



NOTA DE PRENSA [09.03.2015]

ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO Y DE CALIDAD FERIAL

El Mercat de Música Viva de Vic incrementa un 25% su impacto en la industria musical

- **La 25ª edición del Mercat generó 3,2 millones de euros**
- **El estudio, firmado por la UOC, certifica un espectacular aumento de la compra de servicios para la industria musical auxiliar**
- **El MMVV - MVLab se confirma como un espacio de creación de riqueza, innovación e internalización para el sector**

Vic, 9 de marzo de 2015.- El **Mercat de Música Viva de Vic - MVLab** se confirma como centro de la industria musical catalana y plataforma para su cohesión. Así lo certifican los buenos resultados del estudio llevado a cabo por la **Universitat Oberta de Catalunya** sobre la incidencia económica de las ediciones de 2013 y 2014. A pesar de la coyuntura económica del país, la edición del 25 aniversario (2013) generó un impacto de **3.258.208€**, 658.208 más que el año anterior. Este nuevo estudio certifica una remontada de los resultados respecto 2011 y 2012 que puede ser el inicio de un cambio de tendencia.

El cálculo de impacto económico y el estudio de calidad, dirigidos por la profesora de la UOC Soledad Morales, se han basado en los datos recogidos en las encuestas realizadas a los profesionales acreditados en el Mercat. Los resultados se miden en términos de aportación al volumen de negocio real que generó la edición de 2013 en la industria musical y con indicadores de calidad con respecto al 2014.

La compra de servicios para la industria musical auxiliar se cuadruplica

El análisis del volumen de negocio también demuestra una modificación importante en su estructura. De esta cifra, un 87% se alcanza con la **contratación de música (2.842.320€)** y el 13% restante con la **compra de servicios para la industria musical** (plataformas de distribución, distribuidoras independientes de géneros específicos, plataformas de música en streaming o creadores de apps para la gestión de conciertos y festivales, entre otros).



La contratación - con un gasto medio por entidad de 12.642€ - es un dato sensiblemente superior al año anterior, pero el aumento más significativo se experimenta en la compra de servicios a otros proveedores del sector, que ha pasado de 98.000€ en 2012 a 415.888€ en 2013. Esta cifra supone un 45% del volumen de venta anual de estos proveedores.

Con estos buenos resultados económicos, el MMVV-MVLab logra dos de sus objetivos estratégicos: crear una amplia riqueza sectorial y proyectar la innovación y el conocimiento que se genera en la industria musical.

Polo de negocio e internacionalización de la música catalana

Los datos que arroja el estudio permiten afirmar que el MMVV-MVLab consolida su capacidad de generar riqueza e internacionalización en el sector. Aumentan el número de organizaciones inscritas en la edición de 2014 (**367 entidades** respecto a las 328 de la edición de 2013 y las 292 de 2012) así como su capacidad de compra (su presupuesto de contratación pasa de los 20.000.000€ a casi **30.000.000€** a la edición de 2014). Además de este incremento, es destacable la fortaleza de la contratación de las entidades privadas en general, y de las extranjeras en particular, potenciando la capacidad internacionalizadora del MMVV-MVLab.

340 contratos en la compra de música y 188 en la compra de servicios para la industria suman un total de **528 contratos** a la edición de 2013. La tendencia ha sido la de contratar menos grupos pero más actuaciones, lo que incrementa el gasto por contrato respecto al año anterior. En términos generales, pues, este evento genera un volumen de negocio de **6.165€** por contrato, media superior a la del año pasado (4669€).

Cataluña es el territorio donde más conciertos se representan (casi 4 de cada 10 entidades vendedoras realizan más de 6 conciertos en territorio catalán). La internacionalización, sin embargo, es también un hecho relevante de la contratación: más de la mitad de las entidades vendedoras indicaron que han realizado actuaciones en el extranjero, una tendencia similar a la que se observa respecto a las actuaciones en el estado Español.



**Mercat de Música
Viva de Vic**

Plataforma multiplicadora del capital social y la cohesión sectorial

'Contactar y relacionarse con otros profesionales del sector' es el principal motivo para participar en la pasada edición del MMVV-MVLab, según el 85,8% de las entidades consultadas. **'Ponerse al día en tendencias y poder innovar'** se encuentra en segundo lugar y ha experimentado un importante incremento respecto a años anteriores (de ahí que se encontraba en el noveno lugar en la edición de 2013), consolidando el MMVV-MVLab como un espacio de innovación y creación de conocimiento ahora ya valorado también por los profesionales que asisten. El MMVV-MVLab ha convertido en una cita obligada para un elevado porcentaje de profesionales, que ven aumentar de manera significativa su capital social, su agenda de contactos y en consecuencia sus posibilidades de internacionalización.

La valoración global del MMVV-MVLab 2014 es bastante positiva, logrando un **7,5 de media global**. La valoración de la mayoría de los servicios del MMVV ha mejorado respecto las pasadas ediciones, lo que demuestra que la calidad del Mercat va en incremento. La proyección internacional, la idoneidad de las propuestas musicales y los stands son los aspectos que mejor progresión han tenido respecto del año pasado. Un 65,7% de de las entidades consultadas consideran haber alcanzado las expectativas creadas a priori en cuanto a establecimiento de contactos interesantes.

El Mercat de Música Viva de Vic ha encargado a la agencia **COMEDIA. Comunicación & media** el servicio de prensa de su 27ª edición. Os rogamos que os pongáis en contacto con Marc Gallo o Ana Sánchez para solicitar más información.

Puede descargar el estudio completo en la sala de prensa del MMVV:

<http://premsa.mmvv.cat/>

Servicio de prensa

27è Mercat de Música Viva de Vic

[Del 17 al 20 de septiembre de 2015]

Marc Gall / Ana Sánchez

T. [00 34] 933 10 60 44 · 932 95 56 34

M. [00 34] 638 01 45 45

asanchez@comedianet.com