire. Però, per altre costat, sorgien altres idees de possibles congressos de videojocs i temàtiques que no solen estar del tot representades. Un dels desenvolupadors de Gameloft Barcelona entrevistats deia: “Ens agradaria veure esdeveniments amb impacte social: temes de monetització, videojocs i infància, diversitat... patrocinats per l’Estat” així com l’Elena Statsenko de Larian Studios també comentava: “Si poguéssim fer un esdeveniment més especialitzat, estaria molt bé. Per exemple, un dia dedicat a la música, un altre a l’art, i un altre a la documentació o narrativa. Això seria molt més eficient, perquè podries tenir justament el públic que vol venir aquell dia específic per preguntar i respondre sobre aquell tema.”

En conjunt, tots els entrevistats conclouen que ara mateix l'Indie Dev Day s'ha consolidat com la **fira de referència dels videojocs a Barcelona**, així com del videojoc *indie* a tot l'Estat i d'una de les més importants del sud d'Europa. Valoren sobretot la **connexió i proximitat que s'estableix entre jugadors i desenvolupadors** i, tenen la mirada posada en el futur creixement de la fira i com aquesta relació i, característica, pot arribar a mantenir-se.

### 5.2.2. Indie Games TRS

Un altre dels congressos que s'ha volgut conèixer més en detall, és l'Indie Games TRS, un esdeveniment impulsat per l'Ajuntament de Terrassa amb la col·laboració del Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia (CITM-UPC) com a responsable de la direcció de continguts del congrés. En ser un esdeveniment petit i molt nou, tan sols compte amb dues edicions, és per això, que s'ha entrevistat a una de les organitzadores, la Marta Fernández, Coordinadora del grau en Disseny i Desenvolupament de Videojocs del CITM-UPC, per obtenir informació de primera mà.

#### 5.2.2.1. Història i evolució

Segons explica la Marta Fernández, el congrés neix l'any 2023 d'una iniciativa municipal amb la voluntat de posicionar Terrassa com un node estratègic del sector del videojoc, aprofitant l'especialitat històrica de la ciutat en l'àmbit audiovisual i els videojocs. L'objectiu principal és **promoure l'ocupació i l'autoocupació al Vallès Occidental**, així com **fomentar sinergies entre universitat, indústria i institucions**. Amb aquest esperit va néixer una proposta diferenciada i amb vocació de continuïtat i, ara per ara, porta dues edicions, 2023 i 2024 i, està en procés d'organització l'edició 2025.

#### 5.2.2.2. Format i model d'organització

L'Indie Games TRS es basa en un **model biennal altern**, en què s'intercalen edicions d'un format més gran amb edicions més petites, segons Marta Fernández, s'ha pres aquesta decisió per tal de garantir la sostenibilitat del projecte. La primera edició, el

2023, va comptar amb una gran varietat d'activitats: conferències sobre indústria, art i tecnologia, una *Game Jam*, un simposi acadèmic i una zona d'estands. El 2024, en canvi, es va optar per una jornada centrada en la temàtica de la música, amb xerrades al matí i un taller a la tarda.

Una de les característiques singulars de l'esdeveniment és la definició d'un tema central a cada edició, que dona coherència a les activitats i en reforça la identitat. També, com es fan en altres fires, s'adopten dinàmiques per tal de fomentar el *networking* entre els participants. En l'edició del 2023, es va implementar el "Bosc Indie", una proposta gamificada amb el propòsit darrerament esmentat. "són detalls que donen vida a l'esdeveniment i que creiem que funcionen molt bé", deia la Marta Fernández.

#### 5.2.2.3. Finançament i viabilitat econòmica

L'esdeveniment se sustenta principalment amb finançament públic, a través de subvencions municipals i ajudes de convocatòries anuals.

Els principals costos s'associen a la remuneració de les ponències i a les despeses de desplaçament i dietes de professionals convidats, especialment quan són de fora de Catalunya. També hi ha costos d'infraestructura, com el lloguer de monitors o espais específics. L'organització es duu a terme amb el suport del professorat, el personal de secretaria i el mateix equip del CITM.

#### 5.2.2.4. Empreses, expositors i públic

Pel que fa a les empreses i perfils que hi participen en el congrés, l'Indie Games TRS ha comptat amb la presència de figures rellevants del sector local. En la primera edició, per exemple, s'hi va convidar Joan Francesc Bañó (GameBCN), i el 2024 hi van assistir representants de l'estudi T2T Tech. En diversos casos, s'han establert contactes professionals amb resultats tangibles, com el cas d'una estudiant del CITM que "va

presentar el seu joc a la sessió amb editors, i José Antonio Andújar de HanduSoft li va oferir publicar-lo”.

El congrés se centra sobretot és cap als estudiants i joves desenvolupadors, tot i que es vol potenciar la participació de perfils més transversals i empreses en pròximes edicions.

#### 5.2.2.5. Infraestructura i logística

Les activitats tenen lloc al CITM-UPC, amb suport dels espais disponibles dins del campus, per exemple, en l'edició del 2023, també es va comptar amb l'espai de l'auditori municipal de Terrassa. Un dels reptes logístics més destacats, que esmentava la Marta Fernández, ha estat la gestió de l'espai exterior, ja que l'Ajuntament volia instal·lar *food trucks* en espais d'ús docent com l'aparcament. Aquesta gestió va requerir una mediació entre les necessitats de l'esdeveniment i les limitacions del centre.

#### 5.2.2.6. Impacte sobre la ciutat i mediambiental

Quant a l'impacte de l'esdeveniment en la ciutat i en la mateixa indústria, la Marta Fernández, destaca la visibilització del videojoc a Terrassa i al Vallès Occidental.

Pel que fa a la sostenibilitat ambiental, l'organització reconeix que encara és una tasca pendent. Encara no s'han implementat mesures específiques, com la promoció del transport sostenible per als ponents, tot i ser una línia de treball que es vol abordar en futures edicions.

#### 5.2.2.7. Màrqueting, publicitat i comunicació

La difusió del congrés s'ha fet principalment a través de xarxes socials i col·laboracions amb mitjans especialitzats. El 2023, els organitzadors van ser entrevistats al programa Generació Digital, i es va realitzar un podcast amb Lúdica dins del mateix

esdeveniment. Tot i els recursos limitats, s'ha aconseguit un bon nivell de visibilitat, especialment entre la comunitat educativa i acadèmica.

Actualment, no es disposa d'un sistema formalitzat de recollida de *feedback*, tot i que les impressions rebudes han estat molt positives. Aquesta, comenten, que serà una de les millores a tenir en compte en futures edicions, juntament amb l'ampliació del ventall de formats i activitats, i una major integració entre acadèmia i indústria.

### 5.3. Estudi de fires de videojocs de nivell internacional

En aquest apartat, es vol estudiar i analitzar fires internacionals de rellevància i que les fan ser un esdeveniment de referència en la indústria del videojoc. És per això, que s'ha volgut analitzar una fira híbrida (B2C + B2B) com és la Gamescom i, per un altre costat, una fira més centrada en el B2B i en els desenvolupadors com és la Game Developers Conference (GDC).

Per dur a terme aquest estudi en més profunditat i proporcionar dades rigoroses i de primera mà dels esdeveniments, es va voler contactar amb diferents professionals encarregats de l'organització d'aquestes fires, com Jay Zhao i Nicola Ballea de la Gamescom, però malauradament no es va poder establir contacte per tal de poder-los entrevistar. Tanmateix, tota la informació que es presenta a continuació, ha estat extreta i avaluada, de diversos mitjans així com fonts dels mateixos esdeveniments.

#### 5.3.1. Gamescom

##### 5.3.1.1. Descripció i format del congrés

La Gamescom és la fira de videojocs actualment més gran d'Europa, així com amb més influència a nivell mundial. Aquesta és organitzada per l'associació alemanya del videojoc, *game – Verband der deutschen Games-Branche* i, té lloc de forma anual a Koelnmesse, Colònia, Alemanya a finals d'agost. És una fira de videojocs que combina el B2C, amb una gran àrea d'expositors, videojocs retro, activitats d'entreteniment

divers..., amb una zona dedicada exclusivament al B2B amb zones de conferències, amb sessions *pitch*, zones de *networking*, d'entrevistes...

Jorge Cabezas (Larian Studios) destaca que esdeveniments com la Gamescom “tenen la capacitat d’atreure absolutament tothom, des de gran empresa fins a públic general”, i que la combinació de negoci i espectacle “està molt ben resolta gràcies a la separació d’espais”. Aquestes estructures consolidades contrasten amb el format híbrid més difús del BCN Game Fest o altres fires locals.

Tanmateix, cada any, aquest esdeveniment ve precedit per un altre, just dies abans, la **Devcom**. Un esdeveniment dedicat exclusivament als desenvolupadors, similar a la GDC. (Gamescom, 2025)

#### 5.3.1.2. Primera edició i evolució

La primera edició de la Gamescom va tenir lloc entre el 19 i el 23 d’agost de 2009, amb **245.000 assistents** i més de **800 expositors**. Aquesta va substituir l’esdeveniment Games Convention que tenia lloc des del 2002 a Leipzig. En aquella primera edició, un dels majors anuncis va ser fet per Sony on anuncià un model millorat i actualitzat de la seva consola, la Play Station 3 Slim. Des d’aleshores, la Gamescom ha anat evolucionant i creixent, tant en expositors com en públic assistent.

Tanmateix, la fira s’ha consolidat com una de les majors trobades anuals del sector, a causa de la desaparició de l’E3 de Los Angeles l’any 2023, convertint-se en la fira híbrida (B2C + B2B) de referència internacional. Actualment, és l’esdeveniment de videojocs amb més assistència de públic, en format presencial del món.

#### 5.3.1.3. Mitjana d’assistents

Segons dades de la mateixa organització, la fira ha tingut un creixement constant i notable al llarg dels anys. Aquest creixement sostingut ha anat des de les 245.000 persones en la seva primera edició l’any 2009, fins a les **335.000** en la seva edició més

recent l'any 2024. El pic històric d'assistència va tenir l'any 2019 on es van arribar a les **373.000 persones**. Els dos anys següents, 2020 i 2021, la fira es va desenvolupar completament en línia per la pandèmia de la COVID-19.

#### 5.3.1.4. Empreses i expositors participants

En la primera edició de la fira l'any 2009, va comptar amb a prop **450 expositors de 31 països diferents**. Algunes de les empreses i estudis que van participar en un primer moment van ser, Atari, Capcom, Electronic Arts, Microsoft, Sega, Sony o Ubisoft.

Tanmateix, i, com s'ha esmentat, aquesta fira ha anat creixent al llarg de les seves edicions, fins a arribar a la de l'any 2024, on va comptar amb **1.400 expositors**, entre els quals destaquen Xbox, Ubisoft, Bandai Namco o Sega. Així com també destaca la participació de plataformes de distribució com Steam o Epic Games, així com una gran presència d'estudis *indies* en l'espai Arena Booth.

Per afavorir tot l'àmbit del B2B, va sorgir l'anomenat *Gamescom Biz*, el qual és un espai que promou el *networking*, les reunions B2B i, d'altres activitats dirigides a professionals com el *Gamescom Pitch* que compta amb la participació de *publishers* i inversors internacionals. (Gamescom, 2024)

#### 5.3.1.5. Recinte on té lloc

Aquesta fira de caràcter anual, té lloc en el recinte de Koelnmesse, aquest n'és un dels recintes firals més grans d'Europa, així com dels més moderns. Compta amb una superfície total d'exposició de més de **284.000 m<sup>2</sup>** i una molt bona connectivitat, tant amb la ciutat de Colònia com amb d'altres nuclis de transport. En aquest espai tenen lloc altres fires de gran renom com Photokina, la fira més gran d'Europa dedicada al món de la fotografia i la imatge o, Anuga, la fira més gran sobre menjar i beguda. (Koelnmesse, 2025)

#### 5.3.1.6. Impacte sobre la ciutat

L'impacte econòmic i turístic de la Gamescom sobre la ciutat de Colònia i Alemanya és molt destacat. Segons l'organització, la fira genera un volum de negoci al voltant de més de **393 milions d'euros per edició**, amb una alta ocupació hotelera, increment del consum local i projecció internacional de la ciutat com a capital del videojoc europeu durant els dies de l'esdeveniment. A més, la ciutat es transforma amb activitats paral·leles com concerts, exposicions o trobades informals com la *Gamescom City Festival*, integrant el congrés dins del teixit urbà. (Gamescom, 2024)

#### 5.3.1.7. Experiència d'assistents a Gamescom 2024

Darrerament, en aquest apartat s'expressen les conclusions arribades després de les entrevistes realitzades a dues persones assistents a l'edició 2024. Per un costat, a en Joan Francesc Bañó, com a professional de la indústria del videojoc a Catalunya i Barcelona i, director executiu de GameBCN i, a en David Boces, com a desenvolupador i públic general de la fira.

Segons Bañó, **la Gamescom és una plataforma clau per a la connexió entre desenvolupadors i publishers internacionals**, així com un espai idoni per a la cerca de finançament, localització i distribució. Tanmateix, tot i la digitalització d'esdeveniments de videojocs, insisteix que "el contacte físic segueix sent molt important" i que les reunions presencials que s'hi poden fer tenen un impacte directe en la trajectòria de molts projectes.

Per altre costat, posa en valor la **clara separació entre els espais B2B i B2C**. Segons el seu testimoni, aquesta distinció permet que els professionals puguin tancar reunions de negoci de forma còmoda, alhora que s'ofereix un espai espectacular per al públic general amb grans muntatges i presència de jocs triple A. "Tots tenim aquest nen interior que s'emociona amb aquestes coses", comenta, referint-se a la capacitat d'aquest esdeveniment per combinar negoci i espectacle.

Com a objectius concrets de GameBCN a la fira, Bañó destaca les **reunions amb publishers i inversors**, l'anàlisi de **tendències de mercat** i la promoció dels estudis incubats, que també tenen l'oportunitat de fer contactes directes amb l'ecosistema internacional.

Finalment, Bañó apunta que Barcelona té el potencial per acollir un esdeveniment similar, però remarca que caldria una aposta estratègica i conjunta per part de les institucions i un promotor fort, així com una proposta de valor diferenciada que eviti competir directament amb esdeveniments ja consolidats com la Gamescom o la GDC.

Per altra banda, el testimoni de David Boces, assistent a la fira tant com a públic general, complementa aquesta visió professional amb una perspectiva més vivencial. Segons Boces, la Gamescom destaca especialment per “la quantitat de novetats que pots veure i jugar en exclusiva”, així com per la sensació d'estar gaudint d'una experiència reservada habitualment a la premsa especialitzada: “et fa sentir com a públic que ets tan important com si fossis premsa”.

## 5.3.2. Game Developers Conference (GDC)

### 5.3.2.1. Descripció i format del congrés

La Game Developers Conference (GDC) és el **congrés anual més important, a tot el món**, dedicat **exclusivament al desenvolupament (B2B)** de videojocs. Té lloc, habitualment, al mes de març a San Francisco, i reuneix milers de professionals del sector on es combinen ponències tècniques, conferències magistrals, tallers, taules rodones, zones d'exposició i premis. La GDC destaca pel seu enfocament purament B2B, a diferència d'altres fires que barregen B2B + B2C com la Gamescom.

El format de la GDC es caracteritza per dividir-se en diferents àrees i activitats: les *Talks* o sessions impartides per professionals internacionals, els *summits* temàtics (com poden ser de narrativa, realitat virtual o disseny de jocs), les exposicions d'empreses i *startups*, així com l'*Independent Games Festival* o els *Game Developers Choice Awards*.

També hi ha àrees dedicades pel *networking* com el *GDC Pitch* o el *GDC Nights*. (GDC, 2025)

Segons Jorge Cabezas (Larian Studios), “la GDC és una combinació molt bona de tot: ponències superpotents i una part d'exposició professional molt clara”. Aquest model és per a molts estudis una referència clara del que hauria de ser un esdeveniment amb veritable impacte industrial i internacional.

#### 5.3.2.2. Primera edició i evolució

La primera edició de la GDC, que va ser la conversió de la Computer Game Developers Conference, va tenir lloc el **1988** a San José (Califòrnia), Estats Units d'Amèrica, amb **solament 25 assistents**. Tanmateix, com s'explica en el punt [2.1.1. Orígens i evolució](#), va ser la primera “fira” del videojoc. Va ser organitzada per Chris Crawford (dissenyador de videojocs a Atari), com un espai informal per **intercanviar idees entre desenvolupadors**.

Durant la dècada dels 90 i 2000, la GDC va ser el pic de creixement de la fira, on va prendre el seu nom actual i consolidant-se com a fira internacional. El 2005 es va traslladar al Moscone Center de San Francisco, Estats Units d'Amèrica, on s'ha mantingut com a seu estable fins al dia d'avui. En 2019, abans de la pandèmia, va assolir els 29.000 assistents, i des de la seva represa presencial ha mantingut una mitjana de 28.000 a 30.000 participants.

La GDC també **ha tingut altres edicions més secundàries** com la GDC Europe o la GDC China, tot i que la principal segueix sent la de San Francisco continua.

#### 5.3.2.3. Mitjana d'assistents

Com s'esmenta en el punt anterior, la GDC ha anat augmentant de públic, des de les 25 persones en la seva primeríssima edició, fins als **30.000 assistents avui dia**. Aquesta mitjana de públic s'ha mantingut en el temps, exceptuant les edicions postpandèmia

de la COVID-19, on va haver-hi una lleu caiguda. En comparació a altres fires exclusivament professionals, aquesta n'és la que aconsegueix atreure més públic B2B d'arreu del món.

#### 5.3.2.4. Empreses i expositors participants

Pel que fa a les empreses que assisteixen a la GDC, aquesta fira acull centenars d'empreses i expositors, que van des de gegants de la indústria com Google, Meta, Microsoft, Sony o Nintendo, fins a empreses de *middleware*<sup>18</sup>, plataformes de distribució i estudis *indies*. És per això, que la conferència es distribueix en diferents àrees, cada una dedicada a un sector, com la *GDC Expo* (pels expositors), l'*Indie Pavillon* (pels estudis *indies*) o la *GDC PLayer & Pitch* (per projectes innovadors i sessions de *pitching*).

En la seva edició més recent, la de 2025, va comptar amb la participació de **més de 400 empreses del sector digital i del videojoc**. És per això, que es pot considerar un dels espais més idonis de negoci per la seva gran varietat d'empreses que hi participen. (GDC, 2025)

#### 5.3.2.5. Recinte on té lloc

Actualment, la fira té lloc al recinte firal de Moscone Convention Center, situat al centre de San Francisco, Califòrnia, Estats Units d'Amèrica. Aquest recinte és un dels centres de convenció més grans i moderns, amb un espai expositiu total de més de 185.000 m<sup>2</sup>, repartits en diferents pavellons. Aquest espai és comparable al de la Gamescom o als recintes firals de Fira de Barcelona. (GDC, 2025)

Tanmateix, es pot fer una altra reflexió, que no és d'estranyar que el major esdeveniment per a professionals i desenvolupadors digitals, tingui lloc a San Francisco,

---

<sup>18</sup> El **middleware** és un programari intermediari que facilita la comunicació i la integració entre diferents aplicacions o components d'un videojoc, com ara motors gràfics, àudio, xarxes o sistemes de física, optimitzant-ne el desenvolupament.

on es troba el **Silicon Valley**, casa de les majors empreses tecnològiques del món, com Apple o Microsoft, entre d'altres.

#### 5.3.2.6. Impacte sobre la ciutat

Segons dades del propi recinte firal de Moscone ConventionCenter, aquest va generar al voltant de **175 milions de dòlars** en el primer trimestre de 2025. D'aquí es desprèn la GDC com un dels principals motors, on segons San Francisco Travel, el congrés va generar entre **32 i 40 milions de dòlars**, l'any 2024, en despesa directa de l'esdeveniment o, indirecta, en hotels, restaurants, transport i altres serveis, en la ciutat de San Francisco i la seva Badia. (Luz Pena - ABC News, 2024)

## 5.4. Anàlisi de Barcelona, recursos i infraestructures

En aquest apartat s'ha volgut fer un estudi de quina és la situació de la indústria dels videojocs a Barcelona, així com de quins recursos, infraestructures i oportunitats compta la ciutat per fer una fira d'aquestes característiques.

### 5.4.1. Infraestructura i espais disponibles

Barcelona sempre ha estat una ciutat de grans esdeveniments i també acollidora de nombroses fires i congressos de tota mena. És per això, que la ciutat disposa d'una àmplia gamma de recintes firals i de convencions, amb espais versàtils i equipaments adequats per a tota mena d'actes. A continuació, es detalla en una taula, els recintes més freqüentment utilitzats per aquest tipus d'esdeveniments així com comparen les diferents característiques d'uns i d'altres:

Recinte	Superfície Bruta Expositiva	Capacitat màxima (persones)	Nombre de Sales/Pavellons	Serveis destacats
<b>Fira de Barcelona – Gran Via</b>	240.000 m <sup>2</sup>	Fins a 30.000	8 pavellons	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 8 pavellons interconnectats amb passarel·la</li> <li>- Centre de convencions amb capacitat per a 12.000 persones</li> <li>- 45 restaurants</li> <li>- 4.580 places d'aparcament</li> <li>- Heliport</li> <li>- Parc fotovoltaic amb 26.000 plaques solars</li> </ul>
<b>Fira de Barcelona – Montjuïc</b>	153.000 m <sup>2</sup>	Fins a 20.000	8 pavellons	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicació cèntrica</li> <li>- Diversos pavellons històrics</li> <li>- 15 restaurants</li> <li>- 1.900 places d'aparcament</li> <li>- Palau de Congressos amb capacitat per a 1.609 persones</li> <li>- Proximitat a hotels i serveis turístics</li> </ul>
<b>CCIB (Centre Convencions)</b>	100.000 m <sup>2</sup>	Fins a 15.000	46 sales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 46 sales amb llum natural</li> <li>- Sala polivalent de 11.340 m<sup>2</sup></li> <li>- Auditori amb capacitat per a més de 3.800 persones</li> </ul>
<b>La Farga de l'Hospitalet</b>	8.500 m <sup>2</sup>	Fins a 7.874	1 nau central i diverses sales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nau central de 7.874 m<sup>2</sup></li> <li>- Auditori amb 213 butaques</li> <li>- Sales modulables</li> <li>- Ubicació propera a transport públic</li> </ul>

<b>Palau de Congressos de Catalunya</b>	4.000 m <sup>2</sup>	Fins a 3.000	Diverses sales	- Ubicació a l'Avinguda Diagonal
<b>World Trade Center Barcelona</b>	4.000 m <sup>2</sup>	Fins a 1.500	Diverses sales	- Ubicació al port de Barcelona - Serveis per a empreses
<b>Poble Espanyol</b>	40.000 m <sup>2</sup>	Fins a 2.800	Diversos espais	- Espai a l'aire lliure amb arquitectura tradicional - Diversos espais per a esdeveniments culturals i socials

*Taula 5: Taula comparativa de recintes firals i centres de convencions a Barcelona*

Els tipus d'esdeveniments que se solen fer en cada un dels recintes i alguns dels més destacats que han tingut lloc són:

- **Fira de Barcelona – Gran Via:** Recinte dedicat a fires internacionals de grans dimensions amb gran afluència de públic. Alguns exemples són:
  - Mobile World Congress
  - Integrated Systems Europe (ISE)
- **Fira de Barcelona – Montjuïc:** Recinte dedicat a fires comercials i culturals, així com esdeveniments urbans i de proximitat. S'utilitza sovint per fires de mitja dimensió. Alguns exemples són:
  - Talent Arena (part del MWC)
  - Barcelona Games World i Nice One Barcelona (anteriorment)
- **Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB):** Centre dedicat a congressos internacionals així com esdeveniments corporatius de gran format. Sobretot enfocat a convencions professionals. Alguns exemples són:
  - Gartner IT Symposium/Xpo EMEA

- **La Farga de l'Hospitalet:** Recinte dedicat a fires temàtiques de petit i mitjà format. S'utilitza per esdeveniments locals de l'àmbit cultural i social. Alguns exemples són:
  - BCN Game Fest
  - SAGA
  - Retro Barcelona
- **Palau de Congressos de Catalunya:** Espai dedicat a congressos científics així com d'altres esdeveniments corporatius i professionals.
- **World Trade Center Barcelona:** Espai dedicat a reunions i convencions empresarials. S'utilitza per esdeveniments corporatius de mitjà format.
- **Poble Espanyol:** Recinte dedicat a esdeveniments culturals i artístics, així com festivals, concerts, fires gastronòmiques o artesanals.

A més a més d'aquests recintes, també de vegades se solen utilitzar hotels com a espais de conferències i congressos de petit format, molt específics, professionals i privats. Aquest és el cas, per exemple del Pocket Gamer Connects que ha tingut lloc enguany a Barcelona, a l'hotel Hyatt Regency Barcelona Tower. Aquest tipus d'espais també se solen triar per tal de facilitar l'allotjament dels assistents i fer-ne ús, tant d'espai de congrés com d'allotjament dels congressistes.

Segons Anila Andrade (Socialpoint), Barcelona compta amb una infraestructura firal consolidada, tal com demostra l'èxit del MWC, que fins i tot estudia incorporar un eix de videojocs. Aquest potencial reforça la viabilitat logística d'un esdeveniment internacional a la ciutat.

#### 5.4.2. Ecosistema de videojocs a Barcelona

Com bé s'ha anat repetint al llarg d'aquest treball, Barcelona s'ha consolidat com un dels principals pols d'atracció i hubs de videojocs del sud d'Europa. L'ecosistema de la regió compta amb empreses internacionals així com de gran quantitat d'estudis independents emergents. Tanmateix, compta amb diverses institucions educatives

especialitzades en els videojocs i l'art digital així com una comunitat activa de desenvolupadors i jugadors. Aquestes dades es poden veure contrastades en les següents taules que presenten la informació relativa a estudis i empreses de desenvolupament; formació, escoles i universitats i, agents dinamitzadors del sector.

#### 5.4.2.1. Estudis i empreses de desenvolupament

Per la part d'empresa, tal com s'exposa en l'apartat [2.2. La indústria del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat](#), Catalunya comptava, l'any 2024, amb 160 estudis i empreses en actiu relacionades amb la indústria dels videojocs, el qual suposa el 32,3% de tot l'Estat. Com s'ha esmentat prèviament, van des de grans multinacionals fins a estudis independents. Aquest fenomen d'atracció de noves empreses s'explica, en part, per l'existència d'un ecosistema consolidat. Com apunta Joan Francesc Bañó (GameBCN), "les empreses venen perquè n'hi ha moltes altres i se senten atretes pel que ja hi ha", evidenciant un efecte clúster.

Des del punt de vista d'una de les empreses més consolidades del sector a Barcelona, Anila Andrade (Socialpoint) destaca que Barcelona és ja un pol d'activitat i innovació empresarial, però manca encara una oferta firal a l'altura del seu teixit productiu.

Per Jorge Cabezas (Larian Studio), en relació amb la seva participació en fires com la BCN Game Fest, destaca que tot i formar part d'una multinacional de gran pes, "nosaltres no volíem treure protagonisme a ningú" fent referència al fet que compartien espai amb estudis més petits, però que no busquen ni competitivitat ni fer-ne ombra. Segons el *Catàleg d'Empreses de Videojocs a Catalunya (2024)*, algunes destacades són:

<b>Empresa</b>	<b>Tipus d'empresa</b>	<b>Plataformes Principals</b>	<b>Jocs destacats/Activitat principal</b>
<b>King (Activision Blizzard, Microsoft)</b>	Multinacional	Mòbil, Web	Candy Crush Saga, Bubble Witch Saga
<b>Ubisoft Barcelona</b>	Multinacional	Consoles, PC, Mòbil	Assassin's Creed, Far Cry, Just Dance
<b>Scopely (Savvy Games Group)</b>	Multinacional	Mòbil, PC	Stumble Guys, Scrabble GO, WWE Champions
<b>Socialpoint (Take-Two Interactive)</b>	Estudi local	Mòbil	Dragon City, Monster Legends
<b>Gameloft Barcelona</b>	Multinacional	Mòbil, Consoles, PC	Asphalt, Modern Combat
<b>Larian Studios</b>	Multinacional	Consoles, PC	Baldur's Gate III
<b>Digital Legends (Microsoft)</b>	Multinacional	Mòbil	Call of Duty Mobile, Afterpulse
<b>Anchor Point (NetEase)</b>	Multinacional	Consoles, PC	Jocs d'acció per consola i PC
<b>IO Interactive</b>	Multinacional	Consoles, PC	Hitman series, Project 007
<b>Rovio (SEGA)</b>	Multinacional	Mòbil, Consoles	Angry Birds series, Small Town Murders
<b>Bandai Namco Mobile</b>	Multinacional	Mòbil	Dragon Ball Z Dokkan Battle, One Piece Treasure Cruise
<b>Sandsoft Games</b>	Internacional	Mòbil	Pocket Necromancer, Wizario
<b>Nomada Studio</b>	Estudi independent	Consoles, PC	Gris, Neva

<b>2Awesome Studio</b>	Estudi independent	Consoles, PC	AK-xolotl, Aeon Drive
<b>Mango Protocol</b>	Estudi independent	Consoles, PC	CleM, Colossus Down
<b>Herobeat Studios</b>	Estudi independent	Consoles, PC	Endling – Extinction is Forever

*Taula 6: Taula d'empreses locals de videojocs a Catalunya*

Si s'analitza tot el llistat d'estudis de videojocs actius a Catalunya l'any 2024, cal destacar que tan sol entre el **3 i el 5% del total, son estudis triple A, o bé, filials de multinacionals** com Ubisoft, Bandai Namco, Socialpoint/Take-Two, Digital Legends, King/Microsoft, etc.

Per altre costat, també s'ha analitzat per quina plataforma desenvolupen, on el mòbil i el PC destaquen per ser dels segments més grans.

**Distribució  
del videojoc  
segons  
plataforma.  
2022**

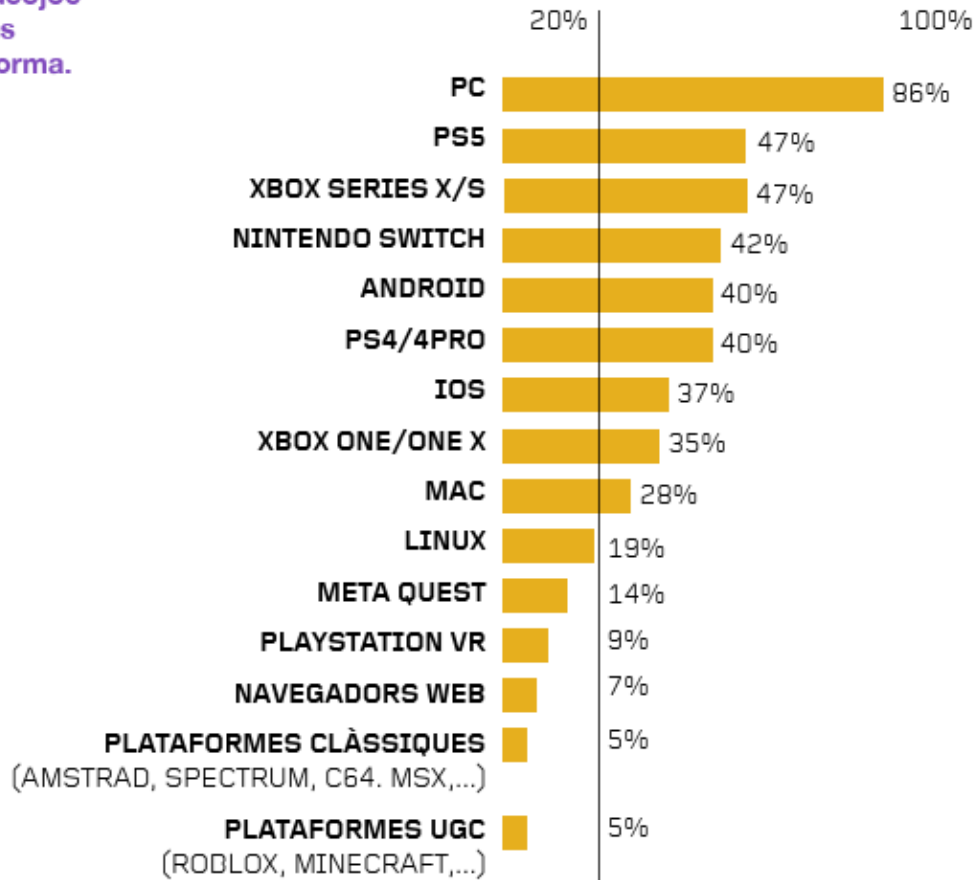


Figura 12: Distribució del videojoc segons plataforma 2022 - El llibre Blanc de la indústria Catalana del videojoc (2023)

**Figura 22. Plataformas utilizadas por los estudios españoles**

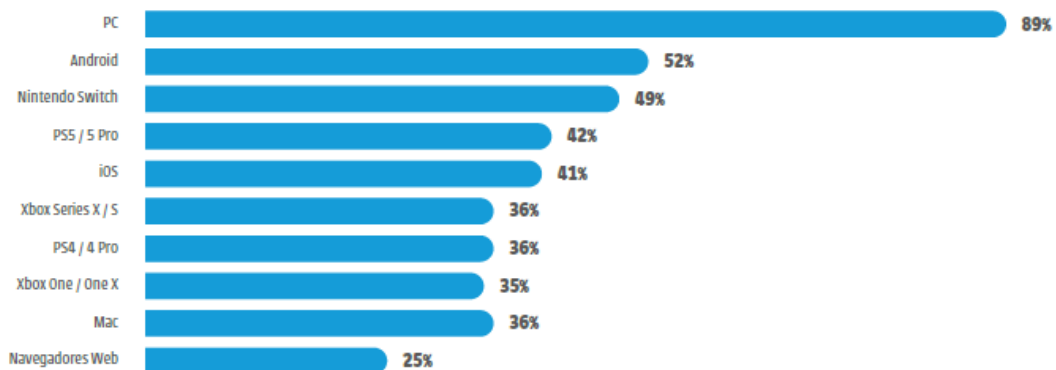


Figura 13: Plataformes utilitzades per estudis a l'Estat - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024)

Tanmateix, cal destacar que tot i la crisi global del sector dels videojocs, especialment visible en els acomiadaments massius d'algunes multinacionals i en el tancament de grans estudis internacionals, el teixit empresarial català ha demostrat una notable resiliència. Tal com apunta Carles Sora (CITM-UPC), “no han tancat tantes empreses com en altres llocs”, i això es pot atribuir a l'existència d'un ecosistema de petites i mitjanes empreses.

#### 5.4.2.2. Formació, escoles i universitats

Per la part de formació i escoles, hi ha hagut un gran creixement en els darrers anys. Catalunya compta amb diferents programes educatius especialitzats que van des de graus universitaris i màsters, passant per cicles formatius de grau superior, fins a cursos molt especialitzats.

Segons la Direcció General d'Innovació i Cultura Digital (2024), alguns dels més destacats són:

Tipus	Nom del Curs / Grau / Màster	Centre
<b>Grau universitari</b>	Disseny i Desenvolupament de Videojocs	CITM - UPC (Terrassa i Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Disseny i Desenvolupament de Videojocs	TecnoCampus - UPF (Mataró, Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Doble titulació en Enginyeria Informàtica i Disseny i Producció de Videojocs	TecnoCampus - UPF (Mataró, Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Disseny i Desenvolupament de Videojocs i Jocs Aplicats	ENTI - UB (Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Disseny, Animació i Art Digital per a Videojocs i Jocs Aplicats	ENTI - UB (Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Disseny i desenvolupament de videojocs	UdG (Girona)

<b>Grau universitari</b>	Enginyeria Multimèdia amb menció en Videojocs	URL - La Salle (Barcelona)
<b>Grau universitari</b>	Multimèdia. Aplicacions i Videojocs	UVIC (Vic)
<b>Màster universitari</b>	Màster en Animation & Digital Arts for AAA Video Games	UPC (Barcelona)
<b>Màster universitari</b>	Advanced Programming for AAA Video Games	UPC (Barcelona)
<b>Postgrau</b>	Postgrau en Tècnic Art Digital	UPC (Barcelona)
<b>Màster universitari</b>	Videojocs: Disseny, Creació i Programació	BSM - UPF (Barcelona)
<b>Màster universitari</b>	Desenvolupament Avançat de Videojocs	URL - La Salle (Barcelona)
<b>Màster universitari</b>	Màster universitari de Disseny i Programació de Videojocs	UOC (A distància)
<b>Màster universitari</b>	Màster en Disseny Narratiu de Videojocs	UAB (Bellaterra, Barcelona)
<b>CFGS</b>	Animació (Videojocs i Entorns Virtuals)	EASD
<b>CFGS</b>	Animacions 3D, Jocs i Entorns Interactius	Diversos centres
<b>CFGS</b>	Desenvolupament d'Aplicacions Multiplataforma (Videojocs i Oci Digital)	Diversos centres

*Taula 7: Taula d'escoles i formació especialitzada de videojocs a Catalunya*

Un dels aspectes clau per al desenvolupament d'un ecosistema fort de videojocs és la formació. Actualment, Catalunya no compta amb un centre públic de referència dedicat exclusivament als videojocs, amb l'excepció del grau que s'ofereix a Girona. Això contrasta amb altres comunitats autònomes que sí que han apostat per una oferta pública. Segons Carles Sora (CITM\_UPC), no hi ha cap visió estratègica per part de les universitats públiques envers la formació en videojocs, i l'oferta privada prolifera sense un control clar dels estàndards de qualitat.

Aquesta situació genera un model desigual, on la formació privada s'imposa de manera desordenada, mentre que el sector públic es queda enrere. En l'entrevista amb Carles Sora argumenta que "si Catalunya disposés d'una escola pública de videojocs amb prestigi i accés regulat, això permetria atraure estudiants amb alt nivell i compromís, generant promocions de graduats amb molt potencial per a la indústria".

D'altra banda, els centres formatius sovint no són tractats com a agents actius del desenvolupament del sector. Tal com continuava en Carles, "ens sentim una quota. Complim amb un estand, paguem per ser-hi i ja està. No hi ha gaire més conversa". Aquest sentiment es fa palès especialment en esdeveniments com la BCN Game Fest, on la presència de les escoles és més per ser-hi que per un motiu clar. La falta de diàleg entre organitzadors d'esdeveniments i centres docents impedeix que es pugui aprofitar tot el potencial educatiu i professional del territori.

Tanmateix, professionals com l'Anila Andrade (Socialpoint) destaca la solidesa de l'ecosistema educatiu com una de les fortaleses de Barcelona. Aquesta col·laboració entre empreses i institucions acadèmiques afavoreix el creixement del sector des de la base.

#### 5.4.2.3. Agents dinamitzadors del sector

Darrerament, a Barcelona, Catalunya i a l'Estat, diverses entitats i iniciatives juguen un paper clau en la dinamització del sector del videojoc, facilitant la col·laboració entre empreses, professionals i institucions. Conèixer aquests agents és fonamental per comprendre l'ecosistema actual i valorar el suport que podrien oferir a l'hora d'impulsar un esdeveniment internacional de videojocs. Algunes d'elles, tant en l'àmbit local com estatal, són:

Tipus d'agent	Entitat / Iniciativa	Funció principal	Abast
Associacions sectorials	<b>AEVI</b>	Principal associació del sector a escala estatal. Representa empreses i estudis i defensa els interessos polítics i econòmics del sector.	Estatal
	<b>SECiVi</b>	Principal entitat acadèmica dedicada a l'estudi dels videojocs a escala estatal. Reuneix investigadors i professionals per promoure la recerca, el debat i la divulgació científica del sector.	Estatal
	<b>DEV</b>	Associació que representa les empreses desenvolupadores de videojocs a Espanya. Promou la professionalització del sector, publica el Libro Blanco i actua com a interlocutor amb institucions públiques.	Estatal
	<b>DeviCAT</b>	Associació que representa desenvolupadors i editors de videojocs a Catalunya, promovent el talent i el teixit empresarial local.	Catalunya
Clústers	<b>Clúster Audiovisual de Catalunya</b>	Agrupa empreses i institucions del sector audiovisual i del videojoc per impulsar la col·laboració i la internacionalització del sector	Catalunya
Incubadores i acceleradores	<b>GameBCN</b>	Programa d'incubació i acceleració d'àmbit local i internacional que dona suport a projectes i startups emergents	Catalunya
	<b>Catalunya Media City</b>	Macroprojecte per a la creació d'un hub digital i audiovisual amb espais d'innovació i formació en l'àmbit tecnològic i creatiu	Catalunya

Entitats públiques i instruments de suport	<b>ICEC</b>	Institut Català de les Empreses Culturals, que dona suport institucional i finançament al sector cultural i creatiu	Catalunya
	<b>Barcelona Activa</b>	Ofereix orientació professional, formació i recursos per a perfils com programadors, dissenyadors i emprenedors en el sector del videojoc	Barcelona
	<b>Taula del Videojoc</b>	Espai de coordinació impulsat per la Generalitat per desenvolupar estratègies conjuntes entre administració, acadèmia i indústria	Catalunya

Taula 8: Taula de dinamitzadors de la indústria del videojoc a Catalunya

Entitats com GameBCN tenen un rol fonamental en la projecció de nous estudis. Tal com assenyalava el seu director, Joan Francesc Bañó, l'entitat dona visibilitat als projectes incubats en fires nacionals i internacionals, i facilita l'accés a *publishers* i inversors, especialment en esdeveniments com Gamescom o Pocket Gamer Connects.

#### 5.4.2.4. La importància del sector del videojoc mòbil a Barcelona

Una de les dades més rellevants en relació amb els estudis de videojocs a Barcelona, és el gran nombre d'estudis que centren el seu desenvolupament en videojocs per a mòbils, com podem veure en el Catàleg d'empreses de videojocs a Catalunya 2024. Aquest fet no és una coincidència qualsevol, sinó a la convergència de diferents factors que van afavorir el creixement d'aquests estudis i que van contribuir a fer de la ciutat comtal, un referent de la indústria del videojoc del sud d'Europa.

Alguns d'aquests factors van ser les poques barreres d'entrada en l'inici de l'època dels *smartphones*. El desenvolupament de videojocs per a mòbils presentava uns costos inicials significativament més baixos en comparació amb els títols per a consoles o PC amb pressupostos més elevats. Segons el llibre Nova Pantalla (2023), aquest escenari va afavorir l'aparició de desenes de petits estudis a Catalunya entre els anys 2010 i

2020. Aquests números, va permetre que un gran nombre de petits estudis, *startups* i desenvolupadors independents entressin al mercat amb projectes innovadors i econòmicament viables. A més a més, els cicles de desenvolupament eren més curts i hi havia molta més facilitat per la distribució d'aquests tipus de videojocs a través de les botigues d'aplicacions (App Store, Google Play). Aquest fet va produir l'optimització dels temps de llançament i facilitar una monetització més àgil, elements clau per a la sostenibilitat d'aquestes noves empreses.

Així doncs, aquest boom de venda i adquisició d'un *smartphone* a nivell mundial, va crear un potencial públic objectiu de videojocs, sense precedents. En aquest cas, Barcelona va saber identificar aquesta audiència i mercat potencial. Amb aquesta nova plataforma es va popularitzar els models de negoci de *Free to Play* (F2P), que es basen en les microtransaccions i publicitat dintre de les apps i videojocs. Aquest model de negoci va permetre que aquests nous estudis i *startups* que s'instal·laven a Barcelona, aconseguissin milions d'usuaris i una generació d'ingressos substancials.

Aquesta aparició d'estudis de videojocs dedicats als mòbils, va venir acompanyada d'una visió estratègica de les institucions catalanes per reconèixer el potencial del sector digital tecnològic, així com dels videojocs. Aquest suport es va traduir en la creació d'oferta formativa de graus superiors i universitaris que contribuïen a formar professionals qualificats. Així com l'aposta de tenir avui dia una Direcció General de la Generalitat de Catalunya centrada en la Innovació i Cultura Digital, o bé en la contínua aposta d'atraure empreses i congressos tecnològics internacionals, com el Mobile World Congress, que afavoreixen aquest ecosistema i potencien aquest pol d'atracció de talent i inversions estrangeres.

A més, Barcelona és actualment una de les principals **capitals globals del videojoc mòbil**, al costat de Tòquio, San Francisco i Shenzhen, segons el llibre de Nova Pantalla (2023). Algunes d'aquestes empreses que s'han consolidat a Barcelona són King, Rovio, Ubisoft Mobile o Sandsoft, com s'ha pogut veure a la [Taula 6: Taula d'empreses locals de videojocs a Barcelona](#). Aquests estudis es van establir ja sigui a través de creació de

noves oficines o bé adquirint estudis locals, com va ser el cas de Larian Studios. També, aquest potencial del videojoc mòbil, ha atret enguany el congrés internacional Pocket Gamer Connects, amb la seva primera edició a Barcelona.

Així doncs, els videojocs mòbils va ser una peça clau des d'un inici per consolidar Barcelona com un hub digital i del videojoc al sud d'Europa. Avui dia, la indústria ha anat madurant, i plataformes com el PC o consoles han anat agafant més protagonisme tant a nivell català com a nivell estatal. Així i tot, el sector mòbil segueix representant un elevat percentatge dels videojocs que es desenvolupen actualment.

Tanmateix, si es fa una radiografia global de la indústria del videojoc i, més en concret del mòbil, segons el llibre Nova Pantalla (2023), prop del **80% de la facturació** de la indústria del videojoc a Catalunya l'any 2023, provenia de la producció per a plataformes mòbils i, segons el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024), la **facturació del sector mòbil va créixer un 2,8% l'any 2024**, la qual cosa suposa ser el sector que més creix. En contrapart, trobem el sector de PC que s'estancaria creixent un 0,1% i el sector de consola cauria un 3,9%. Aquestes dades reflecteixen com **els videojocs mòbils suposen el 55% de la facturació mundial de videojocs**, on fins ara suposava el 50%.

Segons consultores com Newzoo, asseguren que la indústria continuarà creixent fins a un 3,7% fins al 2027, com es pot veure en la següent gràfica.

Figura 1. Ingresos globals de jocs per plataforma

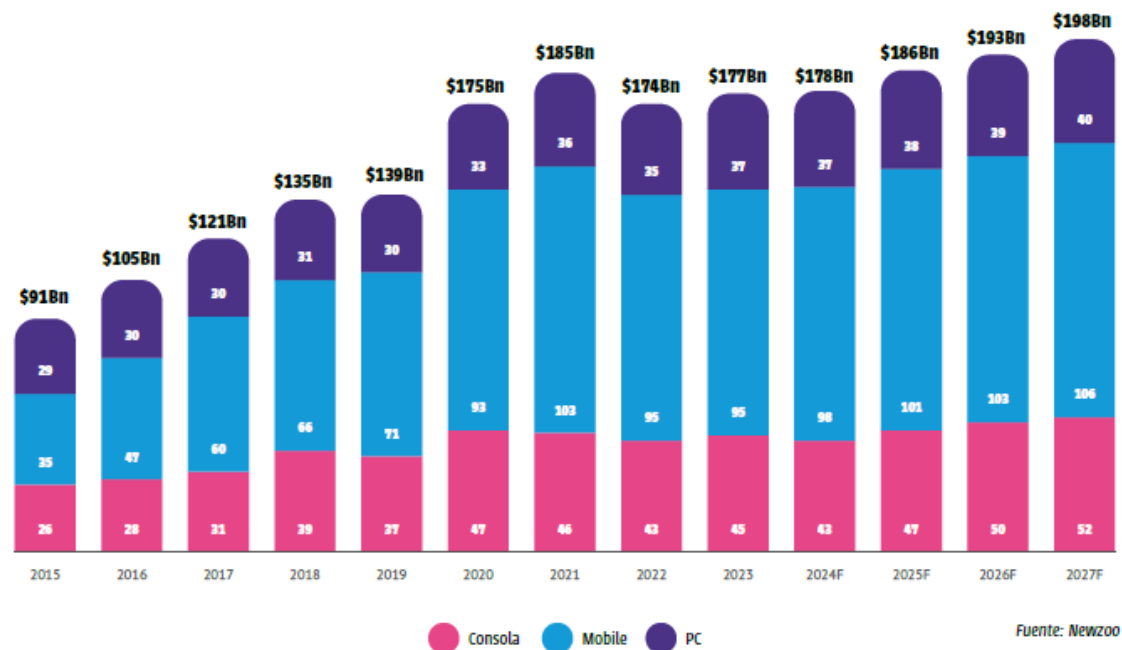


Figura 14: Ingresos globals de videojocs per plataformes - Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2024) i Newzoo

#### 5.4.2.5. La importància del sector del videojoc indie a Barcelona

Un altre dels punts forts de l'ecosistema dels videojocs a Barcelona, són els estudis *indies*. En la darrera dècada, han experimentat una evolució i creixement notable, convertint-se en un dels referents del sud d'Europa. Sent Catalunya i Barcelona, el 52% de la facturació del videojoc estatal, on una part significativa prové d'aquests estudis *indies*. Aquest apartat es basa en les informacions extretes de l'informe El sector del videojoc indie a Catalunya (2024).

Aquest mateix informe, destaca el boom que es va viure de la proliferació d'aquest tipus d'estudis al voltant de l'any 2010. Un tipus d'estudis, que per definició són petits i, sovint, amb pocs recursos. Aquesta tendència va començar a agafar rellevància arran de la publicació de títols com Gris (Nomada Studio, 2018) o, més recentment, Endling: Extinction is Forever (Herobeat Studios, 2022). Aquests dos videojocs, a més de ser un

èxit comercial, també van destacar en l'àmbit internacional, sent guanyadors de diversos premis com els *BAFTA*<sup>19</sup>.

Arran d'aquests èxits i, d'altres factors, com la incorporació de graus universitaris i altres formacions en l'àmbit del videojoc, ha fet que en els darrers deu anys el sector es desenvolupi i creixi notablement, així com també en termes d'internacionalització. A més a més del suport institucional i finançament públic local que reben aquests estudis, segons Jordi Sancho d'ACCIÓ en l'informe *El sector del videojoc indie a Catalunya (2024)*, destaca l'augment de l'interès en Catalunya i Barcelona per part d'inversors internacionals. Aquest interès es tradueix en dues grans millores per l'ecosistema local, la primera l'atracció de les empreses estrangeres per establir-se a Catalunya, així com, l'interès de *publishers* en títols *indies* desenvolupats a Catalunya.

Així com en un estudi realitzat per ACCIÓ, Catalunya ha esdevingut en els darrers cinc anys, la primera regió de la Unió Europea en captació d'inversió estrangera en el sector del videojoc, amb l'atracció d'una inversió estrangera de més de 120 milions d'euros, els quals han propiciat la creació de més de 900 llocs de treball. (El sector del videojoc indie a Catalunya, 2024).

Aquest creixement ve també acompanyat de fires i esdeveniments que han anat creixent al mateix ritme i, que han ajudat i contribuït en el desenvolupament d'aquest tipus d'estudis. El més destacat és la fira BCN Game Fest, que dedica gran part de l'exhibició i promoció als estudis *indies* locals o, el congrés dedicat exclusivament al videojoc indie, l'Indie Games TRS.

També cal destacar que un altre factor clau d'aquest creixement ha estat l'acompanyament d'una professionalització progressiva, amb el suport de programes com GameBCN, que han proporcionat mentoria, espais de *coworking* i accés a inversors a diversos estudis locals.

---

<sup>19</sup> Els **BAFTA** (British Academy of Film and Television Arts) són uns prestigiosos premis britànics que reconeixen l'excel·lència en cinema, televisió i, des del 2004, també en videojocs.

Darrerament, cal remarcar que el sector *indie* a Catalunya i Barcelona encara afronta reptes importants, com la precarietat laboral o la necessitat de finançament estable.

### 5.4.3. Viabilitat econòmica i suport institucional

Per avaluar la viabilitat econòmica i el suport institucional de les fires digitals i de videojocs a Barcelona, tant en l'actualitat com en un possible futur, s'han realitzat entrevistes amb diversos actors clau de l'administració. A continuació, es presenten els punts més rellevants extrets de les converses amb figures com Marisol López, directora general d'Innovació i Cultura Digital de la Generalitat de Catalunya, i Eva Colom, tècnica de Cultura Digital de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC).

Un dels aspectes principals destacats és la solidesa del suport institucional cap a l'ecosistema del videojoc a Barcelona. Tant des del govern com des del sector empresarial es percep una clara voluntat de consolidar i fer créixer aquesta indústria emergent.

Segons els organitzadors de la BCN Game Fest, una de les dificultats principals és cobrir els costos d'organització sense imprevistos. Eva Colom (ICEC) apunta que el repte recau en trobar un equilibri entre la magnitud de l'esdeveniment i els recursos disponibles. Tant ella com Marisol López (Generalitat) coincideixen que Barcelona encara necessita un esdeveniment de videojocs de gran escala i referència. Tanmateix, perquè aquest sigui viable, caldria que l'impulsés una entitat consolidada i amb experiència, com podria ser Fira de Barcelona. Aquest fet es justifica pels alts costos que implica el lloguer d'espais, serveis tècnics, personal, logística i les plataformes necessàries per facilitar el *networking* i el *matchmaking* entre professionals.

D'altra banda, cal destacar el compromís de les institucions públiques per fer realitat una fira d'aquesta magnitud. La Direcció General d'Innovació i Cultura Digital posa a disposició diverses línies específiques de subvenció orientades a esdeveniments digitals

i de videojocs. A més del suport econòmic, també s'impulsen accions estratègiques per afavorir la professionalització del sector, com ara la visibilització d'estudis emergents o l'organització de trobades sectorials. Una d'aquestes iniciatives és la Taula del Videojoc, un espai de coordinació entre universitats, empreses i administracions. Marisol López (Generalitat) destacava que "ara estem acabant la segona tongada de 60 accions concretes. No és un pla estratègic sinó un pla tàctic. D'aquí n'han sortit coses com incentius fiscals, promoció internacional, reconeixement social del videojoc, estudis, etc."

Pel que fa a l'ICEC, exerceix un paper fonamental en l'impuls de la internacionalització i el creixement empresarial del sector. Eva Colom, des de l'àrea de mercats, gestiona subvencions destinades a la participació en fires internacionals, préstecs per a empreses digitals i de videojocs, així com assessorament i formació per preparar la presència en esdeveniments com la Gamescom o la GDC. Aquest suport facilita l'expansió internacional de les empreses catalanes i la generació d'oportunitats comercials.

Malgrat no disposar de dades públiques concretes sobre l'impacte econòmic de les fires, diversos testimonis del sector confirmen que esdeveniments com la BCN Game Fest són espais generadors d'acords comercials, contractes amb *publishers* i oportunitats d'inversió. L'ICEC, de fet, avalua l'impacte d'aquests esdeveniments mitjançant enquestes post-fira, recollint dades sobre reunions, contactes i acords, per valorar el retorn i la utilitat per als participants.

Tot i el creixent reconeixement institucional del videojoc com a sector estratègic, encara persisteixen mancances. Carles Sora (CITM-UPC) assenyala que, a diferència del sector cinematogràfic, el videojoc no disposa actualment d'incentius fiscals específics. Aquesta manca dificulta el creixement sostingut de moltes empreses i limita la capacitat d'atracció d'inversió internacional.

#### 5.4.3.1. Subvencions i línies de finançament

Tal com s'expressa en l'apartat anterior, un dels majors reptes quant a organització de fires o d'esdeveniments de videojocs, és la recerca de finançament de l'esdeveniment perquè aquest es pugui desenvolupar. A continuació, es presenten diverses subvencions i línies de finançament per a events i, ajuts per a les empreses del llistat realitzat pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, en una **Jornada sobre fonts de finançament per a estudis i empreses de videojocs**, duta a terme el 7 de març de 2025, així com de l'informe Ajudes Públiques a la Cultura Digital (2025):

- Generalitat de Catalunya - **Departament de Cultura**

<b>Subvencions per a l'organització d'esdeveniments de contingut cultural digital a Catalunya (CLT099)</b>	
<b>Administració</b>	Direcció General d'Innovació i Cultura Digital (DGICD)
<b>Què és?</b>	Aquesta línia de subvenció té com a objectiu finançar esdeveniments culturals digitals, incloent-hi fires de videojocs
<b>A qui va dirigit?</b>	Empreses (físiques o jurídiques), entitats privades sense ànim de lucre i cooperatives amb domicili a un estat membre de la Unió Europea o associat a l'Espai Econòmic Europeu.  Ens locals de Catalunya i ens públics vinculats o dependents, inclosos consorcis, fundacions i societats mercantils amb capital social majoritàriament públic.  Universitats públiques i privades de Catalunya.
<b>Terminis</b>	Convocatòria anual (al voltant del mes de febrer, darrerament el 2025)
<b>Documentació</b>	Projecte d'activitat o actuació, pressupost/liquidació i documentació d'identitat legal
<b>Requisits</b>	L'esdeveniment objecte de la subvenció ha de realitzar-se durant l'any de concessió de la subvenció.  La celebració de l'esdeveniment ha de tenir lloc a Catalunya. En el cas d'activitats en línia, s'entén que es

	<p>duen a terme a Catalunya si l'organització o l'espai programador són a Catalunya.</p> <p>S'han de complir les condicions laborals pertinents per al personal, d'acord amb la normativa laboral i social aplicable.</p>
<b>Despeses subvencionables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Subministraments i serveis externs</li> <li>● Despeses de personal i direcció</li> <li>● Despeses de desplaçament, allotjament i honoraris</li> <li>● Despeses de promoció i difusió</li> </ul>
<b>Dotació i cobertura</b>	Fins a 50% dels costos del projecte, amb un màxim de 120.000€, segons la dimensió de l'esdeveniment

- Generalitat de Catalunya - **Institut Català de les Empreses Culturals**

<b>Subvencions a projectes d'internacionalització d'empreses i entitats de l'àmbit del videojoc, o que contribueixin a la presència de productes o serveis digitals interactius culturals a l'exterior</b>	
<b>Administració</b>	Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)
<b>Què és?</b>	Aquesta línia de subvenció té com a objectiu finançar projectes d'internacionalització d'empreses i entitats del sector dels videojocs, tanmateix, d'empreses que contribueixin a la presència de productes o serveis digitals interactius culturals a l'exterior
<b>A qui va dirigit?</b>	Empreses privades i entitats sense ànim de lucre dedicades a la producció, edició, distribució o comercialització de videojocs, excepte associacions professionals representatives del sector. O bé, dedicades a la creació de productes o serveis digitals interactius culturals, excepte associacions professionals representatives del sector
<b>Terminis</b>	Convocatòria anual (al voltant del mes d'abril, darrerament el 2025)
<b>Documentació</b>	<p>En el cas d'empreses amb menys de dos anys d'activitat, cal aportar també el currículum de l'equip, amb èmfasi en l'experiència en activitats d'internacionalització.</p> <p>Cal incloure les accions internacionals realitzades durant els tres anys anteriors a la presentació de la sol·licitud.</p>

	<p>Cal descriure els objectius del pla, destacant la seva relació amb l'estratègia global de l'empresa i fent èmfasi en l'originalitat i capacitat d'innovació.</p> <p>Incloure una descripció detallada de totes les accions d'internacionalització previstes.</p> <p>Incloure una descripció detallada dels videojocs o dels productes o serveis digitals interactius que es volen exportar.</p> <p>Incloure enllaços a pàgines web, informació dels videojocs, productes o serveis digitals interactius, i si és possible, una versió demo funcional dels videojocs o productes digitals.</p> <p>Presentar el pla de comunicació, amb una menció especial del pla de xarxes socials i una relació de materials promocionals.</p>
<b>Requisits</b>	<p>El sol·licitant pot incloure diversos productes o serveis digitals interactius, però només pot presentar una sol·licitud per convocatòria.</p> <p>Les activitats d'internacionalització han de ser realitzades fora de Catalunya.</p> <p>Es necessita un pla d'internacionalització amb accions concretes durant el període establert per la convocatòria.</p> <p>El sol·licitant ha de tenir els drets originals sobre els videojocs o productes digitals interactius, sense que aquests siguin cedits o transferits d'altra manera.</p>
<b>Despeses subvencionables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Despeses de viatges de prospecció de mercats</li> <li>● Despeses de viatges per assistir a fires i esdeveniments</li> <li>● Despeses de lloguer d'estands i acreditacions</li> <li>● Despeses de producció de material promocional</li> <li>● Despeses d'accions promocionals en xarxes socials</li> <li>● Despeses de personal contractat per internacionalització</li> <li>● Despeses de contractació d'empreses de serveis externs</li> </ul>

<b>Dotació i cobertura</b>	Fins al 60% dels costos del projecte, amb una dotació màxima de 10.000€
<b>Altres informacions rellevants</b>	Aquesta línia de subvenció també inclou l'assessorament per a la internacionalització de les empreses.

<b>Aportacions reintegrables a projectes culturals</b>	
<b>Administració</b>	Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)
<b>Què és?</b>	Aportacions reintegrables (ajuts amb retorn flexible) per a projectes culturals empresarials relacionats amb la producció, distribució o comercialització de béns culturals.
<b>A qui va dirigit?</b>	Empreses i autònoms del sector cultural amb una trajectòria mínima de 2 anys. No adreçat a fundacions ni entitats sense ànim de lucre.
<b>Terminis</b>	Convocatòria anual (al voltant del mes d'abril, darrerament el 2025)
<b>Documentació</b>	Memòria del projecte, pressupost desglossat, pla de finançament, calendari i documentació fiscal i legal de l'empresa
<b>Requisits</b>	Projecte cultural viable econòmicament, amb pressupost mínim de 20.000 €. Ha d'estar orientat a un producte cultural comercialitzable.
<b>Despeses subvencionables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Producció</li> <li>● Distribució</li> <li>● Promoció</li> <li>● Comunicació</li> <li>● Difusió</li> <li>● Costos tècnics</li> <li>● Personal creatiu</li> </ul>
<b>Dotació i cobertura</b>	Aportació reintegrable fins al 100 % del cost del projecte. El retorn pot ser total o parcial, segons els ingressos generats. Compatible amb subvencions addicionals.

- Govern d'Espanya - **Ministeri de Cultura**

<b>Ajuts per a la promoció del sector del videojoc, del pòdcast i altres formes de creació digital, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència</b>	
<b>Administració</b>	Direcció General d'Indústries Culturals, Propietat Intel·lectual i Cooperació
<b>Què és?</b>	Subvenció pública per impulsar el sector del videojoc, podcast i altres formes de creació digital. Inclou finançament per a desenvolupament de videojocs, esdeveniments professionals, exposicions, incubadores...
<b>A qui va dirigit?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Persones jurídiques (empreses, PIMEs) amb ànim de lucre</li> <li>● Persones físiques donades d'alta com a autònomes (RETA)</li> </ul>
<b>Terminis</b>	Convocatòria anual (al voltant del mes de novembre, darrerament el 2024)
<b>Documentació</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● NIF/DNI del sol·licitant</li> <li>● Escritura de constitució i estatuts</li> <li>● Certificat d'estar al corrent d'obligacions tributàries i amb la Seguretat Social</li> <li>● Memòria del projecte (amb calendari i pressupost detallat)</li> <li>● Document d'experiència prèvia</li> </ul>
<b>Requisits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Activitat principal vinculada al sector cultural digital</li> <li>● El projecte ha d'incloure innovació, potencial de mercat i viabilitat</li> <li>● No estar inhabilitat per rebre ajuts públics</li> </ul>
<b>Despeses subvencionables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Producció, postproducció i promoció de videojocs o pòdcasts</li> <li>● Disseny i execució d'esdeveniments professionals, fires i exposicions culturals</li> <li>● Programes d'incubació, comunicació, internacionalització, etc.</li> </ul>
<b>Dotació i cobertura</b>	Fins al 80% dels costos del projecte, amb una dotació màxima de 80.000€

<b>Ajuts per a l'acció i la promoció cultural</b>	
<b>Administració</b>	Direcció General d'Indústries Culturals, Propietat Intel·lectual i Cooperació
<b>Què és?</b>	Ajuts per al foment de l'acció i promoció cultural. Tenen com a objectiu donar suport a projectes culturals de caràcter estatal o internacional que contribueixin a l'enriquiment del patrimoni cultural, fomentin la participació i difusió cultural, o impulsin sectors com el videojoc, el pòdcast o la creació digital
<b>A qui va dirigit?</b>	Persones físiques o jurídiques, entitats públiques o privades, amb o sense ànim de lucre, amb residència a Espanya. Inclou empreses culturals, fundacions, associacions, entitats locals i universitats
<b>Terminis</b>	Convocatòria anual (al voltant del mes de febrer fins a l'octubre, darrerament el 2025)
<b>Documentació</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Memòria detallada del projecte</li> <li>● Pressupost desglossat amb finançament previst</li> <li>● Documents d'identificació de l'entitat</li> <li>● Justificació de la trajectòria i rellevància del projecte</li> </ul>
<b>Requisits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El projecte ha de tenir interès cultural</li> <li>● Han de desenvolupar-se a Espanya i tenir una projecció estatal o internacional</li> <li>● S'han de realitzar dins de l'any natural de la concessió</li> </ul>
<b>Despeses subvencionables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Despeses de producció i execució del projecte cultural (personal, materials, lloguers, comunicació, difusió, etc.)</li> <li>● Activitats de promoció cultural en qualsevol format (presencial o virtual)</li> <li>● Despeses de difusió i comunicació</li> <li>● Mobilitat de professionals, artistes o públic vinculat al projecte</li> </ul>
<b>Dotació i cobertura</b>	Fins al 80% dels costos del projecte, amb una dotació màxima de 80.000€
<b>Altres informacions rellevants</b>	No s'admet el cofinançament amb altres subvencions del Ministeri per al mateix projecte

<b>Invierte Deep-Tech Tech Transfer</b>	
<b>Administració</b>	CDTI – Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación
<b>Què és?</b>	Inversió en capital risc per impulsar projectes tecnològics en fase inicial sorgits de centres de recerca, universitats o departaments R+D. L'objectiu és convertir innovacions en productes o serveis comercials amb alt impacte. Finançament canalitzat a través de fons gestionats per professionals del sector
<b>A qui va dirigit?</b>	Empreses emergents o <i>startups</i> d'alt contingut tecnològic, preferentment sorgides de centres de recerca o <i>spin-offs</i> universitàries
<b>Terminis</b>	Convocatòria oberta a partir de juny de 2025
<b>Documentació</b>	Pla de negoci, projecte tecnològic detallat, pla financer, informació legal i econòmica de l'empresa, perfil d'equip fundador i impacte de transferència tecnològica
<b>Requisits</b>	Projecte d'alt valor innovador en fase inicial, amb potencial de creixement. Cal demostrar tecnologia pròpia i model de negoci escalable.
<b>Despeses subvencionables</b>	No són subvencions directes L'aportació és en forma de capital risc <sup>20</sup> . Permet finançar activitats d'R+D, prototipatge, desenvolupament de producte, personal tècnic i validació de mercat.
<b>Dotació i cobertura</b>	Inversió a través de fons de capital risc. Fins al 100 % del finançament inicial. Dotació global de 353 M €
<b>Altres informacions rellevants</b>	No s'admet el cofinançament amb altres subvencions del Ministeri per al mateix projecte

<b>Línia ENISA – Audiovisual i Indústries Culturals i Creatives</b>	
<b>Administració</b>	ENISA (Empresa Nacional d'Innovació)
<b>Què és?</b>	Préstecs participatius per impulsar projectes empresarials innovadors de pimes del sector audiovisual, videojocs i indústries culturals i creatives

<sup>20</sup> El **capital risc** (o *venture capital*) és una forma de finançament on inversors professionals aporten diners a empreses emergents o projectes innovadors amb alt potencial de creixement, a canvi de participacions en el capital de l'empresa.

<b>A qui va dirigit?</b>	Pimes i <i>startups</i> amb domicili social a Espanya, de qualsevol etapa (creació, consolidació, creixement o internacionalització) dedicades a audiovisual, videojocs, animació, esdeveniments, VR/AR, <i>e-sports</i> , etc.
<b>Terminis</b>	Convocatòria permanent durant tot l'any, els fons s'assignen per ordre d'arribada
<b>Documentació</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sol·licitud via portal ENISA</li> <li>● Comptes anuals en el Registre Mercantil</li> <li>● Pla de negoci i viabilitat tècnica i econòmica</li> <li>● Declaració de fons propis iguals o superiors al préstec</li> <li>● Auditoria externa obligatòria si el préstec excedeix de 300 000 €</li> </ul>
<b>Requisits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ser una PIME amb personalitat jurídica espanyola</li> <li>● Model innovador i amb avantatges competitius</li> <li>● Fons propis per un import com a mínim igual al del préstec</li> <li>● No pertànyer als sectors immobiliari ni financer</li> </ul>
<b>Despeses subvencionables</b>	Finançament global del projecte empresarial (inversió en desenvolupament, tecnologia, equip, internacionalització...), segons pla de negoci
<b>Dotació i cobertura</b>	Préstecs d'entre 25.000 € i 1.500.000 €, sense avals, amb tipus d'interès mixt (fix + variable) i fins a 10 anys de devolució

- **AEVI - Associació Espanyola de Videojocs**

<b>VII Programa d'ajudes de l'AEVI per la innovació del desenvolupament de videojocs a Espanya</b>	
<b>Administració</b>	AEVI - Associació Espanyola de Videojocs
<b>Què és?</b>	Convocatòria que atorga fins a 10.000 € per finançar un prototip "innovador en mecàniques de joc", amb mentoratge en producció i màrqueting
<b>A qui va dirigit?</b>	Desenvolupadors/res independents, empleats o propietaris d'estudis de videojocs a Espanya. No poden participar treballadors/directius d'AEVI ni els seus familiars pròxims
<b>Terminis</b>	La darrera convocatòria va estar oberta fins al 30 d'agost de 2024

<b>Documentació</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mini <i>product sheet</i> en PDF (descripció, temàtica, gènere, mecàniques)</li><li>● Pla de producció (cronograma, equips, perfils i cost)</li><li>● Si és equip, inscripció a nom d'una persona amb llistat de membres i funcions</li><li>● Correu electrònic i telèfon de contacte</li><li>● Es valora disposar de prototip jugable i vídeo de <i>gameplay</i></li></ul>
<b>Requisits</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Ser resident a Espanya i desenvolupar videojocs des d'un entorn professional o semiprofessional</li><li>● El prototip no pot estar publicat comercialment en plataformes com Steam, Itch.io, Newgrounds...</li></ul>
<b>Despeses subvencionables</b>	Habilitat per al desenvolupament del prototip en sí (els costos inclosos en el pla de producció). No s'especifica si cobreix despeses de maquinari o externes
<b>Dotació i cobertura</b>	Fins a 10.000 € al projecte guanyador, abocats al 100% abans de finalitzar l'any 2024 Inclou mentoratge opcional en Producció, Màrqueting i altres serveis relacionats amb el desenvolupament del prototip

Tanmateix, cal destacar, com s'observa en les anteriors graelles i, segons Laura González, organitzadora del BCN Game Fest i, Marta Fernández, organitzadora d'Indie Games TRS, moltes d'aquestes subvencions el seu termini de sol·licitud sol obrir-se durant el **primer trimestre de l'any** i, no sol ser fins als **darrers mesos en què es rep l'ajuda**. Aquest fet és un **gran condicionant a l'hora de triar les dates de les fires**, així com moltes d'aquestes ajudes econòmiques, també estableixen que s'han d'executar en el període d'un any. És per això, que les tres principals fires de videojocs que tenen lloc actualment a Barcelona, es realitzin a finals d'any.

#### 5.4.4. Accessibilitat i logística

Barcelona té un sistema de transport modern, ampli i bé connectat a nivell local, nacional i internacional, la qual cosa ajuda molt a organitzar i accedir a grans esdeveniments. L'Aeroport Josep Tarradellas Barcelona-El Prat és el **segon amb més trànsit de tot l'Estat i, un dels principals d'Europa**; té connexions directes amb més de

**200 destinacions i 60 països.** La seva proximitat (a només 12 km del centre) i la facilitat d'accés mitjançant tren, metro (L9 Sud), bus i taxi el fa especialment adequat pels visitants internacionals. El 2024, l'Aeroport Josep Tarradellas Barcelona-El Prat va registrar fins a 55 milions de viatgers. (AENA, 2025)

Pel que fa a les connexions per terra, la ciutat compta amb una gran xarxa ferroviària que és operada per Renfe i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC). A més a més, compta amb connexions d'alta velocitat que uneixen amb Madrid, Lió, París o València en poc temps. L'estació de Sants és el principal node ferroviari i està molt ben connectat amb els recintes firals com Fira Gran Via o Fira Montjuïc.

Pel que fa a l'àmbit metropolità, Barcelona compta amb una gran xarxa d'interconnexions de transport públic més gran del sud d'Europa. 12 línies de metro, autobusos interurbans, tramvia i sistema integrat de bicicletes. La gran majoria dels recintes firals compta amb estacions de tren o metro pròximes, així com amb estacions de taxi. Una de les mesures per afavorir el transport públic i la mobilitat sostenible durant els dies dels congressos, és l'obsequi als congressistes d'una targeta de transport públic d'usos il·limitats mentre duri el congrés, com han fet el Mobile World Congress en els darrers anys.



*Figura 15: T-mobilitat especial Mobile World Congress 2025 - Foto pròpia*

A més a més, Barcelona compta amb una gran oferta hotelera, amb més de **157.000 places** repartides per tota la ciutat i, sobretot, properes als recintes firals. La ciutat

comtal, compte amb allotjaments de luxe fins a hostals o apartament turístics. (Idescat, 2024) L'any 2023, Barcelona i, la seva àrea metropolitana, va rebre més de **26 milions de turistes** anuals, amb un impacte econòmic de **12.750 milions d'euros**. (Observatori del Turisme a Barcelona, 2024)

És important tenir en compte que l'Ajuntament de Barcelona està duent a terme accions per regularitzar els allotjaments turístics i combatre l'oferta il·legal, per garantir una oferta d'allotjament segura i de qualitat i, el benestar dels veïns i veïnes de la ciutat. Una de les mesures anunciades pel govern municipal és **l'eliminació de totes les llicències de pisos turístics l'any 2028**. (Jaume Collboni, 2025)

Altres serveis complementaris als hotels, són el de la restauració, serveis mèdics, serveis de traducció, seguretat i neteja, els quals estan molt presents a Barcelona i disponibles per tots els visitants. Aquests ja han estat a disposició de grans congressos com el Mobile World Congress i, on sempre al final han tingut un balanç positiu econòmic i d'eficiència.

Per tant, es pot concloure que hi ha una gran disponibilitat d'allotjament i serveis, que ha fet que en els darrers anys, la ciutat hagi crescut en esdeveniments de totes les dimensions i tipus i, que avui dia, faci possible acollir-ne esdeveniments internacionals que compleixin amb els estàndard que s'espera, com MWC o l'ISE, entre d'altres.

## 5.5. Resultats i proposta estratègica

Aquest apartat sintetitza els resultats clau obtinguts al llarg del treball i proposa una estratègia pràctica per a la creació d'una fira internacional de videojocs a Barcelona. Primerament, es revisen els factors que fan viable aquest tipus d'esdeveniments, seguidament es presenta una anàlisi DAFO de Barcelona, i finalment es proposa un model òptim que considera tant experiències passades com futures oportunitats com Nice One Barcelona o BCN Game Fest.

### 5.5.1. Factors clau de viabilitat

La viabilitat d'una fira internacional de videojocs a Barcelona no depèn únicament de la voluntat o la capacitat de convocatòria de la ciutat. Com s'ha pogut analitzar en aquest treball, depèn d'un conjunt de factors clau que condicionen el seu desenvolupament i consolidació. A partir dels resultats del treball, les entrevistes realitzades i l'anàlisi local, es poden identificar els següents elements com a determinants per a l'èxit del possible projecte:

#### 1. Lideratge clar i suport institucional

Un dels elements més reiterats per part dels agents entrevistats és la necessitat d'un lideratge clar per part d'una entitat consolidada i amb experiència firal, com Fira de Barcelona. Tal com coincidien l'Eva Colom (ICEC) i la Marisol López (Generalitat) en les seves entrevistes, "Barcelona li falta un gran esdeveniment de videojocs a gran escala [...] però necessita un equip o entitat consolidada i amb experiència, com podria ser Fira de Barcelona perquè fos sostenible." Aquest lideratge ha d'anar acompanyat d'una coordinació real entre administracions (Generalitat, Ajuntament, ICEC) i entitats del sector, evitant la fragmentació i el solapament d'esdeveniments que s'ha observat fins ara. Tanmateix, de la coordinació i la benentesa de tots els sectors de videojocs a Barcelona, Catalunya i l'Estat, com és el sector indie, el del mòbil i els grans estudis.

## 2. Sostenibilitat econòmica i model mixt de finançament

La fira ha de tenir un model de finançament diversificat que combini suport institucional, patrocinadors privats i, si escau, ingressos propis. La dependència exclusiva de subvencions públiques, com passa actualment amb moltes iniciatives del sector, suposa un risc per a la continuïtat i escabilitat. El potencial accés a programes d'internacionalització és una oportunitat clau que cal aprofitar. Tanmateix, una de les claus d'èxit per fer possible una gran fira a Barcelona, és la necessitat explícita de buscar grans patrocinadors i espònsors, els quals aportin finançament però també imatge i projecció.

## 3. Diferenciació i proposta de valor clara

Per competir en un mercat global, Barcelona ha d'oferir una proposta única i reconeixible. No es tracta de replicar altres fires, sinó de construir un relat propi. D'aquí es pot agafar l'exemple de fires com la Gamescom, la Tokyo Game Show, la GDC o la Nordic Game Conference. En el cas de la Gamescom, és la fira del videojoc generalista més important en l'actualitat, que combina el format B2C i B2B. De la Tokyo Game Show, podem extreure que segueix el model de la Gamescom, però amb el tret diferenciador que se centra en els videojocs i mercat asiàtic. La GDC, que aprofita la seva ubicació a San Francisco per ser una fira B2B centrada en els desenvolupadors, ja que compta amb totes les empreses d'aquest sector, ubicades en els voltants de la regió, com és Silicon Valley. O la Nordic Game Conference, que se centra en els videojocs produïts en aquella regió. En conclusió i, com mencionen diversos agents entrevistats, "Cal estudiar el mercat i no competir directament amb altres fires sinó trobar el nostre espai."

## 4. Implicació de l'ecosistema local i comunitari

El projecte ha de comptar amb el suport i la implicació activa de l'ecosistema existent i del que destaca: estudis, incubadores, universitats, associacions, entitats públiques i desenvolupadors independents. En el cas de Barcelona, ja existeixen estudis com Gameloft o Socialpoint que tenen una implicació clau per fer créixer el sector, com esmentava Katy Sanchez (Gameloft), "El nostre objectiu [...] és donar suport perquè tot

l'ecosistema local [...] pugui créixer.". Aquest teixit local ja ha demostrat capacitat d'autoorganització en esdeveniments com el BCN Game Fest, però li falta fer el salt en l'àmbit internacional.

### 5. Dimensió internacional

Com s'esmenta en el darrer punt, perquè la fira tingui impacte global, cal assegurar la participació de *publishers*, inversors i mitjans internacionals. Una fira de renom i que compti amb la presència d'aquests actors és clau perquè la indústria d'una regió es desenvolupi, com comentava en Joan Francesc Bañó (GameBCN), "En fires globals com la Gamescom, és on es contacta amb *publishers*, es tanquen acords de finançament, localització o distribució." Aquesta presència pot arribar progressivament, però ha de ser un objectiu clar des de l'inici. La col·laboració amb altres esdeveniments, professionals amb experiència en el sector internacional o entitats pot facilitar aquest posicionament.

### 6. Accés a infraestructures firals i serveis de qualitat

Darrerament, com qualsevol gran fira o esdeveniment, és necessari disposar de les infraestructures i serveis de qualitat necessaris perquè aquesta es pugui desenvolupar. En el cas de Barcelona, compta amb un dels recintes firals més potents d'Europa i una àmplia experiència en acollida d'esdeveniments massius, així com una marca de renom a nivell mundial.

#### **5.5.2. Anàlisi DAFO de Barcelona**

Seguidament, un cop identificats els factors de viabilitat que poden influir en l'èxit d'una fira internacional de videojocs a Barcelona, s'ha elaborat una anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats). Aquesta eina permet entendre de manera estructurada tant els aspectes interns (fortaleses i debilitats) com els condicionants externs (oportunitats i amenaces) que poden afectar a Barcelona en l'hipotètic cas de poder desenvolupar una gran fira del videojoc.

L'elaboració d'aquesta DAFO es fonamenta en l'anàlisi documental, les dades analitzades, l'estudi dels esdeveniments actuals i, especialment, les aportacions recollides en les entrevistes amb diversos agents del sector. Aquest contrast qualitatiu ha permès identificar no només les capacitats reals de la ciutat, sinó també les mancances i riscos potencials, així com les oportunitats.

A continuació, es presenten les quatre dimensions d'aquesta anàlisi. Primerament en una taula de forma sintetitzada i, posteriorment, cadascuna desenvolupada amb una reflexió i raonament crític del seu perquè en base els continguts treballats.

	Positius	Negatius
Origen Intern	<p><b>Fortaleses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura firal de primer nivell</li> <li>- Recursos logístics i serveis turístics excel·lents</li> <li>- Connectivitat i atractiu turístic global</li> <li>- Estabilitat política i institucional</li> <li>- Ecosistema de videojocs consolidat</li> <li>- Presència d'estudis internacionals</li> <li>- Capital tecnològica i creativa</li> <li>- Clima empresarial i de <i>startups</i> favorable</li> <li>- Suport institucional actiu</li> <li>- Oferta educativa especialitzada</li> <li>- Comunitat local activa i implicada</li> <li>- Trajectòria en esdeveniments internacionals</li> <li>- Projecció de marca Barcelona</li> </ul>	<p><b>Debilitats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Predomini d'estudis enfocats a producció externa, amb poca capacitat de decisió</li> <li>- Limitada presència de grans <i>publishers</i> internacionals</li> <li>- Manca de lideratge unificat</li> <li>- Solapament d'iniciatives i manca de coordinació</li> <li>- Dependència parcial de finançament públic</li> </ul>

	Oportunitats	Amenaces
<b>Origen Extern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buit de mercat en el sud d'Europa</li> <li>- Reforç del posicionament com a hub europeu del videojoc</li> <li>- Reformulació i creixement del BCN Game Fest</li> <li>- Accés a fons europeus i línies d'impuls cultural</li> <li>- Alta demanda de visibilitat per part dels estudis <i>indies</i></li> <li>- Auge dels formats híbrids</li> <li>- Creixement de l'interès social i educatiu pels videojocs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competència internacional consolidada</li> <li>- Calendari firal internacional complicat</li> <li>- Dependència de grans actors i empreses externs</li> <li>- Augment dels costos logístics i firals</li> <li>- Canvis en el comportament del públic i la indústria</li> <li>- Desacceleració de la indústria en els darrers anys</li> </ul>

*Taula 9: Anàlisi DAFO de la ciutat de Barcelona per dur a terme una fira internacional de videojocs*

### 5.5.2.1. Fortaleses

#### Infraestructura firal de primer nivell

Barcelona disposa d'un dels complexos firals més importants d'Europa, com són els de Fira de Barcelona. Recintes com el de Montjuïc i, especialment, el de Gran Via, que ofereix més de 240.000 m<sup>2</sup> d'espai expositiu. Aquesta infraestructura no només permet acollir fires de grans dimensions, sinó que disposa de serveis tècnics, logístics i tecnològics altament professionals, tal com ho demostren esdeveniments com el MWC o l'ISE, com es detalla en l'apartat [5.4.1. Infraestructura i espais disponibles](#). Aquests recintes ja han acollit congressos amb més de 100.000 assistents i, com deia Santiago Blanco (Fira de Barcelona), això ens situa en una posició privilegiada per a qualsevol projecte firal.

#### Recursos logístics i serveis turístics excel·lents

Barcelona disposa d'una xarxa de serveis molt ben desenvolupada i consolidada per acollir grans volums de visitants i turistes. Hotels, restauració, transport públic eficient, serveis d'atenció al visitant i una àmplia experiència en acollida fira, entre els quals,

destaca la gran oferta hotelera, amb més de **157.000 places en tota la ciutat**, així com d'altres elements explicats en l'apartat [5.4.4. Accessibilitat i logística](#).

#### Connectivitat i atractiu turístic global

Barcelona és una ciutat amb connexions aèries, ferroviàries i marítimes excel·lents. Com es detalla en l'apartat [5.4.4. Accessibilitat i logística](#), l'aeroport de Barcelona, ofereix connexions amb **més de 200 destinacions i 60 països**. Aquesta accessibilitat global es complementa amb el seu atractiu turístic i cultural: la marca Barcelona és coneguda arreu del món, on la ciutat i la seva àrea metropolitana reben cada any més de **26 milions de turistes**, cosa que facilita la captació de públic i expositors internacionals. Aquest atractiu actua com a factor diferenciador respecte a altres ciutats.

#### Estabilitat política i institucional

En els darrers anys, Barcelona i Catalunya han patit una situació política difícil la qual ha fet perillar la continuïtat de diversos esdeveniments a la ciutat com el MWC. Actualment i, en els darrers anys, aquesta situació s'ha anat revertint i, ara per ara, ofereix una estabilitat institucional raonable la qual afavoreix l'oportunitat d'acollir nous esdeveniments.

Cal destacar que l'estabilitat política i institucional és clau a l'hora d'atreure inversions i compromisos internacionals a llarg termini, especialment en esdeveniments que requereixen anys de planificació i consolidació. Així com grans estudis de videojocs vulguin apostar per Barcelona, necessiten aquesta seguretat jurídica.

#### Ecosistema de videojocs consolidat

Actualment, Barcelona és el centre de la indústria del videojoc a l'Estat, amb **més del 50% de la facturació total i més de 160 estudis actius, el 32,3% del total**, com es detalla en l'apartat [2.2. La indústria del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat](#). Aquesta densitat d'activitat genera un entorn ric, divers i dinàmic, com s'evidencia en el nombre d'estudis, centres de formació i esdeveniments del sector, com el BCN Game

Fest, SAGA, Pocket Gamer Connects... Aquesta concentració facilita sinergies, col·laboracions i una base sòlida per al desenvolupament d'un gran congrés. Tal com explica Joan Francesc Bañó (GameBCN), aquest efecte clúster és clau: "les empreses venen perquè n'hi ha moltes altres i se senten atretes pel que ja hi ha". En la mateixa línia, Anila Andrade (Socialpoint), que destaca que "Barcelona és ja un pol d'activitat i innovació empresarial, però manca encara una oferta firal a l'altura del seu teixit productiu".

### Presència d'estudis internacionals

Estudis com Socialpoint, Gameloft, Ubisoft Barcelona, Larian Studios o King tenen seu a la ciutat. Aquesta presència d'empreses multinacionals no només aporta prestigi, sinó també connexions amb mercats globals, oportunitats de col·laboració i capacitat d'atracció per a nous professionals. A més, aquesta realitat aporta legitimitat a la ciutat per acollir un esdeveniment d'abast internacional, alineat amb les necessitats de grans actors del sector i el buit d'una fira on el B2B tingui protagonisme.

### Capital tecnològica i creativa

Barcelona és reconeguda com una ciutat que impulsa la innovació tecnològica i la creació digital. La combinació d'instituts de recerca, universitats, *startups* i espais com el 22@ consoliden la ciutat com a pol tecnològic de referència. Així com el fet d'acollir grans esdeveniments tecnològics i digitals com el MWC i l'ISE.

### Clima empresarial i de *startups* favorable

Actualment, Barcelona compta amb un entorn empresarial que afavoreix l'emprenedoria i l'impuls de projectes creatius. Espais com GameBCN o Barcelona Activa ofereixen suport a estudis emergents i *startups*. Aquesta dinàmica ha estat clau per al creixement de fires com BCN Game Fest, on molts desenvolupadors han trobat una primera oportunitat de visibilitat. Com expressava Daniel Santigosa, coorganitzador del BCN Game Fest: "Tenim diversos casos d'èxit de professionals que han aconseguit feina a la nostra fira, han tancat acords de publicació i han pogut crear

noves propostes. A més, és un gran punt de trobada de la indústria nacional que genera moltes sinergies entre professionals.”

### Suport institucional actiu

Tant la Generalitat de Catalunya com l'Ajuntament de Barcelona han mostrat de manera reiterada la seva voluntat d'impulsar el sector del videojoc com a indústria estratègica. L'existència de línies de finançament, ajuts a esdeveniments i la col·laboració amb projectes com el Talent Dev Day demostren aquest compromís. Aquest suport és imprescindible per garantir l'estabilitat i continuïtat d'una fira internacional. Tanmateix, les polítiques culturals i tecnològiques catalanes dels darrers anys per impulsar el sector digital i creatiu, com la creació, ara fa 4 anys, de la Direcció General d'Innovació i Cultura Digital de la Generalitat de Catalunya, encapçalada actualment per la Marisol López, serveixen com incentius per una hipotètica gran fira de videojocs a Barcelona. Així com altres iniciatives actuals com la Taula del Videojoc, que reuneix a tot el sector o, l'impuls del Catalunya Media City, el macroprojecte per crear un clúster físic de l'audiovisual i el videojoc.

### Oferta educativa especialitzada

Barcelona acull diversos centres de formació universitària i professional especialitzats en videojocs, com el CITM-UPC, ENTI-UB, TecnoCampus-UPF i d'altres detallats en l'apartat [5.4.2.2. Formació, escoles i universitats](#). Aquests centres generen talent local i ben preparat. Aquesta proximitat entre formació i l'empresa local facilita el creixement sostingut d'aquest ecosistema.

### Comunitat local activa i implicada

La ciutat compta amb una base sòlida de desenvolupadors, associacions, públic entusiasta i organitzadors que impulsen fires, trobades i iniciatives sectorials. L'èxit i creixement del BCN Game Fest en són una mostra clara, així com la consolidació de petits projectes com Indie Games TRS. Tenir una comunitat local activa i implicada, és imprescindible per qualsevol esdeveniment que es vulgui impulsar.

### Trajectòria en esdeveniments internacionals

Barcelona és una de les capitals europees en organització de grans esdeveniments. El Mobile World Congress o l'Integrated Systems Europe són exemples de la seva capacitat per acollir grans congressos i fires, així com de retenir-los. Aquests precedents aporten experiència per fer créixer un congrés internacional de videojocs. Aquesta experiència va des de coordinar centenars d'expositors, gestionar fluxos massius de públic i generar impacte econòmic i mediàtic. La ciutat també compta amb Fira de Barcelona, entitat pública de referència en l'organització de grans esdeveniments.

### Projecció de marca Barcelona

"Barcelona" és una marca mundialment reconeguda i positiva, associada a innovació, qualitat de vida, cultura i creativitat. Aquesta imatge, que ve construint-se des de l'any 1992 amb l'organització dels Jocs Olímpics a la ciutat. Aquesta marca reforça qualsevol esdeveniment que s'hi celebri i facilita la captació d'inversió, públic i talent. En el món dels videojocs, on l'experiència i l'entorn tenen un valor important, poder vincular una fira a una ciutat de renom i amb experiència, és un afegit més.

#### 5.5.2.2. Debilitats

##### Predomini d'estudis enfocats a producció externa, amb poca capacitat de decisió

Un dels factors més sorprenents analitzats en aquest treball és, tot i que Barcelona compta amb un elevat nombre d'estudis de videojocs actius, la gran majoria són petites empreses que treballen per encàrrec o desenvolupen per a tercers. Només entre un 3% i un 5% dels estudis poden considerar-se triple A o filials de grans multinacionals, mentre que la resta es concentren en estudis petits o *indies*, com es detalla en l'apartat [5.4.2.1. Estudis i empreses de desenvolupament](#). Aquesta estructura limita la capacitat de la indústria local per liderar iniciatives, fet que repercuteix també en la visibilitat i capacitat d'atracció d'una fira internacional.

### Limitada presència de grans *publishers* internacionals

Tot i que hi ha presència destacada de multinacionals com King, Gameloft, Ubisoft o Larian Studios, Barcelona no és encara un pol d'activitat clau per a grans *publishers* com ho són altres ciutats com Colònia, San Francisco o Tòquio. Aquesta manca de grans marques complica la consolidació d'un esdeveniment de primer nivell i limita el potencial de negoci per als estudis locals. Segons el Catàleg d'Empreses de Videojocs a Catalunya (2024), la concentració de grans *publishers* és encara petita en comparació amb altres hubs internacionals. Una fira internacional del videojoc a Barcelona, podria ajudar a atraure a més *publishers* a la ciutat.

### Manca de lideratge unificat

Diversos testimonis del treball indiquen que una de les principals mancances per impulsar una gran fira a Barcelona és l'absència d'un lideratge unificat. Com s'explica en l'apartat [5.4.3 Viabilitat econòmica i suport institucional](#), "Barcelona necessita un equip o entitat consolidada i amb experiència, com podria ser Fira de Barcelona, perquè fos sostenible". Aquesta manca de lideratge compartit dificulta la visió a llarg termini i la suma d'esforços entre actors públics i privats. Tanmateix, cal remarcar la necessitat que *indies* i grans estudis, s'entenguin per poder dur a terme aquesta hipotètica gran fira a Barcelona, com en el seu moment va ser Barcelona Games World, on AEVI va ser l'encarregada de portar els grans estudis.

### Solapament d'iniciatives i manca de coordinació

Afortunadament, des de fa uns anys, a Barcelona hi conviuen diverses fires, festivals i trobades de videojocs que, tot i ser positives per a la indústria local, sovint funcionen de forma autònoma i sense una estratègia conjunta. Aquesta dispersió es reflecteix en calendaris que es trepitgen, o bé que es concentren totes les fires en la mateixa època de l'any, en el darrer trimestre, degut a la concessió de les subvencions. On, molts d'aquests esdeveniments depenen d'aquest finançament públic i de les línies d'ajudes de les institucions, pot arribar a fer que sorgeixi una competència involuntària.

### Dependència parcial de finançament públic

Just com s'esmentava en el darrer apartat, la viabilitat econòmica de moltes fires locals, com el BCN Game Fest o l'Indie Games TRS depenen molt de subvencions públiques. Això es veu reflectit en ambdues fires, en què s'organitzen sense ànim de lucre i amb recursos molt limitats, amb la seva continuïtat condicionada per l'obtenció d'ajuts. Com expressen els mateixos organitzadors, Daniel Santigosa (BCN Game Fest) "les nostres accions mai han estat enfocades a ser rendibles, sinó a ser útils per a la comunitat". Aquesta dependència fa que els projectes finals no siguin escalables ni sostenibles a llarg termini sense un suport estructural i un canvi de paradigma en el finançament.

### 5.5.2.3. Oportunitats

#### Buit de mercat en el sud d'Europa

Actualment, el sud d'Europa no compta amb cap fira de videojocs amb abast i reconeixement internacional comparable a la Gamescom o la GDC. Anteriorment, teníem la Madrid Games Week o la Barcelona Games World, o si es pujava fins a França, teníem la París Games Week, però arran de la COVID, aquestes van ser discontinuades. L'única que segueix vigent és la Milan Games Week, encara que té un enfocament centrat en el B2C, i no en el B2B. Tanmateix, la fira B2B per excel·lència, a tot l'estat, que era Gamelab, s'ha discontinuat. Aquest forat representa una oportunitat per a Barcelona per posicionar-se com a referent en aquest territori, aprofitant la seva infraestructura, ecosistema i atractiu global.

#### Reforç del posicionament com a hub europeu del videojoc

El conjunt d'institucions, empreses, centres formatius i suport públic converteix Barcelona en un pol emergent dins l'escena europea, així com la relació de comunitat que s'ha creat. Com destacava Eva Colom (ICEC), "Aquest tipus d'esdeveniments posicionen Catalunya com el que ja és: un hub europeu del videojoc. Tenim grans empreses, entitats, centres formatius i suport institucional. Però falta un esdeveniment fort, gran." Consolidar una fira internacional serviria per visibilitzar aquest lideratge.

### Reformulació i creixement del BCN Game Fest

El BCN Game Fest, nascut com Indie Dev Day, ha crescut de manera sostinguda i avui ja acull més de 15.000 assistents en tres dies. Els seus directors expressen la voluntat de seguir evolucionant l'esdeveniment per arribar a nous públics i escales majors. Aleshores, aquest creixement, sumat al suport institucional i a la implicació de la comunitat, el podria arribar a convertir en un projecte amb potencial real per esdevenir una fira de referència internacional. Tanmateix, l'edició del 2025, s'espera que es doni la primera passa en aquesta direcció, on tots els agents entrevistats coincideixen que estan expectants per veure com es desenvolupa.

### Accés a fons europeus i línies d'impuls cultural

Barcelona pot aprofitar les línies de finançament europees com els fons Next Generation del Ministeri de Cultura o els programes d'internacionalització i cultura digital, com els de l'ICEC. Eva Colom (ICEC) explica que des de la Generalitat i l'ICEC, es disposa de subvencions i assessorament per a empreses i organitzadors que volen internacionalitzar-se i participar en fires globals, algunes d'elles, amb dotacions de 120.000 euros per a aquest tipus d'iniciatives.

### Alta demanda de visibilitat per part dels estudis *indies*

Una de les demanades més repetides en les entrevistes de l'Indie Dev Day 2024, va ser que els petits estudis independents busquen fires on donar-se a conèixer i captar interès per part de *publishers* i públic. Tal com expressava David Boces (Ginuh Games): "La visibilitat, sobretot, i el reconeixement. Que la gent pugui vindre i jugar-lo, que els agradi...". Aquest tipus d'esdeveniments són especialment valorats per generar connexions, *feedback* i promoció directa, aspectes clau per fer conèixer, promocionar i créixer el sector.

### Auge dels formats híbrids

Com s'ha pogut analitzar en aquest treball, les fires que segueixen actives avui dia, incorporen un model mixt B2B + B2C cada cop és més habitual en fires internacionals com la Gamescom o el Tokyo Game Show. El BCN Game Fest ja s'estructura parcialment

en aquest format, amb zones professionals com el Talent Dev Day o de *Meet2Match* i, espais oberts al públic. Aquesta tendència global afavoreix ciutats com Barcelona, que poden oferir espais, públic i contingut tant per professionals com per a jugadors.

### Creixement de l'interès social i educatiu pels videojocs

Els videojocs s'estan consolidant com a àmbit cultural i educatiu, amb una forta presència en graus universitaris, tallers, activitats escolars i fires adreçades a públic familiar. Esdeveniments com el BCN Game Fest atreuen no només jugadors, sinó també estudiants, famílies i futurs professionals. Com deia la Marisol López (Generalitat), els videojocs, anys enrere, eren considerats coses de "friquis" o de gent molt concreta, en canvi, ara, cada cop més gent els consumeix i hi juga, així com són una font de cultura, entreteniment i, fins i tot, d'educació.

#### 5.5.2.4. Amenaces

##### Competència internacional consolidada

Barcelona aspira a entrar en un mercat altament competitiu on existeixen esdeveniments internacionals ja consolidats com la Gamescom (Colònia), la GDC (San Francisco) o el Tokyo Game Show. Aquests esdeveniments acumulen molts anys d'experiència, fins i tot alguns, dècades, marques reconegudes i una xarxa estable de *partners*, fet que dificulta l'entrada de nous actors amb capacitat de competir a gran escala. Aquesta realitat suposa una barrera d'accés i un repte per destacar-se dins el panorama global, fet que remarca encara més com n'és d'important de trobar el format ideal per Barcelona per fer-la atractiva.

##### Calendari firal internacional complicat

Una de les amenaces més importants per una hipotètica fira a Barcelona són els calendaris de les grans fires internacionals del sector, els quals ja estan molt definits i condicionen l'estratègia d'organització d'esdeveniments locals. Els organitzadors del BCN Game Fest ho reconeixen clarament: "el calendari, normalment, està condicionat per la disponibilitat del recinte i la voluntat de no coincidir amb altres esdeveniments globals del sector". Aquesta dificultat per trobar dates òptimes pot limitar la presència

de *publishers*, assistents i mitjans, i afectar la rendibilitat i impacte de la fira. Tanmateix, per poder rebre finançament públic o subvencions, que en el cas de Catalunya i l'Estat, es reben a finals d'any.

### Dependència de grans actors i empreses externs

L'èxit d'una fira d'abast internacional, com s'ha pogut analitzar amb la Gamescom i la GDC, depèn fortament de la participació de grans empreses del sector, que sovint tenen la capacitat de decidir on assisteixen segons el retorn de la inversió, el moment del llançament dels seus jocs o les polítiques corporatives. Com comentaven diversos agents entrevistats, la presència de grans marques no és regular ni garantida, i la seva absència pot suposar un impacte negatiu tant en convocatòria com en visibilitat.

### Augment dels costos logístics i firals

Organitzar una fira implica costos logístics creixents: lloguer d'espais, muntatges, serveis tècnics, assegurances i gestió d'aforaments. Al cas del BCN Game Fest, es constata que el "principal cost de la fira és el lloguer del recinte firal i dels muntatges" i que això obliga a una gestió molt acurada del pressupost per garantir la sostenibilitat de l'esdeveniment. Aquests costos poden ser una barrera important per mantenir o escalar un projecte firal.

### Canvis en el comportament del públic i la indústria

La pandèmia de la COVID-19 va provocar una transformació profunda en la manera com el públic participa en fires i congressos. Molts esdeveniments van adoptar formats digitals o híbrids, i part del públic ha mantingut aquesta preferència. Tanmateix, i com s'explica en l'apartat de [2.1.3. Canvis en el format i modalitat dels congressos](#), aquesta tendència ja s'estava gestant abans del 2020, i que ara s'ha consolidat com una nova realitat per a molts formats, reduint el valor afegit dels esdeveniments exclusivament presencials.

### Desacceleració de la indústria en els darrers anys

Un altre dels factors clau pels quals els grans esdeveniments de videojocs s'han anat reduint, és la certa contenció en el creixement del sector del videojoc a escala global. Tot i que el mercat segueix sent gran, ha disminuït la taxa d'expansió registrada durant la pandèmia. A l'Estat, per exemple, el 2023 només un 5% dels estudis tenen més de 50 treballadors, encara que es preveu que en els pròxims anys, torni a haver-hi un creixement substancial, com es detalla més en profunditat en l'apartat [2.2. La indústria del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat](#). Aquesta realitat fa que les inversions i la planificació firal siguin més conservadores.

### **5.5.3. Proposta de model òptim**

A partir de les conclusions extreïdes de les entrevistes i de l'anàlisi DAFO realitzat, es pot plantejar una proposta de model òptim per a la consolidació d'una fira internacional de videojocs a Barcelona. El model que es presenta a continuació, pretén ser realista, progressiu i adaptat tant a les fortaleses detectades com als reptes identificats al llarg del treball.

#### 1. Format híbrid i escalable (B2B + B2C)

- La fira hauria de combinar un espai per a públic general (B2C), centrat en l'experiència de joc, el consumidor i l'entreteniment. Un exemple a seguir seria el que va ser Barcelona Games World, fira que comptava amb grans espais dedicats al joc i la interacció dels jugadors. Aquest tipus d'espais, orientats a l'experiència, són claus per captar l'atenció del públic general i incrementar l'assistència a l'esdeveniment.
- Per un altre costat, una àrea professional (B2B) destinada a trobades entre desenvolupadors, *publishers*, inversors, centres formatius i institucions. En aquest àmbit, es podria seguir l'exemple de la primera Pocket Gamer Connects celebrada a Barcelona, on comptava amb espais de conferències i per converses privades. Tanmateix, les conferències podrien anar enfocades en el potencial de Barcelona, el sector *mobile*, *indie* i de *startups*.

- Aquest doble format permet arribar a una audiència àmplia, al mateix temps que posar en valor la indústria local, seguint el model de la Gamescom.
- La celebració hauria de tenir lloc en un recinte firal estructurat per pavellons, fet que permetria delimitar clarament els diferents àmbits de la fira. Per exemple: un pavelló exclusiu per al B2B (com el que es reserva a la Pocket Gamer Connects), un altre dedicat a la zona d'expositors i *showcases*, un tercer per al sector indie (seguint l'estil de la Gamescom o l'antiga Barcelona Games World), i fins i tot, un espai temàtic dedicat a la cultura japonesa. Aquest darrer podria aprofitar el vincle que Barcelona té amb aquest àmbit a través del Saló del Manga, i atraure així un segment de públic molt relacionat amb els videojocs.
- Aquesta distribució per zones evitaria que grans estudis de videojocs eclipsessin els més petits, un fet que encara es dona en esdeveniments com el BCN Game Fest, on sovint tots els agents comparteixen el mateix espai. La separació clara permetria a cada assistent focalitzar-se millor en els seus objectius dins la fira, ja sigui per descobrir novetats, fer contactes o promocionar els seus projectes.
- A més, per optimitzar l'experiència dels participants professionals, seria recomanable incorporar una aplicació com *Meet2Match* o similars. Aquestes plataformes agilitzen i fan més eficient la gestió de reunions i el *networking*, facilitant l'encreuament d'interessos i l'aprofitament del temps durant l'esdeveniment.

## 2. Lideratge i estructura organitzativa

- Es proposa que el projecte el lideri Fira de Barcelona, entitat amb una àmplia trajectòria en l'organització de grans esdeveniments internacionals, com el MWC i l'ISE. Fira de Barcelona podria garantir la seva solvència tècnica, capacitat logística i infraestructura necessària.
- Tanmateix, la identitat i els continguts de la fira haurien de sorgir directament del mateix sector del videojoc, integrant-hi agents clau com l'equip organitzador del BCN Game Fest, dinamitzadors com GameBCN, empreses referents com

Socialpoint o Gameloft, associacions com AEVI, i centres formatius especialitzats com l'ENTI, el CITM o el TecnoCampus.

- Així doncs, aquest lideratge es proposa que sigui compartit i participatiu per totes les parts. Així com comptar amb el suport explícit de la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Barcelona, els quals ja han expressat la seva voluntat per dur a terme i, donar suport, a una fira d'aquestes característiques.
- És per això que és imprescindible la participació activa de tots els agents que formen part de l'ecosistema del videojoc a Barcelona. Tant com perquè l'esdeveniment tingui èxit i no es vegi desconnectat de la realitat del sector, així com per mostrar clarament quina és la marca identitària del videojoc a Barcelona, Catalunya i l'Estat.

### 3. Identitat pròpia

- A diferència de fires com la Gamescom (molt comercial) o la GDC (molt tècnica), en canvi, Barcelona pot apostar per diverses propostes:
  - **Creativitat i innovació**, Barcelona destaca pel seu ecosistema creatiu i tecnològic, amb espais com el 22@, incubadores com GameBCN i una cultura digital arrelada. Tot això, afavoreix un possible enfocament centrat en nous formats, estètiques i experiències.
  - **Talent i educació**, la ciutat genera anualment centenars de graduats en videojocs gràcies als diferents centres formatius. Una fira que connecti aquest talent amb la indústria pot ser clau, ja sigui a nivell local o bé internacional, és a dir, retenir el talent o fins i tot poder exportar-lo.
  - **Indústria indie**, Barcelona ha esdevingut referent per al sector *indie* gràcies a esdeveniments com el BCN Game Fest i el suport institucional. Aquest posicionament inicial pot arribar a convertir la ciutat en capital de la producció *indie* a nivell internacional.
  - **Indústria *mobile***, actualment, entre el 35-40% dels estudis locals es dediquen al desenvolupament per a mòbil, amb empreses com Socialpoint, King o Gameloft establertes a la ciutat. Barcelona pot liderar una fira on el joc per a mòbil. Tanmateix, potser una gran oportunitat en

ser el segment de videojocs que més factura a nivell global i ser el que més ha crescut en els darrers anys, encara que potser s'hauria de centrar més en videojoc mòbil occidental per tal de no competir amb el gegant d'aquesta indústria com és Àsia. I, un factor clau també és comptar amb el congrés de telefonia mòbil més important del món, com és el Mobile World Congress.

- **Indústria espanyola i el català**, Barcelona és el centre de la indústria espanyola del videojoc, amb més del 50 % de la facturació estatal. Una fira que doni visibilitat i promoció al videojoc fet aquí i en la nostra llengua pot contribuir a reforçar la indústria local i continuar el creixement comercialització, on actualment la major part de vendes ja és internacional amb el 56%.
  - Aquesta especialització permetria posicionar-se per evitar la competència directa amb els gegants del nord.
  - També es pot arribar a plantejar la integració en aquesta gran fira, altres esdeveniments ja existents com el BCN Game Fest o el SAGA. Com ja va ocórrer amb la RetroBarcelona, que es va integrar en les edicions de la Barcelona Games World.

#### 4. Model de finançament mixt i estable

- La viabilitat econòmica de la fira hauria de basar-se en un model mixt que publicoprivat. Aquest model hauria de combinar aportacions públiques (Generalitat, Ajuntament de Barcelona, ICEC, ACCIÓ...) amb la captació de patrocinadors privats. Aquesta fórmula ja s'utilitza actualment en les fires que es realitzen a Barcelona, com el BCN Game Fest, on coexisteixen suports públics i col·laboracions d'empreses com Gameloft o Larian Studios.
- Tanmateix, és fonamental establir acords amb grans empreses del sector del videojoc i la tecnologia que puguin veure la fira com una oportunitat de visibilitat i posicionament. Els patrocinadors poden aportar recursos econòmics i materials, però també generar contingut dins del recinte (espais de marca, presentacions, activitats exclusives, etc.).

- El model ha d'incloure també fonts d'ingressos recurrents per tal d'evitar dependències excessives, algunes fonts com:
  - Venda d'entrades (amb diferents tarifes per públic general, professional, estudiants...).
  - Lloguer d'estands i espais expositius.
  - Serveis complementaris (zona de restauració, *merchandising*, accés a zones VIP, etc.).

### 5. Dates i ubicació

- La celebració de la fira hauria de tenir lloc en algun moment de la tardor o, fins i tot, arribant a l'hivern. D'aquesta manera es podria fer encaixar dins del calendari internacional (GDC al març, Gamescom a l'agost, Tokyo Game Show al setembre). Tanmateix, es podria disposar de les subvencions i ajudes públiques les quals se solen concedir en aquest període. En aquest cas, seria repetir el calendari que ja tenia la Barcelona Games World que se celebrava a finals de novembre/principis de desembre.
- Una condició indiscutible perquè aquestes dates siguin òptimes, seria la unificació de fires locals ja existents en aquestes dates. És a dir, fires com el BCN Game Fest o el SAGA, s'haurien d'incloure dintre d'aquesta gran fira per tal de no solapar-se i, també per aportar més riquesa.
- El lloc òptim és el recinte Gran Via de Fira de Barcelona, que ja acull fires de gran format com el MWC i, és un espai molt modulable i adaptable a condicions molt específiques segons el tipus de fira.
- Opcionalment, es poden programar activitats satèl·lit en altres espais de la ciutat (museus, centres cívics, universitats...). Un exemple que funciona actualment a Barcelona, és el cas del MWC amb el Talent Arena.

És a dir, Barcelona pot arribar a tenir:

Una fira híbrida, escalable i amb identitat pròpia, amb lideratge compartit, especialització en creativitat i talent, el videojoc *indie*, la indústria *mobile* i la cultura local. Un projecte construït a partir del que ja funciona, amb finançament mixt, vocació internacional i amb visió per convertir Barcelona en capital firal del videojoc al sud d'Europa.

A continuació, es plantegen tres formes de poder aconseguir assolir aquest repte.

#### 5.5.3.1. Barcelona Games World, una nova oportunitat?

Entre els camins possibles per a la consolidació d'una gran fira internacional del videojoc a Barcelona, cal valorar la possibilitat de **recuperar i actualitzar el model que va representar la Barcelona Games World**, posteriorment anomenada Nice One Barcelona. Aquesta proposta suposaria aprofitar el que va ser una fira exitosa, però adaptant-la als nous temps i a les necessitats que s'han identificat en aquest treball.

Barcelona Games World va néixer el 2016 com una aposta d'**AEVI** per traslladar la **Madrid Games Week** a Barcelona, reconeixent que la capital catalana **concentrava més del 50% de la facturació del sector espanyol** i bona part dels estudis actius. La primera edició, organitzada conjuntament amb Fira de Barcelona, va ser un èxit en assistència i va comptar amb una àmplia presència de grans marques com **Nintendo, Sony o Microsoft**, així com una àrea d'expositors molt consolidada. La fira se centrava principalment en el públic general (B2C), oferint un espai potent per jugar, competir i experimentar, però amb **poca presència d'espais B2B**, un dels seus punts febles.

Aquest model, segons apunten diversos professionals entrevistats, **s'aproximava a un format Gamescom en petit**, i podria haver estat una base sòlida sobre la qual créixer si no hagués estat per l'impacte de la **inestabilitat política** viscuda a Catalunya a finals del 2017. Tal com explicava Marisol López (Generalitat), AEVI i grans multinacionals, com Nintendo, expressaven malestar per les manifestacions i tensions que es produïen als

voltants del recinte firal. Aquest fet va motivar que **AEVI decidís traslladar de nou la seva fira a Madrid**, recuperant l'acord amb IFEMA, on ja havien treballat conjuntament durant anys i el model funcionava.

Posteriorment, amb l'arribada de la COVID-19, **la continuïtat de Nice One Barcelona va quedar totalment congelada**, i des del 2019 no s'ha tornat a fer, **tampoc la Madrid Games Week**. Malgrat això, segons s'ha recollit en les entrevistes, **AEVI manté la voluntat de tornar a organitzar una gran fira a Barcelona**. Aquesta intenció s'ha manifestat en converses recurrents els darrers dos anys, i s'alinea amb el fet que **el context polític actual és molt més estable**, i que la ciutat ha continuat desenvolupant fires com el BCN Game Fest o el SAGA amb èxit.

Així doncs, reprendre el model de la Barcelona Games World no implicaria simplement reeditar una fórmula passada, sinó **replantejar-la i adaptar-la a la nova realitat**. Això vol dir incorporar el teixit indie que ha crescut amb el BCN Game Fest, incloure una dimensió professional clara (B2B) i reforçar àrees que abans no tenien pes, com el videojoc per a mòbil, la formació, o el videojoc espanyol i català.

Aquest model reformat podria funcionar combinant la capacitat de convocatòria i estructura d'una gran fira (com ja tenia la Barcelona Games World) amb la proximitat i connexió amb la comunitat que ofereixen esdeveniments com la BCN Game Fest. En definitiva, seria com reactivar la Barcelona Games World com una "Gamescom a escala", però amb un enfocament més ampli i adaptat a les fortalezes específiques de Barcelona.

Ara bé, perquè això sigui viable, caldria garantir:

- **Un lideratge fort i consensuat**, amb AEVI, Fira de Barcelona i els agents locals.
- **Un model clarament mixt B2B-B2C**, per evitar repetir les limitacions del passat i poder escalar internacionalment.
- **Una estratègia unificada de calendari i recursos**, que integri fires com el BCN Game Fest o el SAGA per no competir, sinó sumar.

### 5.5.3.2. BCN Game Fest, el camí a seguir?

Una altra de les vies per consolidar una gran fira internacional de videojocs a Barcelona **és potenciar i fer créixer el projecte ja existent del BCN Game Fest**, l'antiga Indie Dev Day. A diferència del model anterior, aquesta proposta parteix d'una trajectòria consolidada des de baix, localment, amb creixement progressiu i una comunitat fortament implicada.

El festival va néixer l'any 2018 com a **Indie Dev Day**, una iniciativa col·laborativa impulsada per petits estudis, mitjans i associacions per **donar visibilitat al videojoc independent** en un moment en què aquest sector començava a créixer amb força a Barcelona. La primera edició, celebrada al Canòdrom de Barcelona, va comptar amb només 1.000 assistents, però va establir les bases d'un model que ha anat escalant cada any. El 2024, la fira va rebre més de 15.000 assistents i 2.200 professionals, en un espai de 8.500 m<sup>2</sup> a La Farga de l'Hospitalet.

Aquest creixement ha estat possible gràcies a una **organització sense ànim de lucre**, centrada en la comunitat i amb finançament mixt (ajudes públiques, patrocinadors i entrades), que ha prioritzat l'accessibilitat i la sostenibilitat econòmica. Com afirmen els directors de la fira, Laura González i Daniel Santigosa, "les nostres accions mai han estat enfocades a ser rendibles, sinó a ser útils per a la comunitat de la indústria del videojoc".

En les darreres, la fira ha incorporat espais B2B, zones de networking i conferències, i s'ha obert a nous segments del videojoc. Aquesta evolució ha portat al **canvi de nom a BCN Game Fest**, un pas simbòlic per **obrir-se a una audiència i un mercat més ampli, tant nacional com internacional**. El mateix Daniel Santigosa explicava que l'objectiu ara és "consolidar-nos com un punt de trobada clau per a la indústria del videojoc en totes les seves àrees".

Tot i això, la fira encara **arrossega la imatge de fira indie**, fet que limita la seva capacitat per atreure grans marques i projectar-se a escala global. Segons Joan Francesc Bañó

(GameBCN), “encara arrossega la motxilla de fira indie, fet que condiciona la seva capacitat per posicionar-se com a esdeveniment internacional B2B”.

Els reptes principals que hauria d'afrontar la BCN Game Fest per fer el salt a una fira de referència serien:

- **Ampliar l'equip organitzatiu i incorporar agents amb experiència internacional**, com AEVI o Fira de Barcelona.
- **Canviar d'ubicació** a un recinte amb més capacitat i serveis, com la Fira Montjuïc o Gran Via i, que permeti la separació d'espais dels diferents àmbits de la fira.
- **Augmentar la presència de *publishers*, inversors i empreses triple A.**
- **Consolidar el finançament**, reforçant les fonts privades i continuant aprofitant els ajuts públics.

Aquesta opció representa una **evolució orgànica d'allò que ja funciona**. El festival s'ha demostrat capaç de créixer amb la comunitat, de començar a professionalitzar-se, i és reconegut tant per públic com per institucions. Tal com destacava Eva Colom (ICEC), “potser tothom espera que el Barcelona Game Fest creixi, però per fer-ho necessiten consolidar l'equip i centrar-se-hi plenament”.

BCN Game Fest és una **realitat que funciona i un fira clau per a Barcelona**. Amb l'acompanyament adequat i una aposta clara per fer créixer el seu abast, podria ser el camí més sòlid, natural i sostenible cap a una fira de dimensions més grans i arribar a ser internacional.

#### 5.5.3.3. Atraure la marca d'una fira internacional: una opció a llarg termini?

Una tercera via, encara que més complexa, seria treballar per aconseguir que una gran fira internacional del videojoc esculli Barcelona com una de les seves subseus o seus itinerants. Aquest model ja s'ha aplicat amb èxit en altres indústries, com és el cas del Web Summit o, dins del sector del videojoc, les diferents edicions de la Game Developers Conference (GDC) a San Francisco, Europa i la Xina.

En el context actual, Barcelona podria aspirar a acollir una extensió europea d'una marca reconeguda. Pocket Gamer Connects és un exemple, la qual acaba de celebrar la seva primera edició a la ciutat el 2025.

L'atracció d'una subseu d'aquest tipus, però, seguiria suposant un gran repte per la ciutat. Requeriria un alt grau de coordinació institucional i una estratègia molt ben definida. També seria necessari negociar amb les organitzacions de les fires, oferir infraestructures de primer nivell, garantir el suport de la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Barcelona, i proposar una oferta econòmica competitiva. En aquest sentit, l'experiència de Barcelona amb grans congressos internacionals com el MWC o l'ISE pot ser un precedent positiu.

Aquesta aposta, a mig i llarg termini, podria ajudar a situar Barcelona en el mapa internacional de les grans fires del videojoc, amb una marca ja reconeguda i sense haver de construir una nova identitat des de zero. Tanmateix, també comporta riscos importants: la dependència d'un agent extern, la dificultat per controlar el model de fira, i la necessitat de demostrar una capacitat de convocatòria immediata.

#### 5.5.4. Per què no s'ha fet encara una gran fira del videojoc a Barcelona?

Tot i que Barcelona disposa dels actius, l'ecosistema i la projecció necessària per acollir una fira internacional de videojocs, aquesta encara no s'ha materialitzat. Els motius que s'han identificat poden ser diversos i poden estar interrelacionats:

- **Desacceleració del sector:** Després del creixement accelerat durant la pandèmia, el mercat del videojoc ha patit una contenció global. Això ha generat incertesa i reticència a invertir en nous grans formats firals.
- **Inestabilitat política recent:** El precedent de la Barcelona Games World (2016-2018) va deixar empremta. El context polític de l'època va espantar grans marques i va dificultar l'estabilitat del projecte. Afortunadament, avui dia, la situació és més estable.

- **Manca d'entesa entre sectors:** Tot i tenir una comunitat forta, falta una visió conjunta entre les parts, el sector *indie* i les grans corporacions i, un impuls ambiciós que posi Barcelona en el mapa internacional. Per tirar endavant una fira d'aquesta dimensió cal l'esforç d'implicació de totes les parts.
- **Manca de lideratge clar i operatiu:** Tot i l'existència d'un ecosistema actiu i un ampli consens sobre la necessitat d'una fira de gran format, encara no ha aparegut cap agent o entitat amb la capacitat de liderar aquest projecte de manera estable. La manca d'un impulsor clar, com podria ser Fira de Barcelona, AEVI o una aliança entre altres, fa que la iniciativa quedi encallada.
- **Expectativa entorn del BCN Game Fest 2025:** Molts agents del sector estan a l'expectativa per veure si aquesta nova edició fa el salt qualitatiu cap a una fira de major escala. L'èxit (o no) d'aquesta edició, així com si s'assoleixen els objectius, pot marcar el camí a seguir.

En definitiva, més que una manca de capacitat o falta de recursos, Barcelona es troba en un moment clau, a l'espera de sumar esforços i apostar conjuntament per fer realitat aquest projecte.

## 6. Validació del projecte

Per tal de validar aquest projecte i contrastar la seva viabilitat amb la realitat del sector, s'ha optat per tornar a contactar amb diversos dels agents entrevistats al llarg del treball.

Tot i això, no ha estat possible obtenir resposta de tots ells, en part per la disponibilitat limitada de les seves agendes com a professionals. En el millor dels casos, s'hauria volgut comptar amb més *feedback* per enriquir encara més la proposta.

És per això, que amb els professionals que s'ha pogut tornar a contactar, se'ls hi ha demanat, la seva opinió envers el darrer apartat del treball, sobre els resultats i la proposta estratègica plantejada.

S'ha pres aquesta decisió, ja que encara que se'ls hi hagi fet arribar tot el treball, la lectura completa del projecte podria estendre's més del temps del qual disposaven. És per això, que s'ha volgut prioritzar que poguessin fer almenys la lectura del darrer apartat, el qual es considera el més rellevant, ja que resumeix el que ha estat el treball.

Tanmateix, les opinions rebudes han estat positives i han confirmat que l'enfocament general del projecte és encertat.

Aquesta validació ha permès contrastar si el model proposat s'ajusta a les característiques i realitats de Barcelona, i si respon a les necessitats i mancances detectades per part dels professionals del sector.

A partir d'algunes d'aquestes observacions, s'han fet petits ajustos en la proposta final per tal que sigui el màxim de fidel i coherent amb la realitat actual de la indústria a Barcelona.

## 7. Conclusions

Aquest treball ha tingut com a objectiu principal determinar si Barcelona pot esdevenir una seu viable per a la celebració d'un gran congrés internacional de videojocs. A partir de l'anàlisi de casos locals i internacionals, l'estudi del context actual del sector i la realització d'entrevistes amb agents clau, es pot concloure que, efectivament, **Barcelona està a l'altura del repte**. La ciutat disposa d'un ecosistema ric i consolidat, bones infraestructures, suport institucional i una comunitat professional activa i creixent. Tot i així, encara resten alguns aspectes per consolidar, com la coordinació entre agents, el lideratge privat i l'aposta estratègica a llarg termini per fer-ho realitat.

Pel que fa als objectius generals i específics plantejats en aquest TFG, es pot afirmar que en gran mesura han estat assolits:

- S'ha pogut estudiar i analitzar grans esdeveniments de videojocs, tant a escala internacional com local, més en profunditat els locals.
- S'ha explorat el procés d'organització d'una fira en detall, així com els factors clau que en determinen l'èxit, amb ajuda d'entitats com Fira de Barcelona i els organitzadors de BCN Game Fest.
- S'ha pogut identificar i analitzar els principals agents del sector a Barcelona i el seu paper dins l'ecosistema.
- S'ha dut a terme una anàlisi de la viabilitat de la ciutat com a seu d'una gran fira, incloent-hi aspectes econòmics, logístics i institucionals.
- S'ha fet una proposta de model òptim de congrés per a Barcelona i s'ha validat amb professionals del sector.
- S'han explorat elements diferencials per fer d'aquesta fira única a Barcelona.

Aquest projecte, però, ha estat molt més que una recerca acadèmica. Ha estat una experiència personal molt enriquidora. El seu desenvolupament ha estat llarg i intens, amb una fase d'investigació i documentació extensa, però que m'ha permès aprofundir i aprendre el funcionament de l'ecosistema de videojocs a Barcelona des de totes les

perspectives: institucions, empreses, centres formatius i el mateix públic. L'oportunitat d'entrevistar i conèixer a tantes persones del sector ha estat vital per poder entendre els reptes i oportunitats reals que existeixen.

A nivell personal, aquest treball ha representat un repte que ha superat els límits de la universitat. Experiències prèvies, com la coordinació de la Gran CITM Game Jam i d'altres grans esdeveniments universitaris, m'han permès imaginar com seria escalar aquests projectes i fer-los més ambiciosos. Gràcies a això, he pogut aprendre sobre àmbits que desconeixia, com l'empresa, la gestió o l'economia d'esdeveniments. Tot plegat, amb un clar vincle emocional amb la ciutat de Barcelona, que continuo admirant com a pol de creativitat, talent i oportunitats, especialment en l'àmbit dels videojocs.

Finalment, vull expressar el meu agraïment sincer a totes les persones entrevistades que han fet possible aquest treball, aportant el seu temps, coneixements i opinions:

Marisol López, Eva Colom, Santiago Blanco, Jorge Cabezas, Anila Andrade, Katy Sanchez, Marta Fernández, Carles Sora, David Boces, Laura González, Daniel Santigosa, tots els expositors i assistents entrevistats durant l'Indie Dev Day 2024 i, especialment, al director d'aquest TFG, en Joan Francesc Bañó, per la seva dedicació, els seus contactes i el suport constant. Sense ell, aquest treball no hauria estat ni tant ampli, ni tant profund, així com enriquidor i gaudible.

## 7.1 Línies de futur

Aquest treball ha establert unes bases sòlides per entendre la viabilitat d'un gran congrés de videojocs a Barcelona. No obstant això, han quedat diversos temes oberts, els quals es podrien entrar més en profunditat i que podrien enriquir una futura continuació del projecte.

Una de les principals línies de futur seria aprofundir en l'anàlisi econòmica del projecte. Caldria elaborar un pressupost detallat i realista d'un esdeveniment d'aquestes característiques, incloent-hi tots els elements associats: lloguer de recinte, recursos humans, màrqueting, seguretat, i serveis digitals com infraestructura per a gestió d'inscripcions, *streaming* o zones interactives.

També seria interessant explorar models de gestió i governança de la fira, analitzant quin paper haurien de jugar exactament les institucions públiques, les empreses privades i els col·lectius professionals o educatius. En aquest sentit, s'hi podria incorporar una visió més comparativa amb altres ciutats que han consolidat esdeveniments similars.

Finalment, una línia rellevant seria l'anàlisi d'impacte ambiental i de sostenibilitat específica. Així mateix, caldria validar la proposta amb estudis de públic potencial, per tal de preveure l'afluència, segmentar els perfils i ajustar millor el format del congrés.

Tanmateix, per l'elaboració d'aquest treball, s'ha pogut assistir a diverses fires de videojocs a Barcelona, encara així, una línia a futur seria poder anar a fires internacionals com la Gamescom, la GDC o la Tokyo Games Show per tal de disposar també de dades de primera mà dels assistents com s'ha fet amb l'Indie Dev Day.

Aquestes futures passes podrien convertir l'estudi en un full de ruta completament executable, útil per a actors públics i privats que vulguin apostar pel projecte.

## 8. Bibliografia

### 8.1. Informes, estudis i llibres blancs

Angrill Jordà, M., Galí Ibáñez, J. B., & García López, A. (2023). Nova Pantalla: El videojoc a Catalunya. Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.

[<https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2024/04/LlibreNP.pdf>]

ACCIÓ – Generalitat de Catalunya. (2024). Informe sobre el sector dels videojocs a Catalunya 2024.

[<https://www.accio.gencat.cat/web/.content/bancconeixement/documents/pindoles/ACCIO-pindola-sector-videojocs-a-catalunya-2024-ca.pdf>]

Generalitat de Catalunya – Cultura Digital. (2025, juny). Ajudes Públiques a la Cultura Digital 2025.

[<https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2025/06/Nova-versio-2.pdf>]

Generalitat de Catalunya – Cultura Digital. (2024, abril). Catàleg d'empreses de videojocs a Catalunya 2024.

[[https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2024/04/Cataleg-Empreses-Videojocs-Catalunya-2024\\_low-1.pdf](https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2024/04/Cataleg-Empreses-Videojocs-Catalunya-2024_low-1.pdf)]

Generalitat de Catalunya – Cultura Digital. (2024). Llibre blanc del videojoc a Catalunya 2023.

[[https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2024/07/lilibreblanc\\_2023.pdf](https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2024/07/lilibreblanc_2023.pdf)]

ICEX España Exportación e Inversiones. (2024, abril). Informe de Feria: GDC 2024.

[[https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/070/documentos/2024/04/inform-es-de-feria/IF\\_GDC\\_2024.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/070/documentos/2024/04/inform-es-de-feria/IF_GDC_2024.pdf)]

ICEX España Exportación e Inversiones. (2024, setembre). Informe de Feria: Gamescom 2024.

[[https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2024/09/anexos/IF\\_GAMESCOM\\_2024.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2024/09/anexos/IF_GAMESCOM_2024.pdf)]

Ministeri d'Economia i Transformació Digital. (2024, maig). Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2024.

[<https://spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/ca/actualidad/dev--libro-blanco-del-desarrollo-espanol-de-videojuegos-2024>]

UFI Global. (2022). Global Exhibitions Impact Report.

[[https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/09/OE-UFI\\_Global\\_Exhibitions\\_Impact\\_August\\_2022.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/09/OE-UFI_Global_Exhibitions_Impact_August_2022.pdf)]

Vilasís-Pamos, J., Fernández-Ruiz, M., & Sora-Domenjó, C. (2024, octubre). El sector del videojoc indie a Catalunya.

[[https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/417254/informe\\_indie\\_acc.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/417254/informe_indie_acc.pdf)]

Women in Games. (2023, setembre). Manifiesto 2023 – Empowering women in the games industry.

[[https://www.womeningames.org/wp-content/uploads/2023/09/Wig\\_Manifiesto23\\_ID1.pdf](https://www.womeningames.org/wp-content/uploads/2023/09/Wig_Manifiesto23_ID1.pdf)]

## 8.2. Fonts institucionals i administratives

AEVI – Asociación Española de Videojuegos. (maig, 2016). La industria de los videojuegos organiza la Barcelona Games World, la feria anual del sector.

[<https://www.aevi.org.es/web/la-industria-los-videojuegos-organiza-la-barcelona-games-world-la-feria-anual-del-sector/>]

AEVI – Asociación Española de Videojuegos. (agost, 2024). VII Programa de ayudas de AEVI por la innovación del desarrollo de videojuegos en España.

[<https://www.aevi.org.es/web/vii-programa-de-ayudas-de-aevi-por-la-innovacion-del-desarrollo-de-videojuegos-en-espana/>]

Ajuntament de Barcelona – Seu electrònica. (2025). Llicència per a l'ocupació de la via pública per activitats puntuals.

[<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/oficinavirtual/es/tramit/20140001151>]

Ajuntament de Barcelona. (2018). Protocol No Callem – Per unes festes lliures de sexisme.

[<https://ajuntament.barcelona.cat/dones/ca/protocol-no-callem>]

CDTI Innovación – Ministeri de Ciència, Innovació i Universitats. (2024, juny). Convocatòria INNVIERTE Deep Tech – Tech Transfer.

[<https://www.cdti.es/ca/noticias/apertura-convocatoria-innvierte-deep-tech-tech-transfer-cdti-innovacion-fei>]

DEV – Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento. (n.d.). DEV – Desarrollo Español de Videojuegos.

[<https://www.dev.org.es/>]

ENISA – Empresa Nacional de Innovación. (n.d.). Audiovisual e industrias culturales y creativas – Líneas de financiación.

[<https://www.enisa.es/es/financia-tu-empresa/lineas-de-financiacion/d/audiovisual-e-industrias-culturales-y-creativas>]

Fira de Barcelona. (n.d.). Gran Via – Espai per a esdeveniments.

[<https://www.firabarcelona.com/gran-via/>]

Fira de Barcelona. (n.d.). Normes de participació.

[<https://www.firabarcelona.com/normes-de-participacio/>]

Fira de Barcelona. (n.d.). Sostenibilitat i medi ambient – Compromís amb un futur sostenible.

[<https://www.firabarcelona.com/sostenibilitat-medi-ambient/>]

Fira de Barcelona. (2024, gener). Fira de Barcelona se suma al compromís Net Zero Carbon Events.

[<https://www.firabarcelona.com/nota-premsa/institucional/fira-de-barcelona-se-suma-al-compromis-net-zero-carbon-events/>]

Fira de Barcelona. (2024, febrer). Fira de Barcelona obté la certificació ISO 14001 en gestió mediambiental d'AENOR.

[<https://www.firabarcelona.com/nota-premsa/institucional/fira-de-barcelona-obte-la-certificacio-iso-14001-en-gestio-mediambiental-daenor/>]

Fira de Barcelona – Guest Events. (n.d.). Compromís amb la sostenibilitat.

[<https://guestevents.firabarcelona.com/ca/sostenibilitat/>]

Folcomuns – Fira de Barcelona. (n.d.). Reglament institucional de participació.

[[https://folcomuns.firabcn.es/reglament\\_institucional/reglamento\\_ca.html](https://folcomuns.firabcn.es/reglament_institucional/reglamento_ca.html)]

Generalitat de Catalunya – Cultura Digital. (març, 2025). Opcions de finançament per a videojocs.

[<https://culturadigital.blog.gencat.cat/opcions-financament-videojocs/>]

Generalitat de Catalunya. (n.d.). Subvencions per a l'organització d'esdeveniments de contingut cultural digital a Catalunya – CLT099.

[<https://web.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-a-lorganitzacio-des-deveniments-de-contingut-cultural-digital-a-Catalunya-CLT099>]

ICEC – Generalitat de Catalunya. (2024). Notícia oficial: Indie Dev Day 2024.

[[https://icec.gencat.cat/ca/actualitat/noticies/detall/Noticia\\_IndieDevDay24](https://icec.gencat.cat/ca/actualitat/noticies/detall/Noticia_IndieDevDay24)]

ICEC – Institut Català de les Empreses Culturals. (n.d.). Subvencions a projectes d'internacionalització d'empreses de videojocs.

[<https://icec.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Subvencions-a-projectes-dinternacionalitzacio-dempreses-videojocs>]

Ministeri de Cultura i Esport. (n.d.). Acció i promoció cultural – Beques, ajudes i subvencions.

[<https://www.cultura.gob.es/cultura/industriasculturales/sc/becas-ayudas-subvenciones/accion-promocion-cultural>]

Ministeri de Cultura i Esport. (n.d.). Ajuts a la promoció i internacionalització de videojocs.

[<https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/general/24/2409087/ficha.html>]

Seu Electrònica – Ajuntament de Barcelona. (n.d.). Tràmit de llicència per a activitats puntuals.

[<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/oficinavirtual/es/tramit/20140001151>]

### 8.3. Organitzadors d'esdeveniments i fires

ArtsIT Conference. (2025). ArtsIT 2025 – 14th EAI International Conference on ArtsIT, Interactivity & Game Creation.

[<https://artsit.eai-conferences.org/2025/>]

Bilbao Games Conference. (2024). Bilbao Games Conference – B2B event for the videogame industry.

[<https://www.bilbaogamesconference.com/>]

Blizzard Entertainment. (2024). BlizzCon Official Website.

[<https://www.blizzcon.com/es-es/>]

Brasil Game Show. (2024). Official Website.

[<https://www.brasilgameshow.com.br/>]

ChinaJoy. (2024). Official Website.

[<https://en.chinajoy.net/#/englishPage/englishHome>]

CHI PLAY. (2025). CHI PLAY 2025.

[<https://chiplay.acm.org/2025/>]

Devcom Global. (2024). Devcom Official Website.

[<https://www.devcom.global/>]

Digital Games Research Association (DiGRA). (2025). Official Website.

[<https://digra.org/>]

EGX London. (2024). EGX Official Website.

[<https://www.egx.net/london/en-gb.html>]

FDG Conference. (2024). Foundations of Digital Games Conference.

[<https://fdg2024.org/>]

FROG – Future and Reality of Gaming. (2025). FROG Vienna.

[<https://www.frogvienna.at/>]

Gamelab. (2024). Gamelab Barcelona 2023.

[<https://www.gamelab.es/>]

Game Developers Conference. (2024). GDC Official Website.

[<https://gdconf.com/>]

GDCConf. (2025). Advocacy Track – GDC 2025.

[<https://gdconf.com/advocacy-track/>]

GDCConf. (2025). Code of Conduct.

[<https://gdconf.com/code-of-conduct/>]

Global Games Forum. (2025). Global Games Forum.

[<https://www.globalgamesforum.com/>]

Hamburg Games Conference. (2025). HGC – Hamburg Games Conference.

[<https://hgconf.com/>]

IndieCade. (2024). Official Website.

[<https://www.indiecade.com/>]

Indie Dev Day. (2024). Pàgina oficial del Indie Dev Day.

[<https://www.indiedevday.es/ca/>]

ISE Europe. (2025). ISE 2025 reaches new heights.

[<https://www.iseurope.org/>]

Koelnmesse GmbH. (n.d.). Koelnmesse – International trade fair organizer.

[<https://www.koelnmesse.com/>]

Madrid Games Week. (2024). Official Website.

[<https://www.ifema.es/madrid-games-week>]

MWC Barcelona. (2024). MWC 2024: Official website.

[<https://www.mwcbarcelona.com/>]

Nordic Game. (2024). Nordic Game Official Website.

[<https://nordicgame.com/>]

Paris Games Week. (2024). Official Website.

[<https://www.parisgamesweek.com/en>]

PAX. (2025). Official Website.

[<https://www.paxsite.com/>]

Pocket Gamer Connects. (2025). PG Connects Official Website.

[<https://www.pgconnects.com/>]

RetroBarcelona. (2025). Fira RetroBarcelona 2025.

[<https://www.retrobarcelona.org/>]

SAGA – Saló del Gaming. (2025). La fira del gaming en català.

[<https://saga.cat/>]

SECIVI. (2025). Congreso Español de Videojuegos (CEV).

[<https://secivi.org/cev/>]

Taipei Game Show. (2025). B2B Zone of Taipei Game Show.

[[https://tgs.tca.org.tw/b2bzone\\_e.php](https://tgs.tca.org.tw/b2bzone_e.php)]

Tokyo Game Show. (2025). Official TGS 2024 Website.

[<https://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2024/en/display/>]

Videojogos 2024. (2024). Conferência Científica Internacional em Videojogos.

[<https://videojogos2024.ipleiria.pt/#>]

Web Summit. (2025). Web Summit.

[<https://websummit.com/>]

## 8.4. Notícies i premsa digital

3Cat. (2024). Prostitució i explotació sexual durant el Mobile: l'altra cara de les grans fires.

[<https://www.3cat.cat/324/prostitucio-i-explotacio-sexual-durant-el-mobile-laltra-cara-de-les-grans-fires/noticia/3339886/>]

AENA. (2024, 11 gener). El Aeroport Josep Tarradellas Barcelona-El Prat tanca l'any amb xifres de tràfic rècord.

[[https://www.aena.es/es/prensa/el-aeropuerto-josep-tarradellas-barcelona-el-prat-cierra-el-ano-con-cifras---de-trafico-record.html&p=1575078740846](https://www.aena.es/es/prensa/el-aeropuerto-josep-tarradellas-barcelona-el-prat-cierra-el-ano-con-cifras---de-trafico-record.html?p=1575078740846)]

El País. (2025, 17 març). Qué significa que Arabia Saudí se haya hecho con Pokémon Go.

[<https://elpais.com/babelia/2025-03-17/petrodolares-que-compran-suenos-que-significa-que-arabia-saudi-se-haya-hecho-con-pokemon-go.html>]

EFE. (2025, 6 març). El MWC 2025 iguala el seu rècord històric d'assistència amb 109.000 visitants.

[<https://efe.com/cataluna/2025-03-06/el-mwc-2025-igual-a-su-record-historico-de-asistencia-con-109-000-visitantes/>]

GamesIndustry.biz. (2023). E3 2023 is cancelled: ESA explains why.

[<https://www.gamesindustry.biz/e3-2023-is-cancelled-esa-tells-us-why>]

GamesIndustry.biz. (2024). Nintendo Direct has transformed the company's relationship with its fans.

[<https://www.gamesindustry.biz/nintendo-direct-has-transformed-the-companys-relationship-with-its-fans>]

GiantBomb. (2009). Gamescom 2009 Overview.

[<https://www.giantbomb.com/gamescom-2009/3015-3674/>]

Hobby Consolas. (2024). Historia del E3: la feria de videojuegos más importante del mundo.

[<https://www.hobbyconsolas.com/reportajes/historia-e3-feria-videojuegos-mas-importante-ante-mundo-246522>]

IDESCAT – Institut d'Estadística de Catalunya. (2024). Allotjaments turístics a Barcelona (província).

[<https://www.idescat.cat/pub/?geo=prov%3A08&id=turall&lang=es&n=6031>]

KNX Today. (2025, febrer). ISE 2025 concludes with record-breaking attendance in Barcelona.

[<https://www.knxtoday.com/2025/02/53391/ise-2025-concludes-with-record-breaking-attendance-in-barcelona.html>]

La Vanguardia. (2024, 28 novembre). Impacte econòmic de la fira ISE: 468 milions, un 21% més que l'any passat.

[<https://www.lavanguardia.com/vida/20241128/10151561/impacto-economico-feria-ise-468-millones-21-mas-ano-agenciaslv20241128.html>]

Observatori de Turisme a Barcelona. (2024, 12 febrer). Destination Barcelona ends 2023 with 26 M tourists and an economic impact in direct spending of 12,750 M euros.

[<https://observatoriturisme.barcelona/en/noticia/destination-barcelona-ends-2023-26-m-tourists-and-economic-impact-direct-spending-12750-m-euros/>]

Plan A. (n.d.). Transparent & Sustainable Events: Understanding Carbon Emissions.  
[<https://plana.earth/academy/transparent-sustainable-events-carbon-emissions>]

Plataforma per la Llengua. (2024). Tercera edició del SAGA: aposta pel talent local i el públic familiar.  
[<https://www.plataforma-llengua.cat/que-fem/noticies/6272/>]

Redbrick. (2024). The cancellation of E3: End of an entertainment era.  
[<https://www.redbrick.me/the-cancellation-of-e3-end-of-an-entertainment-era/>]

RTVE. (2024, 25 febrer). Impacto económico del MWC 2024 en Barcelona.  
[<https://amp.rtve.es/noticias/20240225/barcelona-impacto-economico-mwc-2024/15983120.shtml>]

Telefónica. (2024). MWC: origen, historia y curiosidades del Mobile World Congress.  
[<https://www.telefonica.com/en/communication-room/blog/mwc-origin-history-and-curiosities-of-the-mobile-worldcongress/>]

The New Barcelona Post. (2024, 26 febrer). El sector català del gaming supera 230 empreses i s'obre a la internacionalització.  
[<https://www.thenewbarcelonapost.com/el-sector-catalan-del-gaming-supera-230-empresas-y-se-lanza-a-su-internacionalizacion/>]

Uvejuegos. (2024). Shawn Layden argumenta por qué Sony dejó de ir al E3.  
[<https://uvejuegos.com/noticia/Shawn-Layden-argumenta-por-que-Sony-dejara-de-ir-a-l-E3/42020>]

Wayback Machine. (2015). How E3 1995 changed gaming forever.  
[<https://web.archive.org/web/20151225204734/https://syfygames.com/news/article/t-his-week-in-gaming-history-how-e3-1995-changed-gaming-forever>]

---

Wikibooks. (n.d.). History of video games: Game conventions.

[[https://en.wikibooks.org/wiki/History\\_of\\_video\\_games/Game\\_conventions](https://en.wikibooks.org/wiki/History_of_video_games/Game_conventions)]

Xataka. (2024). No Sony al E3: el videojoc a tomarse en serio com a cultura.

[<https://www.xataka.com/analisi/no-sony-al-e3-desesperado-videojuego-a-tomarse-serio-como-cultura>]

## 9. Annexos

### 9.1. Entrevista a Santiago Blanco - Fira de Barcelona

- **Nom de la persona entrevistada:** Santiago Blanco
- **Càrrec / Rol:** Director de Desenvolupament Negoci Propi
- **Entitat / Organització:** Fira de Barcelona
- **Data de l'entrevista:** Dimecres 4 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 20 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

#### **[Pau] Com valoreu el sector del videojoc des de Fira de Barcelona?**

[Santiago] El gaming és, sens dubte, un sector rellevant des d'un punt de vista no només de consumidor, sinó també d'indústria, d'estudis i de tots els serveis al voltant del videojoc. Per nosaltres és un sector prioritari per l'economia catalana, ja que Barcelona és el primer hub a nivell europeu en desenvolupament de jocs de mòbil, i el segon en gaming en general.

#### **[Pau] Com planifiqueu una fira des de Fira Barcelona?**

[Santiago] Primer investiguem les necessitats de l'oferta i la demanda. L'oferta són els expositors i la demanda són els visitants. Desenvolupem una proposta i la validem amb l'oferta. Si aconseguim una massa crítica d'empreses que s'hi apunten, aleshores comencem a treballar la demanda, divulgar l'esdeveniment i acabar de tancar l'oferta.

#### **[Pau] Com decidiu si una fira és B2B, B2C o híbrida?**

[Santiago] Ho determina el mercat i la competència. Si hi ha molts esdeveniments B2C, potser no té sentit fer-ne un altre més. Ho analitzem cas per cas.

#### **[Pau] Amb quina antelació comenceu a preparar una fira?**

[Santiago] Un mínim de 12 mesos.

**[Pau] Quins són els errors més comuns en crear una nova fira?**

[Santiago] No identificar bé les necessitats reals de l'oferta i la demanda, o no validar-les correctament.

**[Pau] Quins agents intervenen en l'organització d'una fira de videojocs?**

[Santiago] Per l'oferta: estudis, serveis per estudis (doblatge, ambientació, cloud, advertising, etc.). Per la demanda: publishers, desenvolupadors, fons d'inversió i captació de talent.

**[Pau] Com mesureu l'èxit d'una fira?**

[Santiago] Ha de ser un negoci rendible. Cal tenir un bon nombre d'expositors i metres quadrats d'exposició, un bon nivell de fidelitat dels expositors, i un perfil d'assistents adequat al que busca l'expositor.

**[Pau] Com trieu les dates?**

[Santiago] Depèn del sector i de la competència. Per exemple, no faràs una fira vinícola al setembre. Cal evitar coincidir amb esdeveniments molt referents del sector.

**[Pau] Com decideu el tipus d'espai?**

[Santiago] En funció de les necessitats de l'esdeveniment: auditori, producció, tipus de decoració... Si cal molta producció, has de valorar el cost segons l'espai.

**[Pau] Com capteu grans marques o estudis?**

[Santiago] Amb equips comercials. Trucades, reunions, presentació del projecte i negociació directa.

**[Pau] Quins beneficis ofereixen als patrocinadors?**

[Santiago] Accés a audiència de qualitat per fer negoci i exposició de marca.

**[Pau] Quin paper juguen les institucions públiques?**

[Santiago] Les incorporem com a expositores. Per exemple, el Departament de Cultura pot voler un espai per startups relacionades amb gaming o per explicar el seu pla estratègic. No fan una subvenció directa, sinó que aporten valor al contingut i a la promoció.

**[Pau] Quines són les fonts principals d'ingressos?**

[Santiago] Depèn del model. Si és molt congressual, ingressos per tiquets i patrocinis. Si és més expositiu, els metres quadrats venuts.

**[Pau] Quina és la vostra estratègia de promoció?**

[Santiago] Proposta de valor clara: a l'expositor li portem el visitant adequat, al visitant li oferim accés als proveïdors més rellevants, novetats del sector i contingut de qualitat. Els canals varien segons el tipus de fira: mitjans especialitzats, digitals, xarxes socials per B2B, i mitjans tradicionals per B2C.

**[Pau] Com recollis feedback?**

[Santiago] Durant la fira es fan enquestes presencials i després enquestes online post-esdeveniment.

**[Pau] Quina radiografia feu del moment actual per impulsar una gran fira de videojocs a Barcelona?**

[Santiago] El sector és prioritari per a nosaltres. Estem estudiant com fer-ho viable i amb impacte internacional. Ja hem parlat amb molts agents del sector. El context és favorable, però falta quelcom que acabi d'unir totes les peces.

**[Pau] Quin hauria de ser l'abast: local, estatal, internacional?**

[Santiago] Un esdeveniment de referència ha de comptar amb els grans noms del sector. Ha de ser internacional.

## 9.2. Entrevista a Marisol López - Generalitat de Catalunya

- **Nom de la persona entrevistada:** Marisol López
- **Càrrec / Rol:** Directora General d'Innovació i Cultura Digital
- **Entitat / Organització:** Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya
- **Data de l'entrevista:** Dimecres 14 de maig de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 1 hora
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau]** He fet diversos blogs, en els quals diversos temes, etcètera. Crec que pots saber o que em poden ajudar i si no, no passa res. I si saps, dius “això no ho sé”, però sé que algú altre... ja t’ho buscarem o el que sigui. La primera és, en aquest sentit, quin paper juga el Departament de Cultura en el suport de fires i esdeveniments a nivell de Catalunya? Quin paper sol jugar?

[Marisol] Mira, en principi... a veure com t’ho explico. Els departaments de la Generalitat, igual que els ministeris, s’estructuren en diverses direccions generals. Hi ha patrimoni, cultura popular... Baixen com per temàtiques. Des de fa gairebé quatre anys –encara no en fa quatre– vam crear aquesta Direcció General d’Innovació i Cultura Digital, que som els que ens encarreguem dels temes de videojocs.

Nosaltres abans estàvem a l’ICEC, que és l’Institut Català de les Empreses Culturals.

**[Pau]** Exacte.

[Marisol] Algunes de les coses que fem, les fem en col·laboració. D’una banda, tenim una línia de subvencions per ajudar esdeveniments de cultura digital, i aquí ajudem fires i festivals, esdeveniments de videojocs. Però la presència institucional, l’estand de la Generalitat en aquestes fires, generalment l’organitza l’ICEC.

Nosaltres ho vam fer els primers anys, però ara ja ho fa l'ICEC perquè ells ho fan en totes les fires culturals. La relació amb el sector la tenim sobretot nosaltres. Ells també tenen una persona dedicada, i treballem conjuntament. Però la relació amb els esdeveniments, les subvencions, les activitats dins la fira, ho fem nosaltres. L'estand general, el fa l'ICEC.

**[Pau] Clar, tot és Departament de Cultura, en el fons.**

[Marisol] Clar, sí. Però perquè vegis com es reparteixen les peces. Parla amb l'Eva Colom, també. Ella també hi està involucrada.

**[Pau] Perfecte, parlaré amb ella. Heu participat a IndieDevDay, SAGA, GameLab...**

**Teniu línies específiques d'ajuda a subvencions?**

[Marisol] Sí, vols que te la passi? No és gaire rotllo, eh?

**[Pau] No, cap problema.**

[Marisol] No et preocupis. A la gent li fa com pànic llegir normatives, perquè fan mandra, però són aquestes. Encara que surtin com a tancades, et surt la normativa i podràs veure-ho.

No només hi ha videojocs: ara hi ha hagut l'OFFF, un festival de creativitat, disseny i tal, digital. Aquest cap de setmana, superinternacional. També el MIRA, de música i instal·lacions digitals. Hi ha molt de ventall. I esdeveniments de videojocs que no cal que siguin fires, poden ser altres coses.

**[Pau] Com s'integren els videojocs dins l'estratègia general vostra de cultura i de Generalitat?**

[Marisol] Jo crec que fa gairebé deu anys. Vam tenir un director general que venia del món dels videojocs. Jo llavors feia internacionalització. I va dir: "Hem de començar a treballar aquest tema". Perquè no té sentit treballar sectors culturals i deixar aquest fora.

El primer pas va ser defensar que el videojoc era cultura. Aquesta és la lluita grossa. Ara sembla assumit, però al principi hi havia molta reticència. Es veia amb dues mirades negatives: una, com a font d'addicció, abandonament escolar... el "ninyato de la catana", etc. I l'altra, com a entreteniment banal, només "shooters", com una cosa menor.

Quan dius: ja, però igual que hi ha "Missió Impossible", també hi ha cinema d'autor. Ningú dubta que el cinema és cultura.

Ens va costar bastant. Però ara ja hi ha un consens. També hi havia la idea que s'havien de treballar des del Departament d'Empresa. Però el sector es va sentir molt còmode dins Cultura. I la resta de sectors culturals tradicionals també ho han anat assumint.

**[Pau] Les fires entren dins aquesta estratègia, no? Per visibilitzar el sector, potenciar la indústria?**

[Marisol] Sí, tot i que no tenim aquella gran fira de públic que hi havia uns anys. Ara ha desaparegut. Es va dir que es podrien unir les fires i fer-ne una de més gran, però ningú està tirant d'això.

Però fires com IndieDevDay són molt importants per estructurar el sector. Allà els estudis poden testejar el projecte amb la gent que l'ha de jugar. Veuen què funciona, què no, què no s'entén... Quan estàs molt ficat dins el teu projecte, no ho veus. I és molt útil.

També serveix perquè hi vagin publishers, inversors... És la manera de fer múscul. Si no, han de sortir fora. I després, una altra cosa important: no hi ha tants espais per crear comunitat. Espais on trobar-se, comentar problemes, fer networking.

**[Pau] Com espais de trobada més que només fires.**

[Marisol] Exacte. Un espai professional, de testeig, de mercat –entre cometes–, d'aconseguir finançament, inversió... Aquesta part és fonamental.

**[Pau] I el videojoc com a expressió cultural i artística és el que defenseu?**

[Marisol] Sí. I també tota la part de narrativa, música, creació de personatges, art, conscienciació... Tenim jocs que donen aquesta mirada extra. Com Endling, Neva, jocs de Mango Protocol... Ens serveixen molt per combatre prejudicis.

I també et diré que jo soc molt fan de jocs per desconnectar. No tot ha de ser transcendent. Però si, a sobre, aprens alguna cosa de Roma, o com funcionava el món dels pirates, millor.

**[Pau] L'estat de l'ecosistema a Barcelona, com el veus?**

[Marisol] No ha baixat mai, t'he de dir. Fa anys que fem el Llibre Blanc del Videojoc a Catalunya. El primer va ser el 2016, així que fa nou anys.

Ara teníem por amb l'últim. Hi havia discurs d'apocalipsi: tancaments, fusions, crisi... I les dades que ens van arribar ahir –encara les estem treballant– ens diuen que som millors que l'any anterior: més treballadors, més estudis, més facturació.

**[Pau] Ostres. Jo pensava que estàvem en una corba de baixada.**

[Marisol]: Nosaltres també ho pensàvem, amb tot això de Tencent, Activision, Microsoft... Però no. I si fos dolent, també ho diríem. No ens autoenganyem.

**[Pau] I empreses com GameLoft, Ubisoft, incubadores a Girona... Hi ha moviment.**

[Marisol]: Exacte. A Girona s'està començant. Vam veure projectes molt bons d'una incubadora allà. Hi ha qualitat i quantitat. Nosaltres sentim aquest ronron d'inquietud, però el sector està viu.

També intentem ajudar a fer ponts entre universitats i empreses. Perquè hi ha un gap. Les empreses volen perfils sèniors, i els que surten de la uni són juniors. I ho sabem. Per això fem trobades com la TalentDevDay, a IndieDevDay, que va tenir bons resultats: gent contractada.

**[Pau] Nosaltres vam fer entrevistes a la universitat, amb professionals perquè els estudiants poguessin preguntar. I també hem vist el valor d'aquestes GameJams amb alumnes de FP, que els ajuden a xocar-se amb la realitat.**

[Marisol] Exacte. Reben feedback real, no només dels profes. Això et fa créixer molt.

**[Pau] Com es podria millorar encara més la col·laboració entre governs, empreses, entitats?**

[Marisol] Coneixes la Taula del Videojoc? Si no, parla amb el Dani, que te l'explicarà bé. Jo t'ho faig ràpid. Va néixer fa 6 o 7 anys, per una iniciativa del Parlament. És un espai amb entitats (dones, jocs socials, empreses, universitats, FPs...), nou departaments de la Generalitat...

I és horitzontal. No és el sector demanant coses a l'administració, sinó treball conjunt. Es treballen temes com reconeixement social, professionalització, finançament, internacionalització i esports. D'aquí han sortit accions tàctiques, no grans estratègies: arreglar botons concrets.

Ja n'hem fet dues tongades de 60 accions. Des de formació per famílies, biblioteques amb llibres de videojocs, fons de finançament, incentius fiscals, fires internacionals... Aquesta part la lidera molt l'Eva.

Cada any fem "Passant Pantalla", on presentem el llibre blanc, el catàleg d'empreses (no hi són totes, però sí les que contesten, o com a mínim les imprescindibles com Ubisoft), i anem generant documentació i estudis perquè hi hagi més bibliografia del sector. Encara hi ha poca recerca acadèmica sobre videojocs. I això cal canviar-ho.

**[Pau] I sobre les fires actuals a Catalunya?**

[Marisol] Ara mateix tenim IndieDevDay, que passarà a formar part del Barcelona Games Fest. Ho fan perquè el nom "indie" feia com de barrera, segons qui. Després tenim el SAGA (Saló del Gaming en Català) i RetroBarcelona, que és més petit.

També s'està fent la Pocket Gamer, des de Londres. Era de mòbils, però ara s'obre més. Aquest any serà petit perquè s'ha muntat ràpid i sense ningú d'aquí.

També hi ha coses locals, com el BAC d'Amposta, que col·labora amb IndieDevDay i RetroBarcelona. I una cosa nova a Girona, potser es dirà Girotrònica, no està clar si serà fira o LAN Party.

Hi ha coses petites. Però fires grans... no. Nintendo, per exemple, té presència dins el Manga Barcelona. Però això no és ben bé fira de videojocs.

**[Pau] A mi m'intriga molt perquè justament el TFG el faig per això. Vaig veure desaparèixer el Nice One Barcelona, que venia de la Barcelona Games World, i vaig pensar: Barcelona, capital europea de videojocs, i no tenim una fira gran?**

[Marisol] Sí, i mira: l'última edició de la Barcelona Games World va ser el 2 d'octubre de 2017. El dia després de l'1 d'octubre. Hi havia manifestació a Plaça Espanya, i els de Nintendo –que sortien de la fira– es van trobar una mani enorme. I això els va espantar molt. Sobretot els japonesos. No els va agradar gens aquesta sensació.

Això ho expliquen sempre els d'AEVI, que són els de Madrid que ho muntaven. Es van espantar i van decidir tornar a Madrid. Però allà tampoc ha funcionat. Han dit que els agradaria tornar a Barcelona. I nosaltres els diem: "Doncs torna, tio".

Els són els que poden portar Sony, Nintendo, Microsoft... els grans. Però no hi ha cap fira gran. Ni a Madrid, ni a Barcelona. Fan cosetes a València, a Màlaga... però tot petit.

Aquesta mena de trobada que van fer allà a Màlaga també va ser ultrapetita. I jo crec que aquest any em fa la impressió que ni ho tenen previst. Per això t'ho dic. No ho sé... això també l'Eva t'ho dirà millor. Però potser aquest creixement de la Gamescom també ha fet que la gent...

**[Pau] Com que és "the place to be", i la gent se'n va cap allà.**

[Marisol] Clar. Però el que nosaltres voldríem és una cosa més oberta, més com el Manga [Barcelona].

**[Pau] Sí, més oberta al públic general, no? I sobre l'impacte?**

[Marisol] Clar, exacte. Ara, vosaltres quins criteris o indicadors utilitzeu per valorar l'impacte cultural, social i econòmic d'una fira de videojocs o dels propis videojocs a Catalunya?

A veure, l'impacte... Nosaltres mirem qui diu que vol participar-hi. En principi, tens un bàsic, que és la quantitat de gent que hi va, però després hi ha un altre molt important: quanta gent vol tenir presència, vol exposar. I quin és el nivell? Si acceptes tothom perquè sí, doncs bueno. Però si has de filtrar, és que la cosa té nivell. I sobretot, que la gent respongui.

Perquè si vas una vegada i el que hi ha no t'interessa, ja no tornes més. Però quan veus que... Mira, ara la RetroBarcelona, que hi vaig estar fa un parell de caps de setmana, estava superplena de gent. Això vol dir que no només el tema interessa, sinó que l'organitzen bé.

**[Pau] Clar.**

[Marisol] Per exemple, ells han fet molta batalla. La retro és un sector molt masculí. I molt senyor. D'aquells de "les dones no saben de videojocs", aquests comentaris xungos. I la gent de l'organització de la Retro s'ha posat molt les piles per acostar-se cada cop més a la igualtat. Han convidat participants, han fet xerrades... I es nota molt.

Ho veus, i la gent ho accepta molt bé. Al principi, potser algun comentari tonto perquè posaven un punt lila o el que sigui, però vaja...

**[Pau] Ja, ja. Nosaltres aquí a El Grau, a quart, som 40 i només tenim dues noies. Però en canvi a primer ja n'hi ha 10 o 12. O sigui, va pujant.**

[Marisol] Sí, costa molt. A les noies els costa trobar l'interès. Si obres art, de seguida entren noies. Però si és desenvolupament... costa molt. Ara estem al 27% a la indústria, però la majoria estan a administració o a art. Costa molt trobar programadores.

La Retro també ha començat a fer més difusió en català, a xarxes... S'està movent cap a un espai més inclusiu, i no només aquell espai masculí on uns quants senyors es troben a parlar en castellà i porten els nens. I això és molt important per nosaltres, perquè forma part d'aquesta acceptació social que ens interessa molt.

**[Pau] Sí, sí. De fet, una part del meu treball també la dedico a això: la responsabilitat social en els videojocs, feminisme i la pròpia equitat que hauria d'existir però que encara no tenim. També tot el tema dels grans congressos, i tot el que hi ha al darrere, com per exemple el tema prostitució...**

[Marisol] Gràcies. És molt bèstia, això. Sempre es diu que els negocis no es fan al congrés, sinó fora del congrés, i això és un problema.

Nosaltres estem treballant aquesta part des de la Taula del Videojoc, però també per altres vies. Quan vam començar, ens vam trobar situacions molt xungues. Assetjament a dones, i encara passa. Avui mateix ens estàvem escrivint amb els Mossos per temes així. Hem de tenir respostes quan algú ens diu: "estic jugant online i em diuen 'vés a la cuina'" o coses així.

I això és el mínim que et poden dir. No podem pensar que això està resolt, perquè no ho està.

També subvencionem una altra línia d'ajudes, a part dels esdeveniments, que és per incubadores. Tenim, per exemple, GameBCN (que gairebé vam cofundar) i també la de Girona. I una altra línia de subvencions és per fomentar la diversitat: LGTBI, cultura inclusiva, etc.

I aquí et trobes coses fortes. Per exemple, vam intentar fer una part del web [videojocscatalans.cat](http://videojocscatalans.cat) amb dones referents, i moltes ens van dir que no volien visibilitzar-se. Per por a l'assetjament. I és molt bèstia. Estem intentant construir un entorn segur i alhora les dones que ja hi són tenen por de ser visibles. És un temazo.

**[Pau] Totalment. Al final, si volem que vingui més gent diversa a fer videojocs, tothom s'ha de sentir segur. I això sovint no passa.**

[Marisol] Exacte. I això encara ens costa molt.

**[Pau] Canviant de tema, com veieu el Catalunya Media City? Ara que s'ha presentat oficialment, quin paper juga? Quin objectiu té?**

[Marisol] És molt gran. Catalunya Media City és enorme. Hi ha un edifici, el de les turbines, per on comença tot. I aquí hi ha una mirada molt forta cap a l'audiovisual. Però també t'he de dir que l'audiovisual està mirant molt el videojoc. És graciós perquè dius: "ofereix alguna cosa, perquè si no...".

Les eines són les mateixes. Tot el que són platós virtuals, es fan amb Unity o Unreal. I ells comencen a entendre que el videojoc és un camí.

Ara, jo no porto directament aquest projecte. Hi vaig estar al naixement, però després se'n va crear un equip específic. Estem paret amb paret, treballem junts, però et parlo com a opinió personal.

Per mi, el que s'hauria d'aconseguir és una connexió de tota la cadena de valor. Com el Polo Digital de Málaga, que només pot funcionar en ciutats mitjanes. Allà tens universitat, incubadora, dues o tres empreses acollides, un espai guai on van estudiants, gent jove, gent que comença...

**[Pau] Clar, però a Barcelona hi ha 1.500 estudiants fent videojocs...**

[Marisol] Exacte! No hi caben. Però Catalunya Media City hauria d'aconseguir això: crear connexions. Que hi hagi gent que comença, gent del sector, de les universitats,

premsa, publishers, inversors... I que tot això es pugui fer en un espai físic. Potser fer-hi una fira allà mateix, perquè hi ha espai. Jo crec que això pot ser superinteressant. Remena, cohesionada. Que la maionesa lligui, saps?

També dic sempre (i no em fa cas ningú): si algú ve a fer una xerrada, quedeu-vos amb el seu mail. Saludeu. Feu-vos veure. Perquè és més important la connexió amb el sector que alguns continguts que s'obsoletes en 3 anys.

**[Pau] Totalment d'acord. No has de saber-ho tot, però sí has de saber qui ho sap.**

[Marisol] Exacte. I molts desenvolupadors s'enamoren del seu joc però no saben vendre'l. Cal gent d'empresa, de màrqueting. Gent que sàpiga fer un pitch, demanar el que toca. Jo conec casos de gent que porta 10 anys amb un joc i no l'ha tret mai. Això no és sostenible. Per això fem activitats a fires, per ensenyar a explicar el teu joc.

**[Pau] Sí, jo amb el Carles Sora –el nostre director– ho diem sovint. Ens falta aquesta connexió entre indústria i universitat.**

[Marisol] Clar. A mi m'agrada molt això que feu vosaltres, com amb la GameJam que va muntar convidant Social Point, GameLoft, Femdebs... I que ells siguin jurat, i donin feedback. Això val molt. Perquè et donen consells: "Aquest joc no el continueu", o "potser heu destacat massa això i no heu explicat allò altre".

**[Pau] Sí, nosaltres com a estudiants també intentem fer de pont. Si no podem anar nosaltres, que vinguin ells.**

[Marisol] Això és clau. Saber com explicar-te. A vegades estàs tan orgullós d'una cosa concreta que expliques només això... però el joc no va d'això! I la gent vol saber quina és l'experiència global. Encara que no tinguis res a ensenyar, parlar amb gent sempre és útil.

**[Pau] Sí, i a més al sector hi ha molta gent tímida. Però aquests quatre anys m'he adonat de com n'és d'important parlar amb la gent, conèixer-la, fer xarxa...**

[Marisol] Totalment. Ningú et demana que expliquis la teva vida. Però parlar del que fas, del que jugues... Et pot obrir portes. I després, algú et pot recomanar.

**[Pau] A mi em passa amb l'Elena de Larian Studios, o amb la Maurícia de GameLoft. Ens van veure a la GameJam fa alguna edició, i encara es recorden de mi. No és sort. És haver-hi estat, haver parlat, haver connectat.**

[Marisol] Clar. Tothom és tímid al principi. A mi tampoc m'ho van dir mai quan estudiava. Però parlar és la clau. Et permet saber què passa, què vindrà, què recomanen. És bàsic.

**[Pau] Exacte. Doncs mira, m'has respost gairebé tot mentre parlàvem. Només em queda una pregunta de tancament. Creus que ara és el moment de tirar endavant una nova fira gran? Hi ha prou suport i cohesió?**

[Marisol] Jo crec que sí. El que caldria és una fira gran, estil Manga Barcelona. No una fira només per gamers, sinó per públic general. Que vingui qui vulgui veure què és això dels videojocs.

Ara, perquè això funcioni, necessites jocs, consoles, desenvolupadors... I costa. Has d'entrar en el seu calendari. Però crec que seria una bona manera de trencar prejudicis. El còmic i el manga també eren de frikis, i ara el Manga Barcelona rebenta. És l'esdeveniment de l'any.

**[Pau] Sí, ara és mainstream.**

[Marisol] Ningú et jutja si vas al metro amb un manga. I això és el que s'ha de buscar. Una fira gran, divertida, entretinguda, amb espai professional i per universitats. La Barcelona Games World tenia això: estand gran d'indis catalans, publishers, formació... una combinació molt potent.

**[Pau] Doncs res, la meva intenció és fer un informe final amb tot el que hagi recollit de les entrevistes. Potser us el faig arribar i, si teniu temps, m'agradaria molt rebre feedback, suggeriments, etc.**

[Marisol] Perfecte. Ja ens ho explicaràs. Molta sort!

**[Pau] Gràcies! Ho presento el 30 de juny. Ara que s'acaben les classes, tinc marge. I ja tinc previstes les entrevistes amb l'Eva, la Laura d'IndieDevDay, i Josep Antoni de Barcelona Games World...**

[Marisol] Genial. Doncs per la meva part, un plaer. Ha estat molt agradable. Gràcies a tu. I si necessites res més, ja saps on som.

**[Pau] Gràcies, Marisol. Que vagi molt bé!**

[Marisol]: Igualment! Ciao!

### 9.3. Entrevista a Eva Colom - ICEC

- **Nom de la persona entrevistada:** Eva Colom
- **Càrrec / Rol:** Tècnica de Cultura Digital
- **Entitat / Organització:** ICEC
- **Data de l'entrevista:** Divendres 23 de maig de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 1 hora
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Bon dia, Eva. Et faré diverses preguntes sobre el paper de l'ICEC dins el sector del videojoc. Per començar, quin diries que és el paper que juga l'ICEC en el suport a les empreses del sector actualment a Catalunya?**

[Eva] Ui, molt important. Mira, t'explico ràpidament. Jo treballo a l'ICEC des del 2008. L'objectiu principal de l'ICEC és, mitjançant sobretot subvencions (en tenim més de 100), reforçar el teixit de les empreses culturals de Catalunya. Treballem amb sis

sectors: llibre (editorial), arts visuals (galeries d'art), música, arts escèniques, audiovisual i cultura digital.

A més, donem suport als espais B2B (business to business), que és on es genera negoci. Som unes 140 persones a la plantilla, organitzades en àrees sectorials i transversals. Jo estic a l'àrea de mercats, que detecta espais de negoci, tant a Catalunya com a fora. Per nosaltres, qualsevol mercat fora de Catalunya (fins i tot Madrid) és internacionalització.

Des de l'àrea de mercats, la meva tasca és portar empreses catalanes (amb seu i impostos a Catalunya) a fires arreu del món. Tenim identificats aquests mercats i segons l'interès del sector, organitzem missions i presències, ja sigui amb estands o altres formes.

També tenim dues línies de finançament per a empreses del videojoc des de l'àrea de desenvolupament: aportacions reintegrables i préstecs participatius. I oferim formacions des del Servei de Desenvolupament Empresarial. L'any passat, per exemple, vam fer un cicle amb la Direcció General d'Innovació i Cultura Digital.

Abans hi havia una àrea específica de cultura digital que dirigia la Marisol López, però quan la van nomenar directora general, se la va emportar a la seva direcció. Ara, el sector de videojocs treballa sobretot amb les àrees de mercats i desenvolupament empresarial.

**[Pau] I concretament, quines línies de suport teniu que incloguin la participació o organització de fires?**

[Eva] Tenim una línia pròpia de subvencions per a la internacionalització, gestionada des de l'àrea de mercats. Aquesta ajuda cobreix la participació en fires, trobades professionals, campanyes de màrqueting internacional i contractació de personal especialitzat en internacionalització. Aquest any tenim una dotació de 120.000 euros. Estem ara gestionant els expedients.

També oferim assessoraments personalitzats. Qualsevol empresa ens pot contactar per explicar-nos la seva situació i rebre orientació per començar a treballar internacionalment. A més, tenim oficines a París, Brussel·les, Londres i Berlín, que juntament amb Barcelona cobreixen accions arreu del món.

**[Pau] Com valoreu les fires actuals de videojocs que es fan o s'han fet a Catalunya?**

[Eva] Jo vaig tornar a Barcelona el 2023 després de 17 anys a París, o sigui que no vaig viure totes les fires. Però sí que vam tenir presència institucional a esdeveniments com la Barcelona Games World i actualment al BCN Game Fest (antic Indie Dev Day).

Quan tens una fira d'aquesta magnitud, es poden generar sinergies. Per exemple, vam crear un acord de col·laboració entre Catalunya i Capital Games (el clúster de videojocs de la regió de París). Això ens va permetre convidar-los a Barcelona i nosaltres anar a la Game Connection Europe a París.

Aquest tipus d'esdeveniments posicionen Catalunya com el que ja és: un hub europeu del videojoc. Tenim grans empreses, entitats, centres formatius i suport institucional. Però falta un esdeveniment fort, gran. Indie Dev Day és important, però no té la magnitud que tenia Barcelona Games World.

**[Pau] Rebeu moltes sol·licituds per part de fires o festivals del sector?**

[Eva] Sí, sobretot ens demanen informació sobre com accedir a publishers. Jo tinc un llistat i contactes, però sempre és millor veure'ls en directe en alguna fira.

També faig moltes consultes amb empreses que comencen i no saben quines fires són les més importants o com preparar-s'hi. Fem assessoraments segons el tipus de joc, el mercat on poden tenir més sortida, etc. Per exemple, un joc multijugador tipus party game potser encaixa més a Àsia. Si és per majors de 18 anys amb contingut violent, a la Xina no tindrà sortida.

També rebo retorn d'empreses que han anat a fires pel seu compte. Això m'ajuda a completar el mapatge internacional. Per exemple, aquest any hem anat per primer cop com a Govern a la GDC (Game Developers Conference) a San Francisco.

**[Pau] Com valoreu l'impacte econòmic i cultural d'aquestes fires?**

[Eva] No tinc dades precises de volum de negoci, però sé que funciona. Per exemple, l'any passat a BCN Game Fest es van fer sessions de pitchings amb la plataforma MeetToMatch i sí que van sorgir acords. Empreses que buscaven contactes amb publishers els van poder conèixer allà.

El nostre estand allà és institucional, no hi portem empreses, però som allà per atendre-les i explicar els nostres serveis. Però com a espai de negoci, sí que genera oportunitats. Altres fires com el SAGA o RetroBarcelona tenen menys impacte en aquest sentit. Fires com PocketGamer o Games Forum poden generar negoci, però no sempre amb empreses locals.

**[Pau] Com mesureu si una fira té èxit?**

[Eva] Fem enquestes post-fira a totes les empreses que han participat amb nosaltres, ja sigui a l'estand o en missions. Demanem quantes reunions han tingut, quants contactes interessants, quants leads...

Altres indicadors són si les empreses repeteixen, si es torna a apuntar molta gent, i si les reunions han estat realment profitoses. Per exemple, al 4 Years From Now o a ISE (Integrated Systems Europe) notem que les plataformes de reunions no funcionen tan bé com a Gamescom, que és molt més eficient i orientada a negoci.

**[Pau] Quins creus que són els principals reptes del sector del videojoc a Catalunya?**

[Eva] El primer, trobar o consolidar un esdeveniment fort, amb presència internacional i apropiat pel sector local. El segon, mantenir i reforçar el sector indie, que sovint pateix per manca de recursos o fuga de talent cap a grans empreses. El tercer, donar eines perquè els petits estudis puguin professionalitzar-se i estructurar-se.

Des de l'àrea de mercats, ens plantejem com a reptes seguir obrint nous mercats. Aquest any hem obert Estats Units (GDC) i Japó (BitSummit), i estem valorant Xina i Amèrica Llatina, sobretot Brasil. També volem seguir oferint formació, com per exemple una sobre com preparar Gamescom.

**[Pau] I finalment, què creus que falta per tenir aquesta gran fira de referència a Barcelona?**

[Eva] Que s'entenguin i col·laborin el sector independent i el més mainstream, que hi hagi lideratge, i que es trobi finançament públic i privat. Potser tothom espera que el Barcelona Game Fest creixi, però per fer-ho necessiten consolidar l'equip i centrar-se-hi plenament. Crec que hi ha voluntat, però falta aquest pas endavant per fer-ho realitat.

## 9.4. Entrevista a Laura González i Daniel Santigosa - BCN Game Fest

- **Nom de la persona entrevistada:** Laura González i Daniel Santigosa
- **Càrrec / Rol:** Director i Co-directora d'Indie Dev Day
- **Entitat / Organització:** Indie Dev Day/BCN Game Fest
- **Data de l'entrevista:** Dilluns 2 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista escrita per correu electrònic
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Com i per què va néixer Indie Dev Day? Quin era l'objectiu inicial i com vau aconseguir posar-ho en marxa?**

[Laura i Daniel] Fa vuit anys, un conjunt de desenvolupadors, mitjans de comunicació petits i associacions volien reivindicar el desenvolupament indie, ja que gairebé no es parlava d'aquests petits videojocs en aquell moment. Com que nosaltres teníem experiència en l'organització d'esdeveniments, ens vam sumar a tots aquests actors per muntar el primer IndieDevDay (d'aquí el nom, IndieDevDAY, ja que només era un dia d'esdeveniment). Gràcies a la col·laboració amb el Departament de Cultura de la Generalitat i la incubadora GameBCN, vam aconseguir la cessió d'un espai i, sense gaire

més recursos, la primera edició va comptar amb alguns professionals, un parell d'estudis i alguns estudiants. Molt per sobre de les nostres expectatives, hi van assistir 1.000 persones.

**[Pau] Com ha evolucionat l'esdeveniment, en termes generals, des de la seva primera edició fins a convertir-se en BCN GameFest?**

[Laura i Daniel] Després d'una primera edició amb 1.000 assistents i una segona amb 1.200, va arribar la COVID i una edició en línia, que ens va permetre arribar de forma telemàtica a moltes persones que no coneixien la marca. Això va fer que, en tornar als esdeveniments físics, la quarta edició tingués 4.500 assistents, i després de tres anys més, ens trobem en un recinte de més de 8.500 m<sup>2</sup> i amb més de 15.000 assistents.

**[Pau] Quines han estat les principals fites o canvis que han marcat aquesta evolució?**

[Laura i Daniel] Sempre hem pensat que el més rellevant del nostre esdeveniment és la comunitat. La nostra organització és una associació sense ànim de lucre i, per tant, les nostres accions mai han estat enfocades a obtenir beneficis, sinó a tenir utilitat per a la comunitat de la indústria del videojoc. Escoltar les queixes o idees de la comunitat cada any és el que ens ha permès estar molt units als assistents i créixer cada any.

**[Pau] Què ha suposat per a vosaltres fer el salt a un format més gran i amb un nou nom com "BCN GameFest"? Ha canviat l'enfocament?**

[Laura i Daniel] Per a nosaltres ha estat dur modificar la marca IndieDevDay, però la realitat és que ja no és només un dia, ni només fem conferències, trobades i showcase per a indies. Avui dia hi ha assistents i ponents de grans estudis, tant Triple A com del sector mòbil. La idea sempre ha estat créixer amb la comunitat del sector, i per això hem d'acollir tothom qui hi participa. Un rebranding ens va semblar adequat, a més de la perspectiva cada cop més internacional de la fira.

**[Pau] Com definiries el format de la fira? És una fira pensada per al públic general (B2C), per a professionals (B2B) o un format híbrid?**

[Laura i Daniel] És un format híbrid amb un gran enfocament en la indústria del videojoc. Totes les propostes de la zona de showcase, on habitualment hi ha més de 200 videojocs per conèixer, són projectes d'estudis de desenvolupament que mostren el seu projecte en desenvolupament o promocionen el videojoc que acaben de llançar. Difícilment el públic general trobarà jocs mainstream com Fortnite o Call of Duty. Amb això complim un dels nostres objectius: la promoció i difusió del videojoc com a cultura i, sobretot, el suport a la indústria local del desenvolupament.

**[Pau] Quin tipus d'activitats i continguts ofereix la fira? (zones indie, tallers, ponències, zona retro, etc.)**

[Laura i Daniel] Com cada any, comptem amb conferències i taules rodones de professionals del sector, tant nacionals com internacionals, i també tallers més tècnics dirigits a professionals. D'altra banda, hi ha un gran espai dedicat al showcase de videojocs, però també d'entitats acadèmiques, on els més joves poden començar la seva trajectòria en el sector, empreses que ofereixen serveis als desenvolupadors, un espai complementari de "market" amb artesans i artistes que venen les seves obres relacionades amb videojocs. També comptem amb una fira d'ocupació i una gran àrea B2B dedicada exclusivament a reunions entre professionals, estudis i publishers.

**[Pau] Quins criteris es tenen en compte per dissenyar el format de l'esdeveniment (durada, ubicació, calendari, etc.)?**

[Laura i Daniel] La durada és de tres dies perquè tenim contingut suficient per cobrir-los. Té molt sentit que el primer dia (divendres), sent laborable, es dediqui als professionals, premsa i conferències més tècniques. Vam néixer a Barcelona i per ara no hi ha interès en canviar de ubicació. Per a les dimensions d'exposició dels nostres estudis, La Farga tenia un espai adequat. El calendari, normalment, està condicionat per la disponibilitat del recinte i la voluntat de no coincidir amb altres esdeveniments globals del sector.

**[Pau] Com decidiu les dates de celebració? Tingueu en compte altres esdeveniments internacionals o dinàmiques del sector?**

[Laura i Daniel] Sí, concretament intentem allunyar-nos del major esdeveniment global del videojoc, Gamescom, i del Tokyo Game Show. Altres esdeveniments més petits ens preocupen, però no tant, sobretot per l'atenció de publishers i inversors.

**[Pau] Preneu com a referència algun altre model de fira nacional o internacional?**

[Laura i Daniel] La realitat és que no. El nostre esdeveniment ha crescut orgànicament i, de sobte, vam veure que tenia una fórmula similar a Gamescom, però molt més petita. Això sí, cada cop que anem a algun esdeveniment internacional, si veiem alguna cosa que funciona i creiem que podria millorar la qualitat del nostre esdeveniment, l'intentem aplicar.

**[Pau] Quin és el model de finançament del BCN GameFest? Depeneu principalment de patrocinadors, entrades, suport institucional o altres fonts?**

[Laura i Daniel] El finançament es sosté sobre tres potes: el suport institucional i públic (sobretot del Ministeri de Cultura i la Generalitat de Catalunya), el patrocini de publishers, estudis i altres entitats, i, finalment, les entrades i estands de la fira.

**[Pau] Quins són els principals costos d'organitzar la fira? I les principals fonts d'ingressos?**

[Laura i Daniel] En el nostre cas, el cost més gran és el recinte i el muntatge dels estands. Fa un parell d'edicions mai hauríem pensat que arribaríem a assumir el cost d'un recinte firal i els seus serveis i mobiliari. La principal font d'ingressos és el suport públic, degut a la nostra naturalesa d'associació sense ànim de lucre. No és el nostre fort la venda de productes o espais, i el suport institucional és clau per a la nostra fira cultural.

**[Pau] Com es gestiona el pressupost i l'equilibri entre sostenibilitat econòmica i accessibilitat per al públic?**

[Laura i Daniel] Amb molta cura. La nostra forma de treballar suposa que qualsevol error pot suposar que no hi hagi una pròxima edició. Per tant, és difícil, ja que sempre prioritzem l'accessibilitat per a estudiants, professionals i públic general per damunt de tot.

**[Pau] Com seleccioneu els estudis indie o empreses que participen com a expositors? I com a col·laboradors?**

[Laura i Daniel] Al principi no teníem gaire cosa a seleccionar, ja que no era fàcil que molta gent volgués participar. Però després vam començar a rebre sol·licituds de tot tipus, i vam establir un procés de selecció amb el qual valorem la participació dels estudis i empreses. Des d'un rebuig immediat per a projectes amb valors homòfobs, racistes o capacitistes, fins a una valoració de la qualitat dels projectes, el seu acabat o fins i tot el marge de millora des que s'aprova la sol·licitud fins que se celebra la fira.

**[Pau] Quin perfil d'assistents teniu majoritàriament? Heu notat una evolució del públic amb els anys?**

[Laura i Daniel] La majoria d'assistents són majors d'edat. Es nota que l'interès ve més per la cultura i la indústria del videojoc que no pas simplement pel lleure. Tot i això, en els darrers anys, cada cop veiem més jugadors joves i famílies que venen a descobrir videojocs allunyats del mainstream i a conèixer més sobre aquest sector, que té projectes amb un talent excepcional i un alt valor creatiu i innovador.

**[Pau] Hi ha espais o activitats pensades especialment per a professionals o networking dins la fira?**

[Laura i Daniel] Tenint en compte que el divendres la majoria de conferències, tallers i taules estan enfocades als professionals i a millorar les seves aptituds i coneixements de la indústria, també tenim una gran àrea B2B dedicada exclusivament a reunions de negoci.

**[Pau] Com escolliu el recinte on se celebra la fira? Ha estat fàcil trobar espais adequats al creixement de l'esdeveniment?**

[Laura i Daniel] A Barcelona hi ha poques opcions. Hi ha molts recintes petits i molts de grans, però espais de mida mitjana no n'hi ha gaires. Ha estat difícil trobar la fórmula correcta.

**[Pau] Quins reptes logístics heu tingut en les edicions més recents?**

[Laura i Daniel] Des que vam voler elevar el nivell del que oferim als estudis, el nostre repte més gran és oferir equipament, pantalles, branding als estudis i no fallar en res. Parlem d'equips informàtics que cal cedir, pantalles i més de 190 lones dels projectes dels estudis per als seus estands.

**[Pau] Com gestioneu l'arribada i allotjament dels expositors o ponents que venen de fora?**

[Laura i Daniel] Durant diversos mesos previs, fem una llista de desitjos de ponents que volem contactar i convidar. Això implica fer reserves d'allotjaments amb mesos d'antelació, sense saber quants s'utilitzaran ni qui hi anirà, per assegurar-nos que podrem allotjar convidats i ponents.

**[Pau] Quins serveis ofereu al públic i als participants (zones de descans, restauració, assistència...)?**

[Laura i Daniel] Els assistents tenen un espai de restauració amb taules i cadires, amb diverses opcions de menjar i beguda, on també poden descansar per recuperar forces o reposar les cames.

**[Pau] Quin impacte creus que té Indie Dev Day / BCN GameFest sobre l'ecosistema local de videojocs?**

[Laura i Daniel] Per sort podem dir que més del que esperàvem. Tenim diversos casos d'èxit de professionals que han aconseguit feina a la nostra fira, han tancat acords de publicació i han pogut crear noves propostes. A més, és un gran punt de trobada de la indústria nacional que genera moltes sinergies entre professionals.

**[Pau] Heu rebut algun tipus de suport institucional per fer créixer o consolidar la fira?**

[Laura i Daniel] Hem rebut en gran mesura ajuda en forma de recursos, contactes i suports per part del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i també d'Indústries Culturals del Ministeri de Cultura.

**[Pau] Quin paper juga la comunitat local en l'organització i promoció de l'esdeveniment?**

[Laura i Daniel] Són essencials, són el nostre primer suport. Gràcies al fet que Barcelona és el segon hub del videojoc a Europa, les entitats, professionals, associacions i estudis locals es bolquen amb la fira perquè segueixi endavant i es difongui internacionalment.

**[Pau] Heu incorporat criteris de sostenibilitat o responsabilitat social en l'organització de l'esdeveniment?**

[Laura i Daniel] Pel que fa a la sostenibilitat, sí. Fa anys que duem a terme accions dedicades a la sostenibilitat i al compliment dels ODS de l'Agenda 2030, sobretot en la reducció de residus impresos i del consum de materials no reutilitzables. En termes de responsabilitat social, tenim un compromís ferm amb l'accessibilitat i diversitat d'assistents, ponents i organització. També tenim unes bases clares per a la participació d'estudis i empreses que compleixin certs criteris d'impacte social.

**[Pau] Hi ha alguna acció concreta que feu per reduir l'impacte ambiental de la fira?**

[Laura i Daniel] Concretament, la reducció de l'ús de materials físics i la disminució de l'ús de materials no reciclables o d'un sol ús.

**[Pau] Com gestioneu la comunicació i promoció de l'esdeveniment? Teniu equip propi o col·laboreu amb agències?**

[Laura i Daniel] Ambdues coses. Tenim una persona a l'equip dedicada a les relacions públiques i comunicació, però també col·laborem amb agències per a la promoció internacional.

**[Pau] Quines xarxes i canals utilitzeu per arribar al vostre públic objectiu?**

[Laura i Daniel] Principalment la xarxa X, seguida d'Instagram, la nostra newsletter per correu electrònic, el nostre web i els canals de Telegram i Bluesky.

**[Pau] Quines estratègies us han funcionat millor per aconseguir visibilitat o presència mediàtica?**

[Laura i Daniel] La inclusió d'una newsletter setmanal amb novetats i notícies del sector nacional ens ha ajudat molt, així com les notes de premsa publicades i les notícies compartides a les xarxes socials pels nostres seguidors.

**[Pau] Quina és l'estratègia de comunicació abans, durant i després de l'esdeveniment?**

[Laura i Daniel] Consta de tres notes de premsa destacades: una prèvia amb dates, cartell i alguna novetat; una altra abans de l'esdeveniment amb tota la informació detallada i algun anunci de última hora; i una final, post-esdeveniment, amb xifres d'assistència, reunions i declaracions. A les xarxes, fem anuncis previs d'invitats, activitats i durant la fira compartim vídeos resum i avisos.

**[Pau] Quines estratègies utilitzeu per crear una experiència positiva per als assistents? (jocs, espais, activitats, interacció...)?**

[Laura i Daniel] Creem diverses dinàmiques de comunitat, com l'àlbum de cromos, on els assistents reben cromos quan proven videojocs als estands, que poden intercanviar. També oferim una aplicació mòbil per consultar projectes, activitats i mapa del recinte.

**[Pau] Recolliu feedback dels assistents un cop finalitzada la fira? Com el feu servir?**

[Laura i Daniel] Un cop acabat l'esdeveniment, enviem formularis de feedback a compradors d'entrades i estudis participants per saber què els ha agradat, què no i en què es pot millorar. Llegim totes les respostes i fem una reunió post-fira per analitzar els comentaris i identificar temes comuns.

**[Pau] Com gestioneu les cues, l'aforament i la mobilitat dins el recinte?**

[Laura i Daniel] Amb el suport de l'equip de seguretat i coordinació del recinte, i mitjançant la nostra plataforma de venda d'entrades i la seva aplicació. Cada any intentem millorar l'accés a la fira perquè sigui ràpid, còmode i agradable.

**[Pau] Què t'ha aportat personalment formar part de l'organització d'aquesta fira?**

[Laura i Daniel] La felicitat de veure com un assistent, sigui professional o públic general, viu una jornada de diversió, creixement, coneixement i networking. Sobretot quan ens agraeixen directament el que han aconseguit gràcies a la nostra fira.

**[Pau] Com veus el futur de BCN GameFest? Us agradaria que esdevingués un referent a nivell nacional o internacional?**

[Laura i Daniel] Per sort, BCN GameFest amb 15.000 assistents el 2024 ja és la fira més gran de la indústria del videojoc al sud d'Europa. Ens encantaria que cada any fos una cita ineludible per a les persones més rellevants del sector.

**[Pau] Què fa únic a Indie Dev Day / BCN GameFest?**

[Laura i Daniel] La seva comunitat i la personalitat i ideals que l'impregnen. Creiem que la nostra fira no es percep com un nom buit, sinó com un projecte amb persones darrere.

**[Pau] Quina ha estat la major lliçó que heu après organitzant fires com aquesta?**

[Laura i Daniel] Diverses. Una d'elles és que allò que t'agrada a tu potser no és el que agradarà a la majoria. I una altra, que alguna cosa sempre fallarà greument, i el més important és que l'assistent no se n'adoni i visqui una jornada increïble.

**[Pau] Quin consell donaries a algú que volgués impulsar una fira similar?**

[Laura i Daniel] Començar per una cosa petita et permetrà escalar i dimensionar més endavant sense que l'estrès i les expectatives del públic afectin la qualitat del teu esdeveniment.

## 9.5. Entrevista a Jorge Cabezas - Larian Studios

- **Nom de la persona entrevistada:** Jorge Cabezas
- **Càrrec / Rol:** Cap d'Estudi de Larian Studios a Barcelona
- **Entitat / Organització:** Larian Studios
- **Data de l'entrevista:** Dimecres 25 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 25 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Aleshores, la primera pregunta seria: com a Larian Studios, heu participat mai en alguna fira de videojocs a Barcelona? Quina ha estat la vostra participació?**

[Jorge] Sí, mira, cal tenir en compte que l'estudi és de 2022, és relativament nou. El primer any no vam participar, però a partir de 2023 sí, vam començar a anar a l'IndieDev. La nostra participació ha consistit bàsicament en tenir un estand. Vam voler fer una cosa que trobàvem molt interessant: que la gent pogués conèixer l'equip de Larian. Perquè moltes vegades hi ha una barrera entre els estudis triple A i la gent jove, i volíem trencar aquesta barrera, que poguessin parlar amb les persones que realment desenvolupen jocs. També vam fer xerrades, durant dos anys, més tècniques, sobretot de disseny, que són temes una mica més lleugers. Perquè si comencem amb programació... la gent s'adormiria. [riu] Sí, sí.

**[Pau] I com valoreu aquestes fires que es fan actualment aquí a Barcelona?**

[Jorge] Jo crec que l'IndieDev ha crescut moltíssim. Recordo que el 2022 hi vaig anar com a assistent, però no amb Larian. I no tenia ni de lluny la vida que hi havia el 2023 o el 2024. El millor és que atrau gent de tot Espanya, no només de Barcelona. I durant tres dies, pots trobar-te tothom. És una mica com la GDC però a nivell estatal: tothom hi va.

**[Pau] Creus que hi ha algun aspecte que es podria millorar, tant a l'IndieDev com al GameFest?**

[Jorge] Pel que fa al GameFest, el primer any ens vam trobar que la majoria dels jocs que s'hi mostraven eren indies. També hi havia INCIBE i algunes empreses grans, però per a nosaltres, tenir un estand allà no tenia tant sentit si no hi havia un dia clarament dedicat als professionals. No volíem mostrar el joc al públic en aquell moment. Potser aquest dia professional hauria d'estar més ben enfocat. És una cosa que caldria millorar.

**[Pau] I què opines de la iniciativa del Job Fair?**

[Jorge] Crec que està molt bé. Potser ens faltaria una mica més de diferenciació entre els estudis consolidats i els que comencen. No per restar-los importància, sinó per no treure'ls protagonisme. El primer any, quan vam anar-hi, acabava de sortir el Baldur's Gate, i clar, tenir quatre PCs amb aquest joc al costat d'un estudi que acaba de treure el seu primer joc... no era del tot just. Potser caldria separar espais, com fan a la GDC amb diferents àrees o països.

**[Pau] I quin paper heu tingut a la fira? Gameloft, per exemple, deien que actuaven com a esponsors.**

[Jorge] Sí, realment ha estat el mateix. Sobretot el primer any, molta gent ni sabia que Larian era a Barcelona, així que el nostre paper també era donar-nos a conèixer i ajudar la comunitat. L'ecosistema és important, i al final tothom en surt beneficiat. A més, vaig tenir molt bon feeling amb el Dani (organitzador), i això també ens va motivar molt.

[Jorge] El que m'ha cridat l'atenció és la necessitat que té la gent de parlar cara a cara amb professionals, sense filtres ni entrevistes. La gent pregunta, busca consell... i això, al final, torna. Et retrobes amb algú a qui vas orientar i que potser ha acabat entrant a Larian o a un altre estudi.

**[Pau] Exacte. I tot això ajuda al sector, no només a Larian.**

[Jorge] Totalment. Potser el que dèiem: un dia més professional, activitats més concretes... Però bé, si la fira continua creixent, hauran de canviar d'espai. El primer dia de l'any passat va ser brutal. No hi cabia ningú.

**[Pau] En general, la veus ben enfocada?**

[Jorge] Sí, potser alguna xerrada més tècnica estaria bé. Ja n'hi havia moltes, també taules rodones i tal.

**[Pau] I us suposa un gran cost participar en aquest tipus d'esdeveniments?**

[Jorge] Sí, és un cost gran. Però també té una recompensa molt gran. Mobilitzem molta gent, sis, set, vuit persones rotant a l'estand durant tres dies. És esgotador, però també molt enriquidor. Quan jo era jove hauria agraït poder parlar amb algú de la indústria. Aleshores, això no existia. També hi havia molt poques empreses.

**[Pau] I creus que aquest tipus de fires ajuden a connectar millor estudis, públic, empreses i institucions?**

[Jorge] Totalment. I no entenc com no hi participen més empreses. És una gran oportunitat. Les universitats també hi tenen molt a veure. Amb una fira com aquesta, en tres dies pots fer el que trigaries tres mesos a fer. I pots parlar amb gent que d'altra manera no coneixeries.

**[Pau] Sempre que la part professional no eclipsi la resta...**

[Jorge] Exacte, que no faci ombra a la gent que comença. Hauria de ser un complement, no una competència.

**[Pau] I pel futur?**

[Jorge] Bé, el GameCon té una part de consumidor molt gran i una altra de més professional. Crec que mentre no s'enfoqui 100% a la part professional, sempre hi haurà espai per fires com aquesta. El que és clar és que Barcelona és un hub. Quan hi ha fires, la ciutat està plena.

**[Pau] I com diferencies les fires de Barcelona amb les grans com la Gamescom o la GDC?**

[Jorge] És el públic. No és tant el contingut, sinó la gent que hi va. A la GDC hi va tothom. No pots comparar. Aquí no tenim aquest tipus de conferències professionals. Però això no és dolent. Vol dir que hi ha espai per tot. A fora hi ha moltes conferències especialitzades: algunes centrades en gràfics, altres en IA... La GDC ho combina tot: xerrades brutals, estands, networking. Una passada.

**[Pau] I ara Larian ha participat en fires com la Gamescom o la GDC?**

[Jorge] Sí, com a Larian Group. No específicament des de Barcelona, però des del nostre despatx hi hem anat diverses vegades. També al PAX, on sempre hem tingut estand.

**[Pau] Com valors l'ecosistema de videojocs actual a Barcelona? Hi ha col·laboració entre empreses, institucions, organitzadors?**

[Jorge] Jo crec que ha crescut molt. Hi ha hagut alts i baixos, però la relació amb altres estudis és molt bona. Sempre que he volgut parlar amb algú, he pogut. Som una comunitat maca. Ningú és competència realment. El que importa és retenir el talent, i per això cal que ens portem bé entre nosaltres.

Les universitats també estan fent esforços. Potser ara és una mica més difícil per als alumnes entrar al sector directament. Però hi ha moltes vies relacionades que condueixen igualment a la indústria. I sempre estan oberts a rebre feedback. Per exemple, TecnoCampus va organitzar un consell amb gent de la indústria, de l'ICEC, empreses, i també audiovisuals. Molt bé, molt obert.

Potser el problema és que nosaltres, a Larian, treballem amb C++ i un engine propi, i moltes universitats aposten més per Unreal o Unity. Això ens complica una mica més el procés de trobar talent preparat. Però l'ecosistema és molt ric. Hi ha molta implicació. I des de la Generalitat, l'ICEC i Saga també estan molt a sobre. Venen, et pregunten, et donen suport... I això fa que tot millori.

Ara tenim un ecosistema molt ric i en creixement. Jo crec que arribarà a una fase de consolidació. A Barcelona tenim filials, però no sempre el poder de decisió. Potser és això el que falta.

**[Pau] Correcte.**

[Jorge] Però és normal. Aquesta és una indústria molt competitiva. No pots esperar que en un mateix lloc hi hagi vint empreses de primer nivell. Està tot molt repartit. Però hem vist empreses d'aquí unir forces, com Socialpoint...

## 9.6. Entrevista a Anila Andrade - Socialpoint

- **Nom de la persona entrevistada:** Anila Andrade
- **Càrrec / Rol:** Cap de Desenvolupament de Negoci i Operacions
- **Entitat / Organització:** Socialpoint
- **Data de l'entrevista:** Divendres 20 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 20 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Ok, comencem. La primera pregunta seria: creus que Barcelona té el potencial per acollir una fira internacional de videojocs comparable, en certa manera, a la Gamescom o la GDC?**

[Anila Andrade] Potser no tan gran com la Gamescom o la GDC, però sí, en certa manera, similar. Et refereixes a una conferència impulsada pel context local, en lloc d'una organització internacional? Potser sí, però no n'estic del tot segura. Sé que aquí a Barcelona es fa el Mobile World Congress, una conferència important. El que sí que sé és que estan explorant afegir-hi un vertical de videojocs. Fins ara no ha estat el seu focus, però per l'any vinent estan parlant de portar-lo. Si hi ha una entitat així darrere, veig possible que ho acullin. A més, hi ha molts referents de conferències que ja han

començat a establir-se aquí. Per exemple, hem tingut el Pocket Gamer Connects i el Games Forum. No veig per què no podríem tenir una iniciativa local forta.

**[Pau] Social Point ha participat mai en esdeveniments internacionals com la GDC, Gamescom o similars? I quina ha estat l'experiència com a expositors o assistents?**

[Anila Andrade] Fa cinc anys que sóc a Social Point, així que no puc parlar del que es feia abans. Però durant aquests anys hem participat, no com a expositors sinó amb l'objectiu de construir i ampliar la nostra xarxa de contactes. Podem haver participat com a ponents o a panels, però no amb un estand per atreure jugadors. Almenys, des que jo hi sóc, no ho hem fet. Ens hem centrat en tenir presència com a empresa per millorar el networking, establir aliances i, en alguns casos, captar talent local.

**[Pau] Des del teu punt de vista, què li falta a Barcelona per convertir-se en un hub global per a grans esdeveniments de videojocs?**

[Anila Andrade] Per ser-te sincera, crec que no li falta res. En els últims sis anys que porto aquí, participant en esdeveniments locals i veient la presència d'empreses internacionals, no trobo mancances. Hi ha la infraestructura, el talent, les universitats que promouen aquest talent, i ja hem demostrat que es poden crear empreses locals que després són adquirides per companyies internacionals.

**[Pau] Consideres que el suport institucional de l'Ajuntament, la Generalitat, etc., és suficient per fer créixer la indústria i els seus esdeveniments?**

[Anila Andrade] No crec que sigui la persona adequada per respondre això. No estic gaire vinculada al suport específic del govern. Sé que hi ha suport, però no fins a quin punt. Potser en Jorge us podria respondre millor.

[Pau] Què preferiries que fos una fira de videojocs a Barcelona: enfocada al públic general (B2C), al professional (B2B), o una combinació?

[Anila Andrade] Un format B2C és interessant perquè permet entendre millor la indústria i veure el seu ecosistema. És útil per al talent local per veure el funcionament real del sector. El B2B, en canvi, és més orientat al negoci: trobar nous col·laboradors,

proveïdors, socis... Així que depèn dels objectius. Si volem fer créixer l'ecosistema i millorar la comprensió del mercat, el B2C pot ser molt útil. Si es vol escalar negoci, el B2B és més adequat. Jo crec que tots dos formats poden funcionar, depenent del propòsit.

**[Pau] Social Point estaria disposada a participar o col·laborar en un esdeveniment així si es fes a Barcelona? En quin rol?**

[Anila Andrade] Estic segura que Social Point hi participaria. Som una de les empreses pioneres del sector a Barcelona. Ens interessa expandir la marca i confiem molt en el talent local. Jo mateixa sóc expatriada de l'Índia i treballa aquí gràcies a Social Point. És una empresa que aposta pel talent internacional també. Participaríem com a patrocinadors, expositors o ponents, depenent dels objectius de l'esdeveniment. Si l'Ajuntament vol impulsar aquesta presència, segur que Social Point en formaria part.

**[Pau] Com veus el futur de les fires físiques tenint en compte l'auge dels formats digitals?**

[Anila Andrade] Durant la COVID no es podien fer fires físiques, i la indústria va sobreviure i fins i tot va millorar. El format digital va funcionar. Ara que tot ha tornat a obrir, la participació en esdeveniments físics ha anat en augment. Crec que el futur és híbrid. Les interaccions físiques són importants, perquè et permeten sortir de l'agenda tancada i tenir converses informals, més riques. El format digital funciona bé per aprendre, però per fer contactes i construir relacions, el contacte físic és clau.

**[Pau] Hi ha algun model d'esdeveniment, local o internacional, que trobis inspirador o replicable a Barcelona?**

[Anila Andrade] Fa temps que no vaig a la GDC, però recordo que al començament de la meua carrera m'hi servia molt per aprendre. Tenien tallers, conferències, sessions de panels... Un bon mix. Crec que això es pot replicar aquí segons l'objectiu: si volem formar talent local, fer visible què és un producte, com funciona el màrqueting, la gestió de comunitats... un format de tallers seria ideal. Les conferències serveixen més per a professionals veterans. Un esdeveniment amb aquest mix seria molt interessant.

**[Pau] Quins punts forts destacades de Barcelona?**

[Anila Andrade] En primer lloc, la ciutat acull molt bé el talent internacional. A l'Índia tinc oportunitats, però Barcelona m'ofereix un entorn més divers. Hi ha molt de talent internacional. A més, la connectivitat amb la resta d'Europa, Àsia-Pacífic i Nord-Amèrica és excel·lent. També és ideal per als horaris: pots començar d'hora o més tard, però sense afectar gaire l'equilibri laboral. També hi ha un bon ecosistema educatiu. Les universitats ja ofereixen formació en videojocs i moltes empreses col·laboren amb aquestes institucions, cosa que afavoreix un aprenentatge primerenc. I, és clar, també el clima ajuda.

**[Pau] Finalment, com veus el futur de la indústria i les fires a Barcelona?**

[Anila Andrade] Crec que està creixent. Barcelona té moltes empreses de videojocs, però pocs esdeveniments. Londres té molts més esdeveniments. Però la diferència és que Barcelona reuneix totes les condicions: connectivitat, zona horària, bon clima... Tinc la sensació que s'està avançant en aquesta direcció i que es replicaran aprenentatges del que ha funcionat a Londres. Crec que és una evolució natural.

**[Pau] Moltes gràcies pel teu temps i les respostes!**

[Anila Andrade] Gràcies a tu. Cuida't!

## 9.7. Entrevista a Katy Sanchez - Gameloft Barcelona

- **Nom de la persona entrevistada:** Katy Sanchez
- **Càrrec / Rol:** Mànager de Comunicació
- **Entitat / Organització:** Gameloft Barcelona
- **Data de l'entrevista:** Dilluns 2 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 20 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Heu participat alguna vegada en alguna fira de videojocs celebrada a Barcelona? Quina ha estat la vostra experiència?**

[Katy] Et donaré l'històric que conec, perquè jo vaig començar a treballar a Gameloft fa uns cinc o sis mesos. Per tant, no et puc parlar molt del passat, però sí que, per exemple, col·laborem activament amb el BCN Game Fest, abans conegut com Indie Dev Day. Normalment fem de patrocinadors de l'esdeveniment, perquè el nostre objectiu allà, més que mostrar els nostres jocs (ja que és una fira indie), és donar suport perquè tot l'ecosistema local de desenvolupadors i estudiants de videojocs pugui créixer. Això els pot donar una oportunitat per llançar el seu propi videojoc.

També participem a fires de reclutament d'universitats. Per exemple, hem estat a l'ENTI. Ara mateix no recordo si hem estat al CITM, però crec que vam venir com a convidats a la Game Jam que va organitzar.

**[Pau] Exacte! Us vaig veure allà.**

[Katy] Doncs mira, tu m'has aportat l'insight! Hem participat en fires de reclutament universitàries. Crec que això seria tot. A altres esdeveniments més grans, com el Barcelona Games World, no hi hem participat, almenys que jo sàpiga. També fem esdeveniments de networking, com el Digital Meltdown que organitza Agatera Studio cada any. En aquest també hi participem com a patrocinadors, però no el consideraria una fira sinó un esdeveniment de networking.

**[Pau] Com valoreu el BCN Game Fest (abans Indie Dev Day)? Creieu que va en la bona direcció?**

[Katy] El valorem molt positivament, perquè un dels pilars de Gameloft, a nivell de cultura d'empresa, és donar suport al desenvolupament de l'ecosistema. Per això participem activament pagant el patrocini corresponent cada any, per continuar impulsant el sector i l'esdeveniment en si. Si no m'equivoco, l'any passat hi van assistir unes 12.000 persones, i aquest any en preveuen 15.000 o 16.000. Ja va creixent. Nosaltres no hi anem tant amb l'objectiu d'ensenyar els nostres jocs (que també), però

el nostre pressupost de màrqueting se centra més en campanyes de captació d'usuaris o màrqueting en línia.

L'objectiu principal és conèixer el talent local. De fet, hi ha persones que hem contractat després de conèixer-les a l'Indie Dev Day, gràcies als speed datings que s'hi fan. També ens interessa connectar amb persones que realment vulguin treballar amb nosaltres.

**[Pau] Quin aspecte destacaries com a punt fort del BCN Game Fest?**

[Katy] El fet que les petites empreses o estudis puguin apropar-se a publishers grans, inversors i també al públic per rebre feedback i millorar els seus jocs. Crec que aquest és el punt principal que destacaria del BCN Game Fest.

**[Pau] Hi hauria alguna cosa a millorar, des del vostre punt de vista?**

[Katy] Jo hi vaig anar com a visitant abans de treballar a Gameloft, i ja em va semblar un molt bon esdeveniment. No sabia dir-te què es podria millorar, però crec que tot el que es podria millorar ja ho estan fent. Per exemple, aquest any s'ampliarà l'espai perquè hi hagi més estands i més vacants per a desenvolupadors. També s'amplia la zona per a empreses i crec que hi haurà una zona d'exposició. És a dir, un esdeveniment que cada cop abasta més públics i interessos.

**[Pau] El vostre paper, doncs, és principalment el de patrocinadors, més que no pas per promocionar els vostres jocs?**

[Katy] Exactament.

**[Pau] Com decidiu si participar o no en una fira?**

[Katy] Ho decidim en base a diferents criteris. El primer és si s'alinea amb la nostra cultura d'empresa, que se centra a ajudar a créixer l'ecosistema local, ja sigui per facilitar la inserció laboral de nous professionals o per fomentar que petits desenvolupadors creïn els seus propis estudis. També influeix el pressupost. Nosaltres planifiquem amb un any vista, així que si ja sabem que participarem en una fira concreta, ho incloem en el nostre pla intern i preparem el pressupost amb antelació. En

el cas del SAGA, per exemple, crec que no es va contemplar per aquest any, però és una opció que tenim sobre la taula. A més, com que és una fira centrada en videojocs en català, ens faria il·lusió participar-hi quan tinguem els nostres jocs traduïts al català.

**[Pau] Hi ha alguna activitat o contingut que trobeu a faltar en aquest tipus de fires?**

[Katy] Crec que la gent que organitza aquestes fires ja ho té tot molt ben diversificat. Si vols conferències més tècniques, tens el divendres, dedicat a professionals. Si vols contingut més generalista, tens el cap de setmana. Si vols jugar a videojocs, ho pots fer durant tot el cap de setmana. I si el teu interès és fer networking o connectar amb inversors, també hi ha un espai dedicat. Tenint en compte que és una fira molt indie, crec que ja cobreix tot el que hauria de cobrir.

**[Pau] Té molt cost per vosaltres participar-hi? O no és gaire esforç?**

[Katy] Depèn. Com t'he dit, nosaltres fem el pressupost amb un any d'antelació. Si ja ho tenim contemplat, no suposa tant de cost. Òbviament, hi ha coses que s'han de negociar. Si hi ha una activitat nova que no teníem prevista, intentem ajustar el pressupost per poder participar-hi, sempre que s'alineï amb la nostra cultura. Si no encaixa amb els nostres valors, no té sentit patrocinar-ho només per posar-hi el nostre logotip.

**[Pau] Veieu aquest tipus de fires com una eina de projecció internacional des de Barcelona, o només a nivell local?**

[Katy] Per nosaltres és més una acció local. Tot i això, és cert que hi assisteix gent internacional. Per tant, sí que pot tenir certa repercussió internacional, sobretot si continua creixent. Però el nostre objectiu principal és desenvolupar l'ecosistema local i facilitar que estudiants com tu t'incorporin al món laboral dels videojocs.

**[Pau] Com veieu el futur de les fires i congressos de videojocs a Barcelona? Creieu que hi ha espai per créixer?**

[Katy] Jo crec que sí. Seria genial veure el BCN Game Fest a la Fira de Barcelona, perquè voldria dir que s'ha convertit en un esdeveniment de gran format. Ja és el segon més

gran d'Europa en l'àmbit indie, em sembla. Si es continua expandint, i alhora van sorgint altres esdeveniments més petits, Barcelona té el potencial per acollir-ho tot. Tenim universitats, institucions, estudis i tots els actors necessaris per fer-ho possible.

**[Pau] Creus que podríem tenir una fira tipus Gamescom o GDC a Barcelona?**

[Katy] Jo crec que sí. Tenim el potencial per fer un esdeveniment d'aquesta magnitud, potser a menor escala al principi, però igualment gran. Tenim estudis, institucions, incubadores i universitats que podrien fer-ho realitat. Són públics diferents, però poden coexistir amb fires com el BCN Game Fest.

**[Pau] Creus que falta algun tipus de fira en concret a Barcelona?**

[Katy] Sí, crec que falta una fira tipus Gamescom, on tots els estudis puguin mostrar els seus jocs al gran públic. Tenim l'ecosistema, només cal un esdeveniment així perquè tothom pugui ensenyar el que fa.

**[Pau] I creus que aquest seria el moment adequat per crear-la?**

[Katy] Potser no és el moment ideal, venim de dos anys difícils per al sector. Han estat anys de retallades i acomiadaments. Però crec que no falta gaire perquè això sigui possible. Per exemple, quan es faci realitat el projecte de Catalunya Media City, amb un hub físic de videojocs, tindrem encara més força. Potser el BCN Game Fest no escalarà tant perquè està molt enfocat a l'indie, però potser alguna gran fira com GDC o Gamescom decideix venir aquí.

**[Pau] Heu participat en fires internacionals?**

[Katy] Sí, hem tingut representació a la GDC, i també anirem a la Gamescom. També hem participat en esdeveniments com el Gamesforum, que són més aviat congressos. I demà mateix arriba el Pocket Gamer Connects a Barcelona, on també hi participarem.

**[Pau] Com participeu demà al Pocket Gamer Connects?**

[Katy] Tenim un panelista, l'Albert Puértolas, que és el nostre director tècnic i parlarà en una sessió sobre les tecnologies del futur. A més, com a part de l'acord, hem aconseguit

entrades perquè més gent de Gameloft pugui assistir a conferències, fer networking i aprendre.

## 9.8. Entrevista a Joan Francesc Bañó - GameBCN

- **Nom de la persona entrevistada:** Joan Francesc Bañó
- **Càrrec / Rol:** Director Executiu
- **Entitat / Organització:** GameBCN
- **Data de l'entrevista:** Dimecres 18 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 20 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] La primera pregunta és des de la perspectiva de GameBCN i del teu punt de vista professional. Com valores les fires de videojocs que s'han fet a Barcelona i les que es fan actualment?**

[Joan Francesc Bañó] Gràcies per l'entrevista. Respecte a les fires, crec que hi ha hagut una evolució a Barcelona. Primer vam tenir la Nice One o Barcelona Games World, una fira internacional amb certa comparació amb Gamescom. Després va destacar el GameLab, molt més orientat al B2B i a directius. Més recentment, ha sorgit l'Indie Dev Day, actualment anomenat BCN Game Fest, amb un enfocament més indie. Tot i que valoro positivament l'evolució, actualment només subsisteix la línia indie, ja que GameLab fa temps que no se celebra. BCN Game Fest intenta acostar-se a un perfil més corporatiu, però encara arrossega la motxilla de fira indie.

**[Pau] GameBCN ha participat en aquestes fires, ja sigui com a entitat o a través dels estudis incubats?**

[Joan Francesc Bañó] Sempre hem participat en totes. Inclús en esdeveniments com el Sónar+D o el 4 Years From Now. La nostra participació té tres funcions: primer, oferir accés a la indústria, tant local com institucional; segon, col·laborar amb ideació

d'activitats si ens ho demanen; i tercer, tenir espai expositiu propi per mostrar els estudis incubats o alumnis, segons la disponibilitat i el moment de la fira.

**[Pau] Heu detectat que la participació en fires hagi tingut un impacte real en la trajectòria d'algun dels vostres projectes?**

[Joan Francesc Bañó] En fires globals com la Gamescom, sens dubte. És on es contacta amb publishers, es tanquen acords de finançament, localització o distribució. El contacte físic segueix sent molt important, encara que estiguem digitalitzats. A Barcelona, no sabria dir un cas concret, però com més fires amb presència internacional hi hagi, millor per a la indústria local.

**[Pau] Creus que falta una fira clarament orientada al desenvolupament, al pitch i a la connexió amb publishers a Barcelona?**

[Joan Francesc Bañó] Tot i que Pocket Gamer cobreix part d'això, encara falta una fira amb un posicionament més gran i internacional. El que caldria és analitzar quines són les nostres fortaleses com a ciutat, i fer una fira al voltant d'això. Si destaca el desenvolupament, hauríem de fer una fira B2B que atragui inversors i editors. Fins i tot, inclouria empreses com ASUS, que impacten el desenvolupador. Cal estudiar el mercat i no competir directament amb altres fires sinó trobar el nostre espai.

**[Pau] Hi ha bona col·laboració entre institucions públiques, estudis, organitzadors i dinamitzadors del sector com GameBCN?**

[Joan Francesc Bañó] Excel·lent. La relació entre Generalitat, Ajuntament i els agents del sector és molt bona. Ho explico a fora sovint. Tothom és molt obert i predisposat.

**[Pau] Com a GameBCN, trobeu a faltar alguna cosa a les fires actuals com BCN Game Fest o SAGA?**

[Joan Francesc Bañó] Crec que falta una dimensió més internacional i potent. Per molt que col·laborem amb esdeveniments com el BCN Game Fest, on fem coincidir el nostre Demo Day perquè els inversors assisteixin, el que manca és aquest posicionament global com el que té, per exemple, el Digital Talent dins el MWC.

**[Pau] Creus que les grans empreses de videojocs tenen una bona imatge de Barcelona i es sentirien còmodes venint?**

[Joan Francesc Bañó] Sí. Tothom reconeix Barcelona com a hub internacional. Quan parlo amb gent de fora, ho veuen clar. És una ciutat atractiva i amb molt talent. Fa 15 anys no, però ara sí. Les empreses venen perquè n'hi ha moltes altres i se senten atretes pel que ja hi ha. Barcelona és atractiva també pel seu entorn i qualitat de vida.

**[Pau] Per què creus que encara no s'ha aconseguit fer una fira de gran escala aquí?**

[Joan Francesc Bañó] Hi ha hagut intents. El Covid va aturar molt. GameLab cobria un espai encara que reduït, però ara estem en un moment d'impàs. Cal una aposta gran, amb finançament estratègic. La Generalitat i altres poden donar suport, però cal un promotor potent. També hi ha dubtes sobre quin espai ocupar i com diferenciar-se d'altres fires ja consolidades com Gamescom o GDC.

**[Pau] Vas assistir a la Gamescom com a professional. Quina va ser la teva experiència i què t'agradaria veure a Barcelona?**

[Joan Francesc Bañó] Em va agradar molt la clara separació entre la part B2B i B2C. La zona gamer tenia espais espectaculars: triple A, muntatges gegants, etc. I la part B2B estava a l'altra punta, molt enfocada a reunions i negoci. M'agrada que puguis veure l'Alone in the Dark en gran, i alhora fer negocis. Tots tenim aquest nen interior que s'emociona amb aquestes coses.

**[Pau] Com a professional, quin era el vostre objectiu a Gamescom?**

[Joan Francesc Bañó] Principalment reunir-nos amb publishers i inversors. Entendre què busca el mercat, quines tendències hi ha. També, en menor mesura, conèixer nous estudis. Però l'scouting avui dia és més digital. A més, també deixem espai als incubats perquè tinguin les seves pròpies reunions.

**[Pau] I a la primera edició del Pocket Gamer Connects a Barcelona aquest juny, com va anar?**

[Joan Francesc Bañó] Molt bé. Vam participar com a ponents. Tot i ser petit, estava molt ben organitzat. La marca Pocket Gamer ja té molta experiència i això es nota. Vaig trobar-hi gent que també havia estat en altres edicions globals. La presència internacional va ser important.

**[Pau] El teu objectiu professional en aquesta fira era el mateix que a Gamescom?**

[Joan Francesc Bañó] Més o menys. També volíem veure quin era el seu posicionament, què buscaven, si volien créixer. Jo mateix els havia posat en contacte amb estudis locals, així que m'interessava veure com ho havien resolt.

**[Pau] Encara que Pocket Gamer s'enfoca habitualment en mòbil, es va obrir a altres plataformes?**

[Joan Francesc Bañó] 100%. Conec dos estudis que van guanyar concursos de pitch i cap dels dos era de mòbil. També vaig veure alumnis de GameBCN allà, i ells també ho van percebre com una fira oberta.

**[Pau] Doncs fins aquí seria l'entrevista. Moltes gràcies, Joan Francesc.**

[Joan Francesc Bañó] Gràcies a tu, Pau. Endavant amb el treball i força!

## 9.9. Entrevista a Marta Fernández - CITM-UPC

- **Nom de la persona entrevistada:** Marta Fernández
- **Càrrec / Rol:** Coordinadora del grau en Disseny i Desenvolupament de Videojocs
- **Entitat / Organització:** CITM-UPC
- **Data de l'entrevista:** Dimecres 19 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 30 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Comencem. La primera pregunta és sobre l'Indie Games TRS. Quan va néixer aquest esdeveniment i amb quin objectiu inicial es va dur a terme?**

[Marta Fernández] L'Indie Games va sorgir principalment per una iniciativa de l'Ajuntament de Terrassa. Com que el CITM és un dels principals, per no dir l'únic centre a la ciutat que ofereix formació específica en videojocs, ens van avisar de seguida i ens van proposar ser els directors de continguts del festival o congrés. Per a ells, els videojocs podien ser una línia estratègica, tenint en compte que Terrassa té una gran tradició audiovisual, amb el parc audiovisual i molts rodatges de pel·lícules i programes de televisió. Però l'audiovisual evoluciona i van considerar que els videojocs serien una peça clau. Van rebre fons per dur a terme l'esdeveniment i, com deia, van voler comptar amb el CITM per a la direcció de continguts.

L'objectiu principal de l'Ajuntament era promoure aquest tipus d'esdeveniments per reforçar l'autoocupació i l'ocupació dins del sector dels videojocs i també visibilitzar la producció de videojocs al Vallès Occidental. A Barcelona hi ha molta producció, però des de Terrassa hi havia la voluntat de fomentar relacions entre diferents agents de l'ecosistema perquè aquest sector creixés al Vallès. Des del CITM, com a directors de contingut, també ens interessava molt reforçar les xarxes i el diàleg entre la indústria i la universitat. A vegades sembla que la universitat només investiga i la indústria només produeix, quan en realitat som dues parts amb molt potencial de sinergia. Tot venia una mica d'aquí.

**[Pau] A nivell estratègic?**

[Marta Fernández] L'Ajuntament pensava que fer un congrés gran de manera anual podria fer que es cremés massa ràpid. Terrassa no és Barcelona. La idea era fer un esdeveniment sostenible en el temps i mantenir la marca amb un any gran i un any petit. El 2023 vam tenir moltes activitats: xerrades d'indústria, d'art, de tecnologia, una Game Jam, un simposi acadèmic i estands. El 2024 tocava un esdeveniment més petit, i vam fer una jornada de xerrades al matí i un taller a la tarda.

Com a novetat i per donar identitat al projecte, vam decidir centrar cada any en una temàtica diferent. El 2024, el tema va ser la música.

**[Pau] Quin criteri heu seguit per escollir les dates?**

[Marta Fernández] Han estat dates consensuades amb l'Ajuntament, tenint en compte els terminis d'organització: contactar gent, llogar espais... També influeix la recepció d'ajudes públiques. Sovint les subvencions s'anuncien a principis d'any, et confirmen al maig, i llavors ja saps quins recursos tens. Aquests ajuts et demanen fer l'esdeveniment dins del mateix any, i per això acostumen a ser a la tardor, normalment a l'octubre o novembre. Fer-ho al desembre ja és anar molt just.

**[Pau] Heu pensat en com agafar idees d'altres esdeveniments?**

[Marta Fernández] Per exemple, per a la primera edició volíem fer entrevistes entre professionals i estudiants, o entre perfils professionals diferents. També volíem fer entrevistes entre editors i desenvolupadors. Al final vam veure que era massa ambiciós perquè els editors van molt buscats, i vam fer una presentació en aules on podien donar feedback. Vam tenir dos editors, i va anar molt bé, tot i que la idea inicial era més elaborada.

Aquesta idea me la va inspirar el festival BIG de Bilbao. Allà no era exactament amb editors, sinó entrevistes entre professionals. Com que ja teníem la idea, em va semblar molt interessant. S'ha confirmat que és un format que agrada i que també es fa a altres llocs. L'Amaze de Berlín també m'interessa molt. És un festival més experimental i alternatiu, i penso que podem agafar idees per a l'Indie Games d'aquí.

**[Pau] Havies comentat que un dels temes importants era la finançament. Quins són els principals costos que teniu?**

[Marta Fernández] Els principals costos venen de les ponències, ja que són remunerades. Tot i que ens centrem en el Vallès Occidental, ens agrada convidar referents d'altres llocs, tant de Catalunya com de la resta de l'Estat. Això implica despeses associades a dietes i desplaçaments. També hi ha alguns costos relacionats

amb els espais. A la primera edició, per exemple, vam llogar monitors per a la zona d'estands. Però el gruix de la despesa és la remuneració de les ponències i del personal implicat: professors col·laboradors, personal de secretaria i nosaltres mateixos com a equip organitzador.

**[Pau] Heu comptat amb perfils professionals diversos?**

[Marta Fernández] Sí, a vegades hem volgut incloure perfils més transversals. Per exemple, el 2023 vam convidar en Joan Francesc Banyó, que treballa sobretot en videojocs indie a Barcelona. Creiem que tenia sentit. Però sí, l'enfocament general ha estat cap als estudiants. Al 2024, per exemple, van venir els de l'estudi T2T Tech, que estaven treballant amb GameBCN. Encara que no van participar activament, van venir i van saludar. Ens agradaria que participessin més perfils diversos, perquè aquest esdeveniment justament vol connectar els diferents agents de l'ecosistema.

**[Pau] Quin ha estat el repte logístic més gran?**

[Marta Fernández] Doncs vam tenir problemes amb l'aparcament del CITM. L'Ajuntament volia utilitzar molt d'espai per posar-hi food trucks i zones d'estar, però encara hi havia classes al centre i alumnes i professors venint amb cotxe. Ens vam trobar al mig entre el desig de l'Ajuntament i la resistència del departament d'infraestructures de la Fundació. Fer d'intermediaris va ser complicat. També, el 2024 alguns de nosaltres ens vam oferir per anar a recollir ponents, però ens vam adonar que no calia, ja que molts anaven per compte propi amb taxi.

**[Pau] Creus que ha tingut un impacte real?**

[Marta Fernández] Sí, i ens en sentim orgullosos. Ha servit per visibilitzar i legitimar el videojoc, que encara fa uns anys era vist de forma negativa, com un passatemps poc útil. Visibilitzar-lo a Terrassa ha estat molt positiu. Recordo especialment un cas: el nostre alumne Esteban Marín va presentar el seu joc a la sessió amb editors, i José Antonio Andújar de HanduSoft li va oferir publicar-lo. El joc ja era a Steam i va poder fer un pas endavant gràcies a l'esdeveniment.

**[Pau] I en matèria de sostenibilitat?**

[Marta Fernández] És una molt bona pregunta. Hem de dir que no ho hem treballat gaire. Per exemple, el 2023 podríem haver ofert als ponents venir amb tren en comptes d'avió, però vam optar per la via més pràctica. Era el primer cop que organitzàvem un esdeveniment així i anàvem improvisant molt. També ens vam adonar de la importància de la perspectiva de gènere. El simple fet de posar un punt lila ja canvia dinàmiques. Així que sí, és una línia a millorar.

**[Pau] Com heu treballat la comunicació de l'esdeveniment?**

[Marta Fernández] Principalment a través de xarxes socials. El primer any, el 2023, en Carles i jo vam anar al programa "Generació Digital" de la ràdio per parlar de l'Indie Games. I també vam fer un podcast amb Lúdica dins del mateix esdeveniment. El 2024 també vam tirar molt de xarxes per a la difusió.

**[Pau] Quina estratègia heu utilitzat per garantir una bona experiència al visitant?**

[Marta Fernández] A la primera edició vam fer el "Bosc Indie", una experiència gamificada per fomentar el networking. Tenies una carta de personatge i, al final, feies pedra-paper-tisora. A darrere de la carta hi podies escriure les teves dades de contacte, com si fos una targeta de visita. Són detalls que donen vida a l'esdeveniment i que creiem que funcionen molt bé.

**[Pau] Recollis feedback dels participants?**

[Marta Fernández] No de manera sistemàtica, i això és una assignatura pendent. Però, com t'explicava abans, hem tingut retorns molt positius, com el cas d'en José Antonio Andújar amb l'Esteban Marín. Això ens demostra que realment hi ha networking que dona fruits.

**[Pau] Com veus el futur de l'Indie Games TRS?**

[Marta Fernández] M'agrada molt la idea de centrar cada edició en una temàtica concreta, i voldria potenciar encara més activitats on participin perfils diversos. El primer any volíem connectar indústria i acadèmia, però vam fer activitats en paral·lel, i

això no ajuda. Ens agradaria fer taules rodones mixtes, amb gent dels dos mons. També volem seguir innovant i observant altres esdeveniments, fer Game Jams, activitats creatives, entrevistes... La idea és oferir una gran varietat i barrejar perfils.

**[Pau] Com veus la participació de les universitats en fires o festivals?**

[Marta Fernández] Crec que és una gran oportunitat per als estudiants. Poden mostrar el seu portfoli, rebre feedback tant de professionals com del públic general. També és una forma de presentar el que fem com a institució. I és una experiència molt valuosa, que potser no forma part d'una assignatura concreta, però que aporta molt: parlar en públic, rebre comentaris, presentar-se... Tot això és aprenentatge.

**[Pau] Heu participat en altres congressos acadèmics o esdeveniments internacionals?**

[Marta Fernández] Sí, a nivell acadèmic hem anat al congrés DIGRA, i també a un simposi organitzat per CREA, una associació acadèmica de comunicació. Allà on podem, intentem ser-hi. Seria molt interessant poder anar a la Gamescom, per exemple.

**[Pau] Què et va semblar el Pocket Gamer?**

[Marta Fernández] Em va semblar molt interessant perquè aporta una visió diferent. Està molt enfocat al negoci i la monetització, i encara que no sigui la teva àrea, és un enfocament diferent i complementari. Em va agradar que el CITM hi pogués tenir presència.

**[Pau] I sobre fer una fira gran, estil Gamescom, però aquí?**

[Marta Fernández] Crec que seria molt interessant. Es parla molt de Barcelona com un dels grans hubs del videojoc al sud d'Europa. Potser podríem pensar en una fira d'àmbit mediterrani. Hi ha espai per a una proposta així, diferent de les escandinaves o centreeuropees. També es parla molt que gairebé tota la recerca acadèmica està en anglès. Promoure una diversitat lingüística i cultural també podria ser una aportació interessant. En definitiva, crec que seria molt positiu per a la ciutat i per a la indústria.

## 9.10. Entrevista a Carles Sora - CITM-UPC

- **Nom de la persona entrevistada:** Carles Sora
- **Càrrec / Rol:** Director del CITM-UPC
- **Entitat / Organització:** CITM-UPC
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 30 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Des del teu punt de vista, com es veu actualment Barcelona dins el sector del videojoc, tant a nivell estatal com internacional?**

[Carles] Aquesta pregunta té moltes derivades. La més fàcil seria respondre-la des del punt de vista d'activitat econòmica i facturació. I aquí segur que ja s'ha accedit als informes de DEViCAT o del Llibre Blanc del Videojoc Català, que situen un 50% de la producció a l'entorn de Barcelona i Catalunya.

Barcelona és, principalment, el nucli. És cert que hi ha altres focus com l'empresa Nomada Studios a Terrassa, però el gruix es concentra aquí. Fa pocs dies vaig publicar un article al Periódico per comparar la indústria del videojoc amb altres indústries culturals com la del llibre o la música, i quan compares els números, veus que estan molt a prop.

Barcelona és un referent estatal i català, perquè una sola regió supera el 50% de la facturació i, a més, no és la capital del país. També per una qüestió cultural: hi ha una cultura de fer videojocs, fruit de la formació que es desenvolupa des de fa més de 20 anys.

Hi ha activitat, hi ha números que acompanyen i l'ecosistema és viu. A nivell internacional, companys que treballen fora o que han vingut els darrers anys diuen que

ara Barcelona ja és al mapa. Fa 5 o 10 anys no es parlava de Barcelona. Ara sí: és un hub europeu, sobretot per la capacitat d'atracció de capital internacional.

Algunes multinacionals s'han instal·lat aquí. Per exemple, Sandsoft va intentar entrar a Europa a través de Barcelona. Això està vinculat a subvencions i recursos. A fora, ja es veu com un hub internacional. Segons ACCIÓ, crec que el videojoc és el sector tecnològic que ha rebut més inversió els últims anys, per sobre de la salut.

Per tant, a data d'avui, les dades són molt bones. Si parlem de futur, ja no dispeno de bola de vidre. Però el punt on estem és molt positiu.

**[Pau] Quin diries que és el punt més fort i el més feble de Barcelona?**

[Carles] El punt fort és la bona qualitat tècnica a baix cost. Aquí hi ha talent, qualitat i els salaris són la meitat dels del nord d'Europa. No ens enganyem, aquest és el gran atractiu.

En altres indústries podríem parlar d'infraestructures, però en l'àmbit TIC això no és tan determinant. Aquí, el punt feble són els incentius fiscals. Encara hi ha molt poca atenció per part de l'administració cap a l'empresa del videojoc.

Hi ha ajudes, però no incentius fiscals com en el cinema. Aquesta podria ser una palanca important. Algunes empreses potser troben a faltar això. La capacitat de creixement intern és limitada pel volum de població i per la manca d'inversions de capital gran.

**[Pau] Creus que hi ha el potencial per tirar endavant una gran fira del videojoc a Barcelona?**

[Carles] Jo no sóc la millor persona per respondre això, no presento projectes a la Gamescom ni conec bé la programació dels grans congressos. Però una reflexió: l'IndieDev ha fet un gir cap a un congrés més genèric i ha afegit "Barcelona" al nom, com a estratègia de màrqueting internacional.

Intentar crear una altra marca pot ser complicat. Madrid, Bilbao... ja tenen esdeveniments. Si una gran marca internacional volgués obrir una seu aquí, potser sí. Però això són operacions d'alt nivell, amb implicació de la Generalitat i amb finançament important.

Crear una fira des de zero que competeixi amb el BCN Game Fest, és difícil. El Gamelab ja no es fa aquí i potser per això mateix, perquè l'altre projecte ha crescut.

**[Pau] Una de les conclusions del meu treball és que el BCN Game Fest està fent el salt de fira indie a fira internacional. Com ho veus?**

[Carles] Aquesta és segurament la via més natural i orgànica. Si fa el salt cap al públic professional i atrau grans marques, potser és el camí a seguir. També es podria recuperar el model de la Barcelona Games World, però orientada més al consumidor. Cal veure quina és l'estratègia.

Les subvencions condicionen molt el calendari i pot haver-hi solapaments. Però en tot cas, BCN Game Fest podria ser el nucli sobre el qual fer créixer una fira gran.

**[Pau] Quin paper hi tenen o podrien tenir les institucions educatives i formatives en aquestes fires?**

[Carles] El paper és clar: presència per visibilitzar els projectes dels alumnes, fomentar l'emprenedoria i mostrar el nivell dels estudis. Jo mateix he parlat amb gent de fora que flipava del nivell dels projectes i de què hi hagi graus específics.

També és important perquè l'alumnat veu el pas següent: projectes de gent com ells, però dos o tres anys més grans. Això acostava la realitat.

Però es podria fer molt més. Ahir mateix vam tenir una reunió amb empreses i centres docents de videojocs. El diàleg és clau. Les empreses tenen necessitats concretes, però nosaltres formem per a la indústria, no per a una empresa concreta.

A les fires, això no passa gaire. Som una quota: posem un estand, paguem i ja està. Però no hi ha gaire més conversa. El Talent Dev Day va ser una bona iniciativa, però va néixer de l'administració, no pas d'un diàleg amb nosaltres.

**[Pau] Llavors, quin és el tret diferencial de Barcelona? Què ens fa únics?**

[Carles] Bona pregunta. No sé si hi ha una cosa concreta que ens faci únics, però sí una suma de factors. Tenim un bon ecosistema. Et poso un exemple: Nòmada Studio. Un bon creatiu format aquí, dos bons tècnics formats aquí i una trajectòria internacional.

No parlo dels indies, perquè aquí el risc de fracàs és molt alt. Parlo de mitjanes empreses, com Nòmada o altres.

Malgrat les dificultats, no han tancat tantes empreses com en altres llocs. I això vol dir que tenim un teixit resistent. Potser aquí no veurem grans IPs ni seus de Sony, però sí que tenim un ecosistema perquè sorgeixin nous projectes i es consolidin.

Barcelona és una marca. En l'àmbit TIC, "fet a Barcelona" té valor. No per una cosa concreta, sinó per tot l'ecosistema que s'ha anat construint.

## 9.11. Entrevista a David Boces - Assistent a la Gamescom 2024

- **Nom de la persona entrevistada:** David Boces
- **Càrrec / Rol:** Assistent a la Gamescom 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 22 de juny de 2025
- **Format:** Entrevista en línia oral transcrita
- **Duració aproximada:** 10 minuts
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Comencem l'entrevista, et faré diverses preguntes relacionades amb la Gamescom, com la teva participació, etc. Per començar, David, quins aspectes destacaries més com a positius i a millorar de l'esdeveniment en general?**

[David] Tant la Devcom com la Gamescom en general les valoro molt positivament. En la meva opinió, com a públic, hi va haver més coses positives que negatives. Si començo pels punts negatius, potser el fet que sigui un esdeveniment tan gran fa que sigui una mica difícil orientar-se. Sobretot a la Gamescom, que engloba pavellons molt grans i diferents sales. Sí que és veritat que al final anaves caminant i arribaves a tot, però a vegades t'hi trobaves una mica per sorpresa.

**[Pau] I quins serien per tu els aspectes positius més destacables?**

[David] Sobretot la quantitat de novetats que pots veure i jugar en exclusiva. Hi havia moltes demos que deixaven provar només allà. Recordo haver jugat a un joc que es deia Cazan, i també a Little Nightmares – el nou que encara no ha sortit. Et fa sentir com a públic que ets tan important com si fossis premsa. També, com a desenvolupador, vaig trobar les xerrades de la Devcom molt interessants i variades.

**[Pau] Quin tipus d'activitats o zones et van cridar més l'atenció de la fira?**

[David] Pel que fa a la part general, em va agradar molt poder provar demos i veure tràilers exclusius, com el d'Assassin's Creed o el de Monster Hunter. Et donava la sensació que estaves veient coses que ningú fora d'allà havia vist. També hi havia una zona més professional, potser no era 50-50 sinó més aviat un 80-20, però ben equilibrat dins del conjunt.

**[Pau] Creus que Barcelona té potencial per acollir una fira d'aquestes dimensions?**

[David] Jo crec que sí. No sé per què no s'està fent, però potencial n'hi ha. Fires petites com l'Indie Dev Day han crescut molt. I Barcelona és una ciutat turística amb espais suficients. Només caldria fer el pas.

**[Pau] Vas veure alguna implicació per part de la ciutat de Colònia?**

[David] Sí, força publicitat pels carrers. Potser no em vaig fixar tant en temes d'estades o hotels, però sí que hi havia cartells que indicaven com arribar-hi i promocionaven clarament la Gamescom.

**[Pau] Quina diferència destacaries entre la Gamescom i fires com l'Indie Dev Day o el BCN Game Fest, més enllà de les dimensions?**

[David] La Gamescom, pel seu format gran, transmet més responsabilitat i inclusivitat. Tens la presència d'empreses AAA que no veus a fires com el BCN Game Fest. Però també és cert que a la zona indie de la Gamescom em vaig sentir com al Barcelona Game Fest. Potser no hi havia tants jocs espanyols, però em va transmetre aquella mateixa energia.

**[Pau] Quins reptes o punts febles creus que hauria d'afrontar Barcelona?**

[David] Doncs no sabia dir exactament el motiu pel qual no s'està fent, però potser és un tema de percepció. Colònia, sent més central a Europa, potser resulta més atractiva. Però Barcelona té de tot, així que no hauria de ser un impediment.

**[Pau] Quin perfil predominava més a la Gamescom?**

[David] Sobretot públic general, molts jugadors. També hi havia força gent de premsa. En canvi, a la Devcom, era clarament un perfil professional i d'inversors. Inclús hi havia una petita zona indie molt centrada en això.

**[Pau] Vas veure alguna activitat o proposta que es podria implementar a Barcelona?**

[David] La veritat és que, pensant-hi, no hi havia res molt diferent del que ja es fa aquí, simplement més gran. A Barcelona, el contacte amb els desenvolupadors és més proper, i això ho vaig trobar a faltar una mica a la Gamescom.

## 9.12. Entrevistes Indie Dev Day 2024

### 9.12.1. Expositors

#### 9.12.1.1. Entrevista a David Boces de Ginuh Games

- **Nom de la persona entrevistada:** David Boces
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Ginuh Games
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Explica'ns una mica sobre el vostre joc. De què tracta? Una descripció general?**

[David] Som tres a l'equip, ens diem Ginuh Games, i el nostre joc és un joc de trencaclosques en primera persona. Està inspirat en jocs com Portal, Superliminal, The Stanley Parable i altres similars. El protagonista és un subjecte de prova que ha d'anar avançant i descobrint què passa dins d'aquest entorn.

**[Pau] I com a desenvolupadors, què us ha motivat a participar en aquest esdeveniment?**

[David] Sobretot la visibilitat i el reconeixement. Que la gent pugui venir, jugar-hi, que els agradi i, sobretot, que ens donin feedback per poder millorar el joc i nosaltres mateixos com a desenvolupadors.

**[Pau] Per tant, quins diries que són els vostres tres o quatre objectius principals per aquests tres dies?**

[David] Donar-nos a conèixer. I potser és més personal, però també específic: aconseguir que funcioni la campanya de Kickstarter, que es potenciï gràcies a la fira. Un

altre seria augmentar la wishlist a Steam. No sé si sabria dir-te un quart objectiu concret.

**[Pau] I pel que fa als jugadors i públic objectiu que ja han pogut jugar al vostre joc, la resposta que esteu rebent és la que esperàveu o us ha sorprès?**

[David] Diria que és una mica meitat i meitat. Hi ha jugadors que ho aborden com esperàvem: es fiquen dins la història, resolen els trencaclosques, s'hi involucren. Però també hi ha una altra part que potser són més casuals, i els costa més aquest tipus de reptes. Ja sabíem que això podia passar, però igualment és una part que hem de treballar, perquè també es sentin còmodes jugant a la nostra proposta.

**[Pau] Com a desenvolupadors, heu pogut contactar amb altres desenvolupadors, expositors o publishers? Heu tingut aquesta oportunitat?**

[David] Aquí, a l'Indie Dev Day, encara no. Esperem que demà hi hagi més moviment i potser et podria respondre millor llavors. Però fora d'aquí, com per exemple a la Gamescom, tot i que no hi exposàvem el joc, ens va anar bé. Explicant-lo, ensenyant el codi QR i l'enllaç a Steam, sí que vam fer diversos contactes interessants.

**[Pau] Si poguessis proposar un altre tipus d'esdeveniment que t'agradaria veure a Barcelona, a Catalunya o a Espanya, quin seria? Podria ser un que ja existeix o una idea nova.**

[David] Uf... Si la Gamescom vingués aquí, seria genial. O potser alguna cosa semblant a la Devcom, que es fa a Alemanya just abans de la Gamescom. Allà fan un munt de xerrades amb gent molt potent de la indústria. Són dos dies plens de ponències. Seria interessant tenir alguna cosa així aquí.

**[Pau] I finalment, si t'haguessis d'imaginar el congrés de videojocs dels teus somnis, què hauria de tenir? Què no hi podria faltar?**

[David] Tant l'Indie Dev Day com la Gamescom tenen estands individuals on cada estudi pot tenir el seu espai perquè la gent jugui. Potser faria una combinació entre la

Devcom i l'Indie Dev Day: d'una banda, ponències i xerrades amb gent de la indústria, i de l'altra, una zona on es puguin exposar i provar videojocs.

#### 9.12.1.2. Entrevista a Adrian Mulero de Knock'Em Out!

- **Nom de la persona entrevistada:** Adrian Mulero
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Knock'Em Out!
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Primer de tot, pots explicar una mica el teu joc? De què tracta?**

[Adrián] El meu joc és un party game pensat sobretot per jugar amb els col·legues, que és quan més et diverteixes. És un joc de lluites basat en física, en què l'element principal és la sang i el gore. La gràcia és que durant la baralla pots perdre braços o cames, però només quedes eliminat si perds el cap. Mentre no el perdis, pots continuar lluitant encara que et trenquin les cames o els braços. Aquesta és la idea general del joc.

**[Pau] I quina ha estat la teva motivació principal per venir aquests dies a l'Indie Dev Day?**

[Adrián] Sobretot connectar amb més gent. En el meu cas soc un desenvolupador individual, treballo sol des de casa i pràcticament no tinc contacte amb altra gent del meu entorn. Així que venir aquí ha estat una oportunitat increïble per conèixer altres desenvolupadors, gent amb les mateixes inquietuds que jo, i també per connectar amb el públic i rebre feedback directe.

**[Pau] Per tant, quins diries que són els teus tres objectius principals per aquests tres dies?**

[Adrián] Un seria contactar amb publishers i que em donin la seva perspectiva, especialment en temes que m'interessen com portar el joc a plataformes com Steam, Nintendo Switch o PlayStation. Un altre objectiu és conèixer altres desenvolupadors, parlar amb ells, compartir experiències, problemes i solucions. I el tercer seria rebre el màxim de feedback possible per part dels usuaris aquí mateix, en directe. No és el mateix que et provin el joc a casa i t'escriguin, que veure'ls jugar davant teu i que et diguin què en pensen. Sempre que sigui des d'un punt de vista constructiu, és clar.

**[Pau] I per ara, quina resposta estàs rebent del teu públic objectiu? És la que t'esperaves o t'ha sorprès?**

[Adrián] La veritat és que està bastant a prop del que m'esperava. Estic força content, perquè venia amb la idea que l'esdeveniment seria així i, de moment, s'estan complint bastant bé les expectatives. Ja veurem la resta de dies, però aquest primer dia està sent genial.

**[Pau] Com a desenvolupador individual, et sents recolzat per l'organització de l'Indie Dev Day? O més aviat t'has sentit sol en la gestió?**

[Adrián] Jo diria que sí, m'he sentit molt ben recolzat. Pel que he vist, la gent de l'organització és encantadora i sempre disponible per ajudar-te amb qualsevol dubte o problema. En aquest sentit, cap queixa: són persones increïbles.

**[Pau] I per acabar, si t'haguessis d'imaginar la fira de videojocs dels teus somnis, què hauria de tenir? Què no hi podria faltar?**

[Adrián] Uf, bona pregunta... Diria que és la primera fira a la qual assisteixo, així que tampoc tinc gaire amb què comparar. Potser, en el cas del meu joc, estaria bé tenir un ring aquí en directe perquè la gent es pogués barallar —de mentida, és clar— i fer-ho més immersiu, més atractiu per atreure públic. Però ara mateix no se m'acut res concret que faltaria. Tal com està muntat ara mateix, em sembla força guai.

### 9.12.1.3. Entrevista a Elena Statsenko de Larian Studios

- **Nom de la persona entrevistada:** Elena Statsenko
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupadora / Expositor
- **Entitat / Organització:** Larian Studios
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

#### **[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day?**

[Elena] Quan vaig arribar a Barcelona, em va impressionar molt positivament la qualitat de l'educació que rebeu aquí. No a totes les ciutats o països trobes aquest nivell de preparació. Quan vaig veure el vostre projecte, em va impactar, i us ho vaig dir. A més, teniu suficients conferències per conèixer gent, veure'ls cara a cara. Què busquem? Millorar la situació. Probablement amb més tallers, on puguis entrenar habilitats i veure com altres persones implementen les seves pràctiques aquí. I, és clar, com més empreses de desenvolupament de videojocs tinguem aquí, més oportunitats tindran els estudiants per posar a prova les seves capacitats i decidir quedar-se a Barcelona, treballar des d'aquí i contribuir al desenvolupament local.

#### **[Pau] També: què ha motivat el vostre equip a ser aquí avui? Quin és l'objectiu principal per ser presents?**

[Elena] Tenim gent genial aquí. Vam començar a treballar com a empresa d'outsourcing aquí. El meu cap estava preparant una presentació sobre això, així que no repetiré el mateix. Però vam trobar gent molt bona i vam dir: si aquesta gent hi és, segur que en trobarem més que ens puguin cobrir totes les necessitats. A més, el lloc era ideal: a la mateixa zona horària que la majoria del nostre equip. Vam veure la perspectiva i vam dir: hem de provar-ho. Val molt la pena.

**[Pau] I quin tipus de resposta esteu rebent dels visitants que juguen als vostres jocs i parlen amb vosaltres? És el que esperàveu? O us han fet preguntes inesperades?**

[Elena] Ens fan moltes preguntes, tenen llibertat per preguntar el que vulguin. Depèn molt del dia de l'esdeveniment. Com avui, que hi ha molts desenvolupadors d'altres estudis, i volen compartir experiències, demanar-nos consells. També hi ha gent que busca feina: estudiants que acaben de graduar-se, o algú amb experiència, i ens pregunten què fem al nostre departament, si poden aplicar a alguna oferta. No en tenim moltes, però igualment pregunten.

**[Pau] Veig que teniu una cua d'artistes esperant. Com valoreu aquest interès?**

[Elena] Sí, i normalment els artistes són els més exigents. Ens ensenyen els seus perfils i reben consells del nostre equip, que és molt bo en el que fa. És una bona oportunitat per compartir experiències, obtenir feedback, donar consells i simplement xerrar amb la gent. Fa goig veure cares conegudes, vells amics... una altra perspectiva.

**[Pau] Quins aspectes creus que l'organització de l'Indie Dev Day podria millorar de cara a pròximes edicions?**

[Elena] L'aire condicionat, segur. (riu) No, en general està bé. Ha millorat comparat amb l'any passat, on hi havia moltes cues a l'entrada. Ara és molt més fàcil. El que potser es pot millorar és el sistema d'anuncis. És fàcil perdre's alguna xerrada. Per exemple, gairebé em perdo la del nostre compositor, el Bobby, perquè no s'anunciava enlloc, i la gent se la podia saltar si estava dinant o despistada. Aquest tipus d'avisos serien útils.

**[Pau] Finalment: com seria el congrés de videojocs dels teus somnis? Què no hi podria faltar?**

[Elena] Si poguéssim fer un esdeveniment més especialitzat, estaria molt bé. Per exemple, un dia dedicat a la música, un altre a l'art, i un altre a la documentació o narrativa. Això seria molt més eficient, perquè podries tenir justament el públic que vol venir aquell dia específic per preguntar i respondre sobre aquell tema.

#### 9.12.1.4. Entrevista a Andrés Sanjurjo de Xerme

- **Nom de la persona entrevistada:** Andrés Sanjurjo
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Xerme
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Com a desenvolupadors, què us ha motivat a participar en l'Indie Dev Day?**

[Andrés] La veritat és que estant a Galícia, en una cantonada del territori, pensàvem que era important anar a una fira per donar-nos a conèixer, i perquè la gent sabés que hi ha un estudi nou que fa un joc nou. I bàsicament, sobretot, per difusió i que la gent sabés que existim.

**[Pau] Llavors, durant aquests tres dies, quins diries que són els teus tres o quatre objectius principals? Ja sigui feedback, networking, com has dit, visibilitat... quins serien els teus objectius principals?**

[Andrés] D'una banda, hi ha les reunions B2B. No tenim un editor, i és una de les coses que també ens importa. D'altra banda, òbviament, que la gent jugui, que ens donin la retroalimentació, que ens posin a la seva wishlist a Steam. En resum, això és tot. I el finançament, però és com... demanar això és el que tothom està demanant.

**[Pau] I llavors, durant aquest dia que ja tenim, que és per a la tarda, quina és la resposta del públic objectiu que esteu rebent? Era la que esperàveu, o una molt diferent?**

[Andrés] En general, molt bé, la veritat. Sí que és cert que portem una demo llarga, però la gent juga molt de temps. Llavors, això és sempre un bon senyal.

**[Pau] I després, com qualificaríeu l'organització? Creieu que us sentiu recolzats per l'organització de l'Indie Dev Day? Us sentiu que aneu més pel vostre compte? Us donen ajudes?**

[Andrés] Per mi, sí que és cert que crec que és un esdeveniment una mica massa gran. Hi ha massa jocs, massa gent. És com difícil, igual, ser tan visible amb tota la informació que hi ha. Però, més enllà d'això, sembla que és un esdeveniment super important i imprescindible per ser vistos.

**[Pau] I a nivell d'Espanya o Catalunya, l'Indie Dev Day, diguem que seria la fira indie per excel·lència. Quina fira t'agradaria veure a Espanya o a Catalunya, diferent de l'Indie? Creus que es necessita alguna altra? O creus que això és correcte?**

[Andrés] En cas de fer alguna cosa diferent de l'Indie a Barcelona —que sento que hi ha molta indústria aquí— seria més interessant fer-ho en altres llocs. Faria alguna cosa que sigui una mica més selectiva, una mica...

#### 9.12.1.5. Entrevista Víctor Espín de Hell of an Office

- **Nom de la persona entrevistada:** Víctor Espín
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Hell of an Office
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Com a desenvolupadors, què us ha motivat a participar en l'Indie Dev Day?**

[Víctor] Realment va sortir com l'única iniciativa que hi havia en el seu moment, quan es feia el primer... bé, el segon any. Era a les Cotxeres, que era molt més petit i amb un ambient molt més indie. Però realment era l'únic que es feia a nivell d'estudis independents, amb l'objectiu de mostrar el teu treball i buscar potser un publisher o algú que hi inverteixi.

**[Pau] I quins són els vostres objectius en aquests tres dies? Els vostres objectius principals d'aquesta fira?**

[Víctor] En aquesta edició, que és la tercera a la qual portem Hell of an Office, el nostre joc, realment ens ha anat molt bé pel tema de promoció perquè el joc surt la setmana que ve, el 3 d'octubre. Estem aquí intentant aconseguir les últimes wishlist, ensenyar una mica el joc que ja està a punt de sortir i deixar enrere l'early access.

**[Pau] Quin tipus de resposta esteu rebent per part del vostre públic objectiu? És la que esperàveu o és diferent?**

[Víctor] Sí, la veritat és que molt positiva, perquè hem trobat molta gent que diu: "Ah, hòstia, per fi surt, ja el coneixia o ja l'he jugat." Fins i tot gent que diu: "Ja me l'he comprat i estava esperant que el traguéssiu ja en versió final." Aquesta part del públic el coneixia molt bé, i l'altra gent que no coneixia el joc ho veurem avui, perquè avui és dia de premsa i estudiants. Però demà la idea és que molta gent el descobreixi i digui: "Escolta, si t'interessa, surt ja."

**[Pau] I ara per últim, si t'haguessis d'imaginar la fira de videojocs dels teus somnis, en què participaries com a desenvolupador, què hauria de tenir? Què no podria faltar?**

[Víctor] A veure... jo el que veig en aquestes fires —i m'alegra molt que aquesta estigui creixent— és que, de la mateixa manera que en les fires d'abans, com el Barcelona Games World, quan la fira creix, també ho fa el públic, i al final les empreses grans s'ho acaben menjant. En un món ideal, aquesta fira seria només d'indis, i no hi hauria aquestes barreres econòmiques per participar. Perquè hi ha gent que ve aquí amb el seu projecte, que l'estan fent dues persones, i no es poden permetre pagar 300 euros per un estand. Però bé, això seria el món ideal.

**[Pau] I us sentiu recolzats per part de l'organització de l'Indie Dev Day, o us sentiu abandonats?**

[Víctor] No, realment sí. És un projecte molt gran i hi ha molta gent implicada. És un tema d'organització que evidentment costa, però és un espai que ens ha servit i sempre ens serveix. Al final, l'experiència que traiem de l'Indie Dev Day és positiva.

#### 9.12.1.6. Entrevista a Daniel Mañas de SleepWalker Games

- **Nom de la persona entrevistada:** Daniel Mañas
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** SleepWalker Games
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què us/t'ha motivat a participar en aquest esdeveniment com a expositor?**

[Daniel] Home, en el moment en què ens vam assabentar que podíem participar, vam sentir molta emoció. Vam dir: "Òstia, podem fer aquell pas de professionals sortint de nosaltres mateixos. No hem de recórrer a cap publisher, així que podem donar a conèixer qui som i què fem". Vam pensar que era una molt bona oportunitat i vam estar un mes mirant quan sortien les inscripcions, i quan vam poder, ens vam apuntar.

**[Pau] I durant aquests tres dies, quins són els vostres principals objectius? Networking, finançament? Què diríeu que és per a vosaltres?**

[Daniel] Wishlist i feedback. Sobretot feedback, perquè el nostre joc, en concret, té molta mobilitat i no és per a tots els públics, és de nínxol. Ens agradaria veure com fer-lo més accessible a la gent que no està tan acostumada i, per a aquells que sí que ho estan, com els podem fer el joc millor.

**[Pau] Quin tipus de resposta esteu rebent per part del públic? És la que esperàveu o no?**

[Daniel] No sé, tot el feedback que ens estan donant són coses que nosaltres també podem veure, però que no hem tingut temps d'arreglar. Les actituds són molt, molt positives envers el joc. Sol agradar bastant, i el que no agrada és el que ja ens esperàvem o entenem.

**[Pau] Com a desenvolupadors, quins aspectes d'aquesta fira milloraríeu per venir amb més ganes? Què milloraríeu de l'Indie Dev Day? Alguna cosa que heu notat?**

[Daniel] No sé, només portem aquí mig dia. Penso que potser s'ha deixat de banda alguns companys. Amb la compra de l'estand et donen accés a... et fan la pancarta aquesta de dos metres. Els has d'enviar el disseny i tal, però després et fan la pancarta ells. Alguns paquets s'han perdut, i han dit: "Bueno, espavileu-vos". El tema dels allargadors, no tota la gent ha pogut arribar bé al principi, i no han fet gaire per arreglar-ho.

**[Pau] Si vosaltres volguéssiu assistir a la fira dels vostres somnis, què hauria de tenir per dir: "Ostres, això sí que és una fira de videojocs"? Quina experiència creieu que tindria?**

[Daniel] El que sigui. Això de pensar... No sé, la fira dels meus somnis, per a mi, personalment, m'agrada moltíssim quan conec la gent.

Clar, això és una fira de jocs indie, llavors, la gràcia està que són emergents, poc coneguts, però el que més il·lusió em fa és veure jocs que ja conec. Per exemple, Neva, que és indie —ara han crescut de pressupost—, però m'encanta veure-ho allà.. O el CEO de Blasphemous també està per aquí, i ens ha fet molta il·lusió.

**[Pau] I quin tipus d'esdeveniment creus que li falta a Catalunya o a Espanya en relació amb els videojocs? Tenim la fira aquesta de jocs indie, però més enllà d'això, què veieu que faltaria? Quin tipus de fira?**

[Daniel] Home, jo penso que a Espanya li falta molta indústria triple A. No sé, veus el rànquing dels jocs més venuts a Espanya amb més còpies i... Triple A veus... El Blasphemous es podria considerar doble A. El Blasphemous 2 potser més a prop del triple A. Però no hi ha gairebé indústria gran aquí.

#### 9.12.1.7. Entrevista a Saverio Caporusso de Troglobytes Games

- **Nom de la persona entrevistada:** Saverio Caporusso
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Troglobytes Games
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Com a TrogloBytes Studio, què us ha motivat a participar en aquest esdeveniment?**

[Saverio] Hem vingut per buscar nous jocs interessants que puguem publicar. Estem buscant títols amb bones mecàniques, addictius, fluids... tot allò que enganxa. Hem vist alguns projectes prometedors. Ara toca parlar-ne amb calma, analitzar-los i provar-los bé. A més, hem vingut a mostrar la nova versió de Railguns, que ja havíem presentat l'any passat, juntament amb altres jocs que hem llançat i publicat en el darrer any.

**[Pau] I pel que fa al feedback que esteu rebent, està responent a les vostres expectatives?**

[Saverio] Sí, sembla que la reacció és força bona. La gent s'ho està passant bé jugant. Alguns ja l'havien provat l'any passat i ens han dit que el joc ha millorat, sens dubte. Tenim aquesta referència directa, i això és molt valuós.

**[Pau] Us heu marcat objectius clars per aquesta fira?**

[Saverio] Sí, principalment trobar jocs interessants que puguem publicar.

**[Pau] Heu pogut parlar o contactar amb algun estudi que us interessi?**

[Saverio] Sí, hem concertat diverses reunions a través de l'àrea Meet2Match. També estem parlant amb equips amb diferents nivells de pressupost, tant amb jocs acabats com amb altres encara en desenvolupament. I a banda, estem passejant pels estands per veure jocs que no s'han inscrit al Meet2Match, però que poden ser interessants igualment. Ho fem amb tranquil·litat.

**[Pau] De l'experiència que esteu tenint durant aquests tres dies, hi hauria alguna cosa que milloraríeu de l'organització de l'Indie Dev Day?**

[Saverio] No, en general tot bé. És un esdeveniment que està creixent. Ja comencem a veure delegacions internacionals. Crec que això és positiu.

**[Pau] T'agradaria veure algun altre tipus d'esdeveniment de videojocs a Espanya o Catalunya, diferent d'aquest dedicat al món indie?**

[Saverio] En principi no. Però sí que estaria bé que hi haguessin també esdeveniments que poguessin interessar a estudis AAA o més grans. Si això ajuda a moure la indústria, a generar ocupació, i a donar sortida als estudiants que volen començar la seva carrera, doncs benvingut sigui. Sempre que aquests esdeveniments no deixin de banda la part indie, és clar. No volem que l'indie hagi de buscar-se espais alternatius.

**[Pau] I finalment, si t'haguessis d'imaginar la teva fira de videojocs ideal, què hauria de tenir? Què no hi podria faltar?**

[Saverio] La veritat és que aquest esdeveniment ja està bastant bé. Però potser, com que hi ha molta gent i publishers que han vingut, estaria bé fer-lo encara més gran i ben organitzat. Crec que ja és l'esdeveniment indie més gran d'Europa. Però l'ideal

seria aconseguir encara més implicació, potser per part d'entitats locals o nacionals que ajudin a fer-lo créixer. I estaria molt bé que hi hagués una connexió amb la Gamescom o la Devcom. Són esdeveniments propers en el calendari i, qui sap, potser aquest podria esdevenir la Gamescom del sud d'Europa.

#### 9.12.1.8. Entrevista amb Gameloft Barcelona

- **Nom de la persona entrevistada:** Desenvolupadors Gameloft Barcelona
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Gameloft Barcelona
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

#### **[Pau] A Gameloft, què us ha motivat a participar en aquest esdeveniment de l'Indie Dev Day?**

[Gameloft 1] Bé, volíem donar suport a la indústria catalana, a la indústria local i, especialment, a la indústria independent. Nosaltres, al cap i a la fi, som una multinacional, una empresa gran, i està bé poder compartir recursos amb una escena una mica més petita, amb gent que tot just comença. A Barcelona, el que ens agrada és que hi ha una estratificació dins del sector: estudis molt petits, estudis molt grans, i tothom està connectat d'alguna manera. Hi ha molt moviment de professionals que passen de grans empreses a estudis independents i viceversa. Per això tothom ha d'estar implicat, i les grans empreses hem de fer la nostra part. Patrocinem l'Indie Dev Day amb aquest esperit.

#### **[Pau] I us heu marcat alguns objectius concrets per a aquests tres dies?**

[Gameloft 2] Jo no estic tan al cas del detall, però sí que crec que hi ha objectius de visibilitat, de connectar amb gent. També hi participem com a empresa perquè hi ha

molts estudiants que vénen per contactar amb nosaltres. Volem que coneguin Gameloft, que vegin que és una opció real dins la indústria quan acabin els estudis.

[Gameloft 1] Sí, participem també a la Job Fair per buscar talent nou.

**[Pau] I la resposta que esteu rebent del públic, és la que us esperàveu?**

[Gameloft 1] Jo porto venint dos o tres dies i el joc està rebent molt bones opinions. A la gent li està agradant i és una mica el que ens esperàvem.

[Gameloft 2] Des del meu punt de vista, considero que el joc està molt bé —jo hi dedico moltes hores— i estic veient que la gent opina com jo, i això és justament el que buscàvem.

**[Pau] Quin altre tipus d'esdeveniment de videojocs us agradaria veure a Barcelona o a Espanya, diferent del que ofereix aquest Indie Dev Day?**

[Gameloft 1] A mi m'agradaria veure alguna cosa més social, que posés en contacte el públic amb l'impacte social dels videojocs. Temes com les mecàniques de monetització, l'impacte en la infància, o la relació del videojoc amb altres àmbits de l'entreteniment digital com les xarxes socials. També qüestions de diversitat. M'agradaria un esdeveniment així, amb un enfocament més social, i potser impulsat pel sector públic.

[Gameloft 2] Jo, personalment, no tinc cap preferència especial. Amb el que hi ha ara, ja estic content.

**[Pau] I finalment, si us haguéssiu d'imaginar la vostra fira de videojocs ideal, què hauria de tenir? Què no hi podria faltar?**

[Gameloft 1] Jo crec que el que ha comentat ell és molt important: el networking. És clau dins la indústria dels videojocs, i penso que això hauria de ser un element central. No se m'acudeix res més ara mateix.

#### 9.12.1.9. Entrevista a Carlos Arnau i Fernando Almendro de Gameloft Barcelona

- **Nom de la persona entrevistada:** Carlos Arnau i Fernando Almendro
- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** Gameloft Barcelona
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024

- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Primer de tot, què us ha motivat a venir a l'Indie Dev Day?**

[Carlos] Una mica provar jocs nous i també veure projectes de gent coneguda, per exemple companys de la universitat. I evidentment, també per saludar la gent i passar uns bons dies per aquí.

[Fernando] Sí, sí, el mateix. Hi ha jocs molt interessants que, fora d'aquí, segurament no es coneixerien. Així que és una bona oportunitat per descobrir coses noves i divertides.

**[Pau] I quines eren les vostres expectatives abans de venir? S'han complert?**

[Carlos] Sí, vam venir l'any passat i enguany tinc la sensació que hi ha més coses i que l'esdeveniment és més gran. També hi ha més gent, així que sembla que s'està fent bé. De moment no hem jugat gaire jocs, però el que hem provat està força interessant.

[Fernando] Jo no vaig venir l'any passat, però m'esperava menys gent pel que m'havien explicat. I la veritat és que molt bé, està per sobre del que esperava.

**[Pau] Heu assistit a esdeveniments similars? Com els comparàrieu?**

[Carlos] Sí, per exemple el SAGA, el Saló del Gaming en Català. L'any passat el van fer, però aquest any no sé si l'han tornat a organitzar. També l'Indie Dev Day de l'any passat. Crec que comparat amb aquell, aquest any està millor. El SAGA és més petit, perquè és més específic per a videojocs en català, i això és comprensible.

[Fernando] Jo crec que estan bastant a la par, però sí que a nivell d'organització l'Indie Dev Day està millor. Més complet, més estands, més gent i també més dinàmic.

**[Pau] Creieu que aquest tipus d'esdeveniments us aporta alguna cosa nova o valuosa com a futurs desenvolupadors?**

[Carlos] Sí, clar. Nosaltres dos estem més enfocats al disseny, i veure tants tipus de jocs diferents ens ajuda molt. Sobretot veure com han estat dissenyats o enfocats t'ajuda a agafar idees i a aprendre noves maneres de fer.

[Fernando] Exacte, et fa veure que ja hi ha moltes coses inventades, però també et sorprèn amb idees que no se t'haurien acudit. Aquí hi ha molta varietat i sempre aprens alguna cosa nova.

**[Pau] Heu pogut interactuar amb altres desenvolupadors?**

[Carlos] Sí, crec que és bastant fàcil. És accessible. Els estands estan ben distribuïts i la gent és molt oberta.

[Fernando] Si vols parlar amb algú, sempre hi ha algú disposat a començar conversa. Molta gent molt amable.

**[Pau] Quin altre tipus d'esdeveniment de videojocs us agradaria veure a Barcelona o a Espanya, diferent d'un com aquest, centrat en jocs indie?**

[Carlos] Un d'enfocat a jocs més grans, més triple A. Abans hi havia el Barcelona Games World, i m'agradaria que tornés, amb empreses més grans i títols més coneguts. Estaria bé tenir un esdeveniment amb un mix, amb indie i amb triple A.

[Fernando] I potser més competicions també. Una mica com feien al Grand Fan Festival, amb tornejos de LOL i escenaris dedicats a dins del recinte.

**[Pau] I per acabar, si us haguéssiu d'imaginar la vostra fira ideal de videojocs, què hauria de tenir?**

[Fernando] Una mica de tot: competicions, sortejos, zona de proves de videojocs, i activitats dins del mateix esdeveniment. Com deia, al Grand Fan Festival feien competicions de LOL amb públic, i això és molt atractiu.

[Carlos] Sí, un mix de coses dona més varietat i obre l'experiència a més tipus de públic. Aconsegueixes atraure més gent amb més propostes diferents.

**9.12.1.10. Entrevista a Fernando Rodríguez de One BTN Bosses**

- **Nom de la persona entrevistada:** Fernando Rodríguez

- **Càrrec / Rol:** Desenvolupador / Expositor
- **Entitat / Organització:** One BTN Bosses
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què t'ha motivat a participar avui a l'Indie Dev Day?**

[Fernando] Sobretot conèixer gent, ensenyar el nostre joc a tothom i veure com reacciona la gent, si els agrada.

**[Pau] Us heu marcat objectius clars per a aquests tres dies?**

[Fernando] Sí, l'objectiu era ensenyar el joc al màxim de gent possible i obtenir feedback.

**[Pau] I la resposta que esteu rebent del vostre públic objectiu és la que esperàveu o és totalment diferent?**

[Fernando] Sí, és la que esperàvem. Ens pensàvem que agradaria a un públic força ampli, perquè és un joc que s'ensenyava molt bé en aquest tipus de fires i esdeveniments.

**[Pau] Heu pogut fer contactes interessants amb algun publisher o altres desenvolupadors?**

[Fernando] Sí. Pel que fa a publishers, ja en teníem abans, així que no era el nostre objectiu principal. Però sempre acabes coneixent més desenvolupadors i altres projectes, i això sempre és positiu.

**[Pau] En relació amb l'organització de l'Indie Dev Day, us heu sentit recolzats o heu anat més pel vostre compte?**

[Fernando] No, els organitzadors de l'Indie Dev Day són increïbles. L'organització està sent genial, molt atents i propers. No tenim res a dir en negatiu, tot el contrari: són fantàstics.

**[Pau] Creus que aquest tipus d'esdeveniments són importants per al creixement de la indústria a Barcelona?**

[Fernando] Sí, és clar. No només a Barcelona, sinó també a nivell nacional. Em sembla molt important tenir esdeveniments on vingui tanta gent de tot arreu d'Espanya, i també gent de fora que pugui veure què es fa aquí.

**[Pau] T'agradaria veure altres tipus d'esdeveniments relacionats amb videojocs, diferents d'aquest enfocats a jocs indie?**

[Fernando] Bé, crec que per sort cada cop estem tenint més varietat d'esdeveniments. Per exemple, el Guadalindie està molt bé, té un enfocament més orientat a les xerrades. També hi ha hagut un esdeveniment a Madrid recentment, una mica més petit. Per equips petits també és interessant, no tan gran com aquest, però igualment valuós. Crec que estem en bon camí, però sempre es pot seguir millorant.

**[Pau] I per acabar, si t'haguessis d'imaginar la teva fira de videojocs ideal, què hauria de tenir o què no hi podria faltar?**

[Fernando] Crec que seria bastant similar a aquesta, també pel que fa a la mida. M'agradaria que tingués una secció de xerrades amb gent rellevant, reconeguda a nivell nacional i internacional. Em sembla una part molt important per als desenvolupadors, per aprendre i créixer.

## 9.12.2. Públic assistent

### 9.12.2.1. Entrevista a Carla Martínez i Laura Serra

- **Nom de la persona entrevistada:** Carla Martínez i Laura Serra
- **Càrrec / Rol:** Públic

- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què us ha motivat a venir a l'Indie Dev Day? Per què heu vingut?**

[Carla] A mi m'agrada molt tot el tema dels jocs indie, és el que més em mou. Em vaig assabentar de l'esdeveniment per ella, que també és desenvolupadora, està en procés. Em va fer molta il·lusió, i per això vaig venir.

[Laura] Sí, ella m'ho va comentar i em va engrescar. A més, m'interessa el sector.

**[Pau] I quines eren les vostres expectatives? És el que us esperàveu o ha estat diferent?**

[Carla] Jo no hi havia vingut mai, així que tot és nou per a mi. Al final no tenia unes expectatives molt concretes, però m'ha agradat molt.

[Laura] Jo he notat que enguany està una mica pitjor organitzat que l'any passat, sobretot pel tema de l'entrada.

**[Pau] A què et refereixes?**

[Laura] Doncs que l'any passat els estudiants teníem un passí especial i podíem entrar directament, sense fer cua. També els professionals. Ara hem de fer tota la cua amb tothom, i és desesperant.

**[Pau] I fins ara, què és el que més us ha agradat?**

[Carla] No portem gaire estona, jo fa una hora que hi soc. Però m'ha agradat molt poder provar els jocs. A mi m'agrada jugar, i com que són jocs nous, és una experiència nova. És una cosa que potser no havia fet mai.

**[Pau] I si us haguéssiu d'imaginar la vostra fira ideal de videojocs, què hauria de tenir?**

[Laura] Una sala de conferències separada. Ara mateix no se sent res quan estàs dins.

[Carla] Jo no ho sé, la veritat és que mai m'ho havia plantejat. Potser barrejar videojocs amb música, amb menjar, amb alguna altra cosa. Seria xulo.

#### 9.12.2.2. Entrevista a Xavier Prats i Arnau González

- **Nom de la persona entrevistada:** Xavier Prats i Arnau González
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

#### **[Pau] Què us ha motivat a venir a l'Indie Dev Day, principalment?**

[Xavi] Un professor que tenim que es diu Dani Hurtado. Com que porto dos anys venint, aquest és el tercer, vaig tenir una experiència molt xula i he volgut repetir. A més, venir amb amics i passar-ho bé sempre suma.

[Arnau] Jo bàsicament també. El Dani Hurtado i la universitat ens van enviar correus i et motiven molt a venir perquè ets estudiant i és una fira important. A més, a Twitter la comunitat en parla molt bé, diuen que és genial i que és un lloc molt bo per passar uns dies i conèixer gent i jocs. També molts creadors de contingut i youtubers la promocionen, i això ajuda molt que la gent s'animi.

#### **[Pau] I aquesta motivació, en què es concreta? Quins serien els vostres objectius principals aquests dies a l'Indie Dev Day?**

[Xavi] El primer dia va ser el Talent Dev Day, que consisteix en fer entrevistes ràpides amb professionals de la indústria. Després, vinc per veure com està el panorama de la indústria catalana i espanyola de videojocs i per fer networking, presentar-me i introduir-me com a futur treballador del sector.

[Arnau] Bàsicament, vaig aprofitar l'oportunitat del Talent Dev Day per donar-me a conèixer, entregar algun currículum a empreses que m'interessessin. I per la part més

de la fira normal, gaudir de l'ambient, provar molts jocs, posar-ne uns quants a la wishlist, fer networking i passar-ho bé amb els amics.

**[Pau] En aquesta fira, diríeu que heu tingut l'oportunitat d'interactuar amb desenvolupadors o ho veieu més distant?**

[Xavi] No diria que sigui distant. No hem tingut molt temps perquè hem fet el Talent Dev Day, però hem pogut provar alguns jocs, donar opinions. I fer contactes és bastant senzill, la gent és molt oberta i amb ganes de parlar.

[Arnau] Sí, jo només he vingut avui, però l'any passat vaig estar-hi els tres dies, i molts desenvolupadors em demanaven feedback. Jo encantat de donar-lo, agraïen moltíssim que juguéssim als seus jocs.

**[Pau] Quin tipus d'altres esdeveniments de videojocs us agradaria veure que no existeixen o que ara mateix no podeu gaudir?**

[Xavi] Doncs recordo amb molt bon record el Barcelona Games World, vaig anar a la primera edició i em va agradar molt. Després va canviar a Nice One Barcelona, però només va durar un any i després va venir la pandèmia. Era una fira molt completa, no només per indies sinó també amb grans empreses. Estava molt bé per compartir aficions i gaudir dels videojocs des de la vessant lúdica.

[Arnau] Opino igual. El Barcelona Games World era molt complet i m'ho vaig passar molt bé. M'agradaria veure alguna cosa semblant de nou.

**[Pau] I per últim, si us haguéssiu d'imaginar la vostra fira de videojocs ideal, què hauria de tenir? Què no hi podria faltar?**

[Xavi] Doncs hauria de tenir una varietat d'empreses de diferents països i locals. També estands d'universitats, perquè molta gent ve buscant informació sobre estudis. També empreses grans que inspirin les més petites, i que estiguin obertes a parlar. El Talent Dev Day m'ha agradat molt per això. I restaurants o espais de menjar, per no haver d'anar lluny. També zones de retro per comprar jocs antics i frikades.

[Arnau] Jo proposaria xerrades no només per a desenvolupadors, sinó també per al públic gamer. Xerrades sobre jocs d'actualitat, explicant com es van fer o el seu

desenvolupament, com una mena de GDC però més general. També concursos relacionats amb jocs populars del moment. I anant encara més lluny, estaria genial tenir una conferència com un PlayStation Showcase o un Nintendo Direct presencial on pugui assistir-hi el públic català. Seria brutal.

#### 9.12.2.3. Entrevista a Hugo Castaño

- **Nom de la persona entrevistada:** Hugo Castaño
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Divendres 27 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day com a visitant?**

[Hugo] Com a estudiant i futur professional, estava interessat pel tema.

**[Pau] Quines eren les teves expectatives abans d'assistir-hi?**

[Hugo] Molta gent i molta passió pels videojocs fets per grups petits.

**[Pau] Has assistit a algun esdeveniment semblant a aquest?**

[Hugo] Sí, fa tres anys que estic venint a l'Indie Dev Day.

**[Pau] Hi ha algun de similar?**

[Hugo] No, de similar no.

**[Pau] Fins ara, en el temps que portes avui, què és el que més t'ha agradat?**

[Hugo] Alguns jocs fets per gent que té una altra feina, que no es dedica als videojocs, però que en el seu temps lliure es dedica a fer-ne.

**[Pau] Creus que aquest esdeveniment t'ha aportat alguna cosa nova o valuosa per a la teva experiència com a desenvolupador?**

[Hugo] Sí, perquè pots parlar amb la gent i t'expliquen com van començar i et donen consells sobre la indústria, sobre què fer...

**[Pau] Has pogut interactuar amb algun desenvolupador amb qui volies parlar?**

[Hugo] Sí, he tingut l'oportunitat de parlar amb un parell.

**[Pau] I era el que t'esperaves? Tant la resposta com el tracte?**

[Hugo] Sí, bastant.

**[Pau] Has pogut treure alguna conclusió de les converses que has tingut?**

[Hugo] Alguna n'he tret. Bones o dolentes ja és una altra cosa.

**[Pau] I pel que fa a aquesta edició, què milloraries? Què trobes a faltar a l'Indie Dev Day?**

[Hugo] Uf... què milloraria o què trobo a faltar? Que les conferències també les poguessin donar les persones que estan exposant els seus videojocs.

**[Pau] I en la fira de videojocs dels teus somnis, què no hi podria faltar? Quina experiència, activitat o característica hauria de tenir sí o sí?**

[Hugo] Estudis grans, més o menys grans, que haguessin començat com a indies i que vinguessin a parlar de la seva experiència.

#### 9.12.2.4. Entrevista a Ton Casals

- **Nom de la persona entrevistada:** Ton Casals
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial

- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day avui?**

[Ton] Primer, perquè m'agraden els videojocs en general, és el que estic estudiant. I també per venir amb amics i pel tema del marxandatge... com no!

**[Pau] Quines són les teves expectatives? És el que esperaves abans de venir a l'esdeveniment, o hi ha alguna cosa que t'ha sorprès?**

[Ton] Sincerament, jo m'esperava menys del que m'he trobat. Venia amb unes expectatives més baixes perquè l'any passat vaig venir i vaig notar que hi havia menys ambient, i els jocs que hi havia no tenien tanta qualitat. Aquest any, tot i ser estudis indie, tenen un nivell molt més alt del que m'esperava. Sí, positivament sorprès.

**[Pau] Havies assistit a algun esdeveniment similar anteriorment?**

[Ton] Sí, aquest és el segon cop que vinc a l'Indie Dev Day. També havia anat un parell o tres de vegades al Barcelona Games World, que va ser un fracàs. I com els compararia? Doncs molt millor l'Indie Dev Day. És molt més de proximitat, s'hi està molt millor, hi ha gent que parla català, d'altres en castellà, però tot és més proper. Allà estava tot molt massificat, semblava que només hi anaves a comprar coses. Semblava el Saló del Manga. Aquest està molt millor.

**[Pau] Creus que aquest tipus d'esdeveniments t'aporten alguna cosa nova o valuosa a la teva experiència amb els videojocs?**

[Ton] Jo crec que aquests esdeveniments em donen esperança. Sí, esperança pel futur dels videojocs. Cada any veig que hi ha coses millors, cada any trobo més gent que s'ho pren seriosament. També he de dir que el primer any et sents una mica "pringat", vas allà i no saps gaire què dir. Però aquest segon cop que vinc, dic que soc estudiant, dono la meva opinió sobre els jocs i em pregunten més coses, em demanen què en penso. I això dona esperança de trobar-hi un lloc, saps?

**[Pau] Del que portes vist a l'Indie Dev Day, milloraries alguna cosa?**

[Ton] No, de moment m'està encantant. De fet, ho mantindria així. No tocaria gaire res. Cap queixa.

**[Pau] Com t'has assabentat d'aquest esdeveniment?**

[Ton] Ja el coneixia, però l'any passat vaig buscar si es tornava a fer, i em va sortir que sí. I també un amic meu que es diu Pau, no tu, un altre, em va dir que existia l'Indie Dev Day i em va preguntar si volia venir, i li vaig dir que sí.

**[Pau] Quin altre tipus d'esdeveniments de videojocs t'agradaria veure o assistir-hi?**

[Ton] A veure, m'agradaria anar a esdeveniments d'eSports. Se'n fan, però no hi vaig gaire perquè no els dono tanta importància. Jo trobo que aquests són els més importants, els que exposen jocs poc coneguts, on pots parlar amb gent que té els mateixos interessos i pots anar-hi amb amics i passar-ho bé. Aquests són els millors. Però sí, algun dia també aniria a un d'eSports, segur.

**[Pau] I per últim, si t'haguessis d'imaginar la teva fira de videojocs ideal, què hauria de tenir? Què no podria faltar-hi? O amb què la barrejaries?**

[Ton] La meva fira de videojocs ideal? És que aquesta m'agrada molt, de veritat. No sé què afegiria. Ara em poses en una situació molt estranya... Jo crec que si es fes més gran, passaria com amb el Video Games Barcelona: s'acabaria massificant. Si comences a convidar empreses grans com Ubisoft i altres que no siguin indie, s'acabaria convertint en una altra cosa. Jo crec que aquesta fira és la millor. Sembla que m'hagin pagat per dir-ho, però no! Merci!

#### 9.12.2.5. Entrevista a Ariadna Sevcick

- **Nom de la persona entrevistada:** Ariadna Sevcick
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

#### **[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day?**

[Ariadna] Bé, primer, igual que l'any passat, veure quins jocs nous i interessants hi ha que puguin agradar per jugar després. I, a part d'això, havia d'estar a l'estand.

#### **[Pau] Quines eren les teves expectatives abans de venir, i després del que has vist, ha estat el que esperaves?**

[Ariadna] No ho sé... Les meves expectatives eren trobar molts jocs indie. I he trobat molts jocs indie, així que sí.

#### **[Pau] Havies estat alguna vegada en un esdeveniment d'aquest estil que no fos l'Indie Dev Day?**

[Ariadna] He anat al SAGA.

#### **[Pau] I quina és la diferència principal que has vist entre un i l'altre? O similituds?**

[Ariadna] El SAGA era molt més petit. Ara mateix tinc el cap una mica embolicat i estic confonent records entre els dos, així que no sé ben bé quin és quin.

#### **[Pau] Quin tipus d'esdeveniment de videojocs t'agradaria que existís que no fos com l'Indie Dev Day, que està dedicat als jocs indie? Per exemple, a Colònia hi ha la Gamescom, que és molt gran. T'agradaria veure'n algun com aquest, o més centrat en desenvolupadors i conferències?**

[Ariadna] Els dos exemples que has dit m'interessen, la veritat, per motius totalment diferents. Un per ser el gran esdeveniment de videojocs, i l'altre per ser més de conferències, perquè al final també vull avançar personalment.

**[Pau] Si t'haguessis d'imaginar la teva fira de videojocs ideal, què hauria de tenir? Hi ha alguna cosa que no podria faltar?**

[Ariadna] Doncs, no sé... alguna cosa molt bàsica, com estands de diferents videojocs. Però no sé dir-te cap característica específica que faltaria a l'Indie Dev Day... La veritat és que ara mateix no se m'acut res.

#### 9.12.2.6. Entrevista a Íngrid Lara

- **Nom de la persona entrevistada:** Íngrid Lara
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day?**

[Ingrid] Els meus amics, perquè m'han dit que hi havia jocs molt xulos i doncs he vingut aquí a veure'ls.

**[Pau] Abans de venir, quines eren les teves expectatives? Era el que t'esperaves?**

[Ingrid] No sabia que existia això. L'escola era gran i molt xulo. M'ha agradat molt. Volem tornar més anys.

**[Pau] Havies assistit a algun esdeveniment similar abans?**

[Ingrid] No, no. És el primer cop.

**[Pau] Fins ara, què és el que més t'ha agradat o què t'ha cridat més l'atenció?**

[Ingrid] M'han agradat molt els estands que venen merchandising de propis artistes, veure els diferents arts... M'he comprat uns pins i tot.

**[Pau] Ho veus bé que es relacionin els videojocs amb això?**

[Ingrid] Sí, perquè al final és art. És l'art del videojoc, i llavors també ho plasmen allà i ho venen.

**[Pau] Has pogut interactuar amb algun dels creadors dels jocs?**

[Ingrid] Sí, he parlat amb una mica de gent. Hi havia un videojoc per allà que el propi home havia fet les figures tot amb plastilina i ens ha explicat una mica com ho havia fet, i això m'ha encantat. Ha estat fàcil, molt bon rotllo.

**[Pau] Hi ha alguna cosa que milloraries o canviaries del que has vist?**

[Ingrid] Sincerament, que posin més taules per seure a dinar, perquè ens hem hagut d'asseure gairebé a terra.

**[Pau] I per últim, si t'haguessis d'imaginar la teva fira de videojocs ideal o dels teus somnis, què t'agradaria que tingués? Alguna cosa que et vingui al cap?**

[Ingrid] Per exemple, el menjar que comentàvem, potser més entrepans o més opcions per menjar. Música en directe, no sé, o alguna cosa relacionada. També m'agrada molt que als estands et donin targetetes o cosetes dels jocs, com adhesius i coses així. M'encanta. Jugo aquests jocs per tenir aquestes cosetes, és com un premi, saps?

#### 9.12.2.7. Entrevista a Martí Mach

- **Nom de la persona entrevistada:** Martí Mach
- **Càrrec / Rol:** Públic
- **Esdeveniment:** Indie Dev Day 2024
- **Data de l'entrevista:** Diumenge 29 de setembre de 2024
- **Lloc de l'entrevista:** La Farga, L'Hospitalet de Llobregat (Indie Dev Day)
- **Format:** Entrevista presencial
- **Realitzada per:** Pau Argiz

**[Pau] Què t'ha motivat a venir a l'Indie Dev Day?**

[Martí] Doncs res, dos amics em van dir de venir. Ja tenia ganes d'anar-hi perquè els amics que hi van anar l'any passat em van dir que els havia agradat molt. Em van dir: "Vine el diumenge, que encara queden entrades."

**[Pau] I quines eren les teves expectatives abans de venir? Era el que t'esperaves o ha estat diferent?**

[Martí] Sí, més o menys era això: venir, mirar jocs... És divertit.

**[Pau] Fins ara, què és el que més t'ha agradat? Què és el que més t'ha cridat l'atenció de la fira?**

[Martí] Hi havia una paradeta que tenia un art guapíssim, era com fet a llapis, amb un to antic, molt maco.

**[Pau] Havies assistit alguna vegada a un esdeveniment similar a aquest o és el primer cop?**

[Martí] Només havia anat al Saló del Manga, però no és el mateix.

**[Pau] Dels jocs que has pogut provar, has tingut l'oportunitat de parlar amb els seus creadors o desenvolupadors?**

[Martí] Bé, depèn de la parada. Hi ha alguns que són més oberts, et fan preguntes, i d'altres que estan més observant què fas, sense parlar gaire amb tu. Sembla que els interessa més veure com reaccions que no pas el teu feedback.

**[Pau] Hi ha alguna cosa que milloraries o canviaries del que has vist fins ara de la fira?**

[Martí] No ho sé... Crec que no. Tot bé.

---

**[Pau] Quin altre tipus d'esdeveniments relacionats amb el videojoc t'agradaria visitar? Aquesta és una fira centrada en videojocs indie. Hi ha algun altre tipus de fira o congrés de videojocs que t'agradaria veure, com ara la Gamescom o la Devcom?**

[Martí] Sí, realment sí. No estic gaire informat de quines hi ha, però m'agradaria anar a més convencions i fires relacionades amb videojocs.

**[Pau] Si haguessis d'imaginar la teva fira ideal de videojocs, què hauria de tenir? Què no podria faltar-hi? Pot ser alguna cosa relacionada amb videojocs o alguna cosa afegida, el que et vingui primer al cap.**

[Martí] Crec que estaria molt bé que hi hagués alguna competició oficial dels jocs que hi ha aquí. Sí que hi ha algunes paradetes que tenen com una petita competició, però molaria que fos una cosa més organitzada, més gran, amb més espectadors i tot.