

# Identitat i posicionament de Barcelona

UN RELAT CORAL

**Identidad y posicionamiento  
de Barcelona**

UN RELATO CORAL

**Identity and positioning  
of Barcelona**

A COLLABORATIVE STORYTELLING

4

**Les ciutats i el seu relat**

Las ciudades y su relato  
Cities and their storytelling

6

**Barcelona *brand book***

Barcelona *brand book*  
Barcelona brand book

8

**La cocreació del relat**

La cocreación del relato  
Co-creating the storytelling

---

24

***Insights***

*Insights*  
Insights

---

42

**Noves necessitats,  
noves ciutats**

Nuevas necesidades, nuevas ciudades  
New needs, new cities

46

**Propòsit**

Propósito  
Purpose

54

**Pilars**

Pilares  
Pillars

104

**Personalitat**

Personalidad  
Personality

---

122

**10 idees clau sobre Barcelona**

10 ideas clave sobre Barcelona  
10 key ideas about Barcelona

# Les ciutats i el seu relat

**CAT** Les ciutats són el bressol de la nostra civilització, de la cultura i de la democràcia. Avui també són motors econòmics de primer ordre en un món globalitzat. Generació rere generació, les ciutats creixen, evolucionen i es transformen, emanant vida i prosperitat de manera contínua.

En el context actual, les ciutats competeixen per atreure visitants, empreses, congressos, seus, esdeveniments, inversions, talent, etc. i així dinamitzar la seva economia i millorar la qualitat de vida dels seus habitants. Per a això han de fer valer allò que les caracteritza i que poden oferir al món d'una manera única.

Algunes ciutats són admirades universalment, atreuen inversions i visitants d'alt valor, capten i retenen talent de primer ordre, i generen en els seus ciutadans i ciutadanes un sa orgull de pertinença. Fins fa poc, només les grans capitals podien ser part d'aquest selecte grup de ciutats. Tanmateix, gràcies als canvis tecnològics i a les noves tendències socials i econòmiques avui és possible que ciutats amb una dimensió més humana, però amb grans capacitats, puguin destacar cooperant i fent xarxa amb altres ciutats globals i alhora competir de tu a tu amb les grans capitals.

Barcelona té moltes de les condicions necessàries i aspira a convertir-se en un referent d'aquesta nova generació de ciutats globals d'alta projecció.

Feta a si mateixa i reconeguda internacionalment, Barcelona és una ciutat capaç de reconvertir-se davant de cada repte i és un model de transformació urbana que han emulat moltes ciutats. No obstant, el seu relat havia quedat en certa manera ancorat i la seva projecció ha estat sovint parcial, més lligada al seu atractiu turístic que a les seves altres fortalezes, que són moltes.

Barcelona posseeix una combinació d'atributs que la fan única i la converteixen en una ciutat atractiva, no solament per viure i visitar, sinó també per treballar, aprendre, invertir o emprendre. Tot i això, en un context canviant i complex que planteja nombrosos reptes i on altres ciutats —emergents i establertes— fan valer molt bé les seves capacitats i projectes, Barcelona ha d'afermar les fites assolides reivindicant els nous actius rellevants que la ciutat té. I fer-ho amb visió de futur.

Per això era necessari actualitzar el relat de la ciutat i assentar les bases que ens permetin projectar-nos millor i de manera consistent i sinèrgica des de tots els àmbits.

## CAS Las ciudades y su relato

Las ciudades son la cuna de nuestra civilización, de la cultura y de la democracia. Hoy también son motores económicos de primer orden en un mundo globalizado. Generación tras generación, las ciudades crecen, evolucionan y se transforman, emanando vida y prosperidad de forma continua.

En el contexto actual, las ciudades compiten para atraer visitantes, empresas, congresos, sedes, eventos, inversiones, talento, etc. y así dinamizar su economía y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Para ello han de hacer valer lo que las caracteriza y lo que pueden ofrecer al mundo de una manera única.

Algunas ciudades son admiradas universalmente, atraen inversiones y visitantes de alto valor, captan y retienen talento de primer orden, y generan en sus ciudadanos y ciudadanas un sano orgullo de pertenencia. Hasta hace poco, solo las grandes capitales podían ser parte de este selecto grupo de ciudades. No obstante, gracias a los cambios tecnológicos y a las nuevas tendencias sociales y económicas, hoy es posible que ciudades con una dimensión más humana, pero con grandes capacidades, puedan destacar cooperando y haciendo red con otras ciudades globales y a la vez competir de tú a tú con las grandes capitales. Barcelona tiene muchas de las condiciones necesarias y aspira a convertirse en un referente de esta nueva generación de ciudades globales de alta proyección.

Hecha a sí misma y reconocida internacionalmente, Barcelona es una ciudad capaz de reconvertirse ante cada reto y es un modelo de transformación urbana que han emulado muchas ciudades. Sin embargo, su relato había quedado en cierto modo anclado y su proyección ha sido a menudo parcial, más ligada a su atractivo turístico que a sus otras fortalezas, que son muchas.

Barcelona posee una combinación de atributos que la hacen única y la convierten en una ciudad atractiva, no solo para vivir y visitar, sino también para trabajar, aprender, invertir o emprender. Sin embargo, en un contexto cambiante y complejo que plantea numerosos retos y en el que otras ciudades —emergentes y establecidas— hacen valer muy bien sus capacidades y proyectos, Barcelona debe afianzar los logros reivindicando los nuevos activos relevantes que tiene la ciudad. Y hacerlo con visión de futuro.

Por ello era necesario actualizar el relato de la ciudad y sentar las bases que nos permitan proyectarnos mejor y de manera consistente y sinérgica desde todos los ámbitos.

## ENG Cities and their storytelling

Cities are the cradle of our civilisation, culture and democracy. Today, they are also one of the main economic forces in our globalised world. Generation after generation, cities grow, evolve and transform themselves, continuously generating life and prosperity.

Cities currently compete with each other to attract visitors, companies, congresses, headquarters, events, investment, talent and more, to boost their economies and improve their inhabitants' quality of life. That is why they need to highlight the unique qualities that characterise them and which they can offer to the world.

Some cities are universally admired, attracting high-value visitors, capturing and retaining the best talent and infusing their citizens with a healthy pride of belonging. Until not long ago, it was only large capitals that could belong to this select group of cities. But thanks to technological changes and new social and economic trends, it is now possible for cities built on a more human scale –with great capabilities– can stand out by cooperating and networking with other global cities, while also competing on an equal basis with the large capitals. Barcelona possesses many of the necessary conditions and aims to become a benchmark for this new generation of high-profile global cities.

Unique and internationally renowned, Barcelona is a city capable of reinventing itself with each challenge, offering a model of urban transformation that has been copied by many other cities. Despite this, its storytelling has become somewhat stagnant and its projection often only partial, related more to its attractions as a tourist destination rather than its other strengths, of which it has many.

Barcelona possesses a combination of features which make it a unique place – a city that is attractive not only as a place to live and visit, but also to work, learn, invest and launch entrepreneurial projects. However, within a complex, changing context that throws up many challenges, and in which other cities – both emerging and established – have done very well in promoting their capacities and projects, Barcelona needs to strengthen the ground it has already gained by promoting the city's new key assets. And it needs to do so with a long-term perspective.

For this reason, it is necessary to update the city's storytelling and lay the groundwork for better projecting our image consistently and synergically from all spheres.

# Barcelona *brand book*

**CAT** Aquest llibre és una síntesi d'un nou relat de Barcelona. Un relat pensat en clau de futur que exposa aquelles capacitats i dimensions que la ciutat posseeix i vol mantenir i potenciar, a més de les que legítimament aspira a aconseguir.

Aquest *brand book* pretén ser una eina útil, pràctica i inspiradora que permeti orientar i sintonitzar tots els missatges i iniciatives dels diferents agents públics i privats que incideixen en la reputació de la marca Barcelona.

El seu contingut s'estructura en quatre blocs:

El primer bloc detalla el procés obert i participatiu sobre el qual es construeix aquest projecte col·lectiu. Per al seu desenvolupament, ha calgut una extensa fase de recerca tant local com internacional per recollir els diferents punts de vista sobre la ciutat i la seva projecció.

El segon bloc recopila els diferents *insights* extrets de la investigació realitzada.

El tercer bloc explica el relat de Barcelona, a través del seu propòsit, els seus pilars i la seva personalitat. El propòsit és la manera com la ciutat aspira a ser percebuda, tant pels seus ciutadans i ciutadanes com per la resta del món.

Aquesta voluntat es farà realitat en la mesura en què sapiguem articular de manera efectiva tots els actius, missatges i experiències que genera la ciutat.

Els pilars són fortaleces de marca que legitimen el propòsit i faran possible que es converteixi en realitat, i la personalitat recull els trets que caracteritzen la ciutat i la seva manera d'expressar-se i comportar-se.

El quart bloc és una guia pràctica i resumida del relat, una síntesi de conceptes i missatges clau per tenir sempre a mà.

Aquest llibre no pretén ser una normativa d'ús, sinó una plataforma d'inspiració que permeti a cada organització, col·lectiu o institució activar el relat en el seu àmbit d'activitat de la manera que li resulti més convenient, sempre, per descomptat, d'acord amb la seva essència i coherentment amb la resta d'àmbits d'actuació. Només així podrem construir una percepció global i integrada de la ciutat.

Barcelona es pot i s'ha de consolidar com una de les ciutats més admirades, respectades i competitives del món. I aquest llibre és el primer pas dels molts que fem per seguir treballant-hi.

## **CAS** *Barcelona brand book*

Este libro es una síntesis de un nuevo relato de Barcelona. Un relato pensado en clave de futuro que expone aquellas capacidades y dimensiones que la ciudad posee y quiere mantener y potenciar, además de las que legítimamente aspira a conseguir.

Este *brand book* pretende ser una herramienta útil, práctica e inspiradora que permita orientar y sintonizar todos los mensajes e iniciativas de los diferentes agentes públicos y privados que inciden en la reputación de la marca Barcelona.

Su contenido se estructura en cuatro bloques:

El primer bloque detalla el proceso abierto y participativo sobre el que se construye este proyecto colectivo. Para su desarrollo, ha sido necesaria una extensa fase de investigación tanto local como internacional para recoger los diferentes puntos de vista sobre la ciudad y su proyección.

El segundo bloque recopila los diferentes *insights* extraídos de la investigación llevada a cabo.

El tercer bloque narra el relato de Barcelona a través de su propósito, sus pilares y su personalidad. El propósito es la forma en la que la ciudad aspira a ser percibida, tanto por sus ciudadanos y ciudadanas como por el resto del mundo. Esta voluntad se hará realidad en la medida en que sepamos articular de manera efectiva todos los activos, mensajes y experiencias que genera la ciudad.

Los pilares son fortalezas de marca que legitiman el propósito y harán posible que se convierta en realidad, y la personalidad recoge los rasgos que la caracterizan y su manera de expresarse y comportarse.

El cuarto bloque es una guía práctica y resumida del relato, una síntesis de conceptos y mensajes clave para tener siempre a mano.

Este libro no pretende ser una normativa de uso, sino una plataforma de inspiración que permita a cada organización, colectivo o institución activar el relato en su ámbito de actividad del modo que le resulte más conveniente, siempre, por supuesto, de acuerdo con su esencia y coherentemente con el resto de los ámbitos de actuación. Solo así podremos construir una percepción global e integrada de la ciudad.

Barcelona puede y debe consolidarse como una de las ciudades más admiradas, respetadas y competitivas del mundo. Y este libro es el primer paso de los muchos que damos para seguir trabajando.

## **ENG** *Barcelona brand book*

This book provides a summary of a new storytelling for Barcelona. A storytelling designed with a long-term perspective, which highlights those of the city's capacities and features that it wishes to retain and strengthen, as well as those that it may reasonably aspire to acquire.

This brand book aims to be a useful, practical and inspiring guide to aligning all the messages and initiatives of the different public and private agents that affect the reputation of the city brand Barcelona.

It is structured into four blocks:

The first block details the open, participative process used to build this collective project. This involved an initial research phase on local and international levels to collate different points of view regarding the city and the image it projects.

The second block compiles different insights generated from the research.

The third block illustrates Barcelona's storytelling by means of its purpose, its pillars and its personality. The city's purpose is, in other words, how it wishes to be perceived both by its residents and by the rest of the world. This aim will be achieved if we are able to effectively convey all the assets, messages and experiences generated by the city.

The pillars are key brand strengths that legitimise the objective and will help to achieve it, and its personality encompasses the city's characteristics and its way of expressing itself and behaving.

The fourth block offers a practical summary of the storytelling and of the key concepts and messages, by way of a guideline that can always be kept on-hand.

This book does not aim to set out strict rules, but rather to inspire each organisation, group or institution to activate the storytelling in its own sphere of activity, however is most convenient – always, of course, in line with the essence of the storytelling and coherently with other spheres of activity. Only in this way will we be able to construct a global, integrated perception of the city.

Barcelona can and must consolidate itself as one of the most highly admired, respected and competitive cities in the world. This book represents the first of many steps we will take to achieve this.

# La cocreació del relat

**CAT** Consensuar el relat d'una ciutat tan polièdrica com Barcelona exigeix una visió que integri els múltiples públics amb els quals interactua, tant en l'àmbit local com en l'internacional. Per això, la seva creació havia de ser compartida i col·lectiva. Amb aquest fi, es va emprar un procés obert a recollir les diferents visions de la ciutat, de manera que el rigor en la definició estratègica es combinés amb la voluntat de consens.

El procés de cocreació va començar amb un seminari sobre identitat i reputació de ciutats del qual es van extreure aprenentatges d'altres ciutats globals importants com ara Amsterdam, Milà, Estocolm, Tel Aviv, Viena, Oslo o Berlín.

Seguidament, es va iniciar una àmplia fase d'investigació que va comptar amb l'opinió de públics i experts internacionals, i de la participació tant de la societat

civil com de les institucions i agents econòmics i socials de la ciutat, a fi de tenir una visió rica i variada sobre la realitat de Barcelona. D'aquesta fase es van obtenir un seguit d'*insights* que van ser les bases per desenvolupar un relat comú per a la ciutat.

Un relat que ha estat compartit i contrastat amb els participants per tal d'acabar de construir entre tots i totes el discurs de la ciutat que volem i definir conjuntament el llibre que avui tens a les mans.

El procés de cocreació no s'atura amb l'establiment d'aquest nou relat, ja que la seva activació i comunicació demana un treball constant i participatiu, tant del món públic com del privat. L'aliança de ciutat ha de ser el vehicle que permeti impulsar i coordinar el pla d'activació per als propers anys.



## CAS La cocreación del relato

Consensuar el relato de una ciudad tan poliédrica como Barcelona exige una visión que integre los múltiples públicos con los que interactúa, tanto en el ámbito local como en el internacional. Por ello, su creación debía ser compartida y colectiva. Para conseguirlo, se llevó a cabo un proceso abierto a recoger las diferentes visiones de la ciudad, de modo que el rigor en la definición estratégica se combinara con la voluntad de consenso.

El proceso de cocreación comenzó con un seminario sobre identidad y reputación de ciudades del que se extrajeron aprendizajes de otras ciudades globales importantes como Amsterdam, Milán, Estocolmo, Tel Aviv, Viena, Oslo o Berlín.

Seguidamente, se inició una amplia fase de investigación que contó con la opinión de públicos y expertos internacionales y con la participación tanto de la sociedad civil como de las instituciones y agentes económicos y sociales de la ciudad, a fin de tener una visión rica y variada sobre la realidad de Barcelona. De esta fase se obtuvieron una serie de *insights* que fueron las bases para desarrollar un relato común para la ciudad.

Un relato que ha sido compartido y contrastado con los participantes para acabar de construir entre todos y todas el discurso de la ciudad que queremos y definir conjuntamente el libro que hoy tienes en las manos.

El proceso de cocreación no se detiene con el establecimiento de este nuevo relato, ya que su activación y comunicación requiere un trabajo constante y participativo, tanto del mundo público como del privado. La alianza de ciudad debe ser el vehículo que permita impulsar y coordinar el plan de activación para los próximos años.

## ENG Co-creating the storytelling

Establishing the storytelling for a city as multi-faceted as Barcelona requires a perspective that integrates the many audiences with which it interacts, both on local and international levels. That is why its creation had to be a shared and collective effort in which we used an open process to collect different perspectives on the city, to achieve both a rigorous strategic definition as well as the will to create a consensus.

The co-creation process started off with a seminar to learn about the identity and reputation of other globally important cities such as Amsterdam, Milan, Stockholm, Tel Aviv, Vienna, Oslo or Berlin.

This led straight into an extensive research phase to include the opinion of international experts and audiences, with the participation of the civil society as well as its economic and social institutions and agents, in order to gain a rich and varied insight into Barcelona's current situation. This phase produced a series of insights which laid the foundations for creating a common storytelling for the city.

A storytelling that was shared with the participants and refined in a joint effort to create an image of the city that we all want and to define the content of this book.

However, the co-creation process does not stop with the definition of this new storytelling, as to activate and communicate the storytelling requires an ongoing, participative effort from both the public and private sectors. This city alliance must be the means to launching and coordinating the activation plan over the coming years.



**FASE 1**  
FASE 1  
PHASE 1

**Seminari**  
Seminario  
Seminar

**Seminari Identitat i reputació de ciutat per al desenvolupament econòmic, social i cultural**

Seminario Identidad y reputación de ciudad para el desarrollo económico, social y cultural

*City identity and reputation for economic, social and cultural development seminar*

**Benchmark amb altres ciutats**

Benchmark con otras ciudades  
Benchmarking with other cities

**Punt de partida del Projecte Marca Barcelona**

Punto de partida del Proyecto Marca Barcelona  
Starting point of the Barcelona City Branding Project

**FASE 2**  
FASE 2  
PHASE 2

**Entrevistes individuals**  
Entrevistas individuales  
One-on-one interviews

**Entrevistes amb 53 representants d'institucions públiques locals i metropolitanas**

Entrevistas con 53 representantes de instituciones públicas locales y metropolitanas

Interviews with 53 representatives from local and metropolitan public organisations

**Estudis de mercat**  
Estudios de mercado  
Market research

**PÚBLIC INTERNACIONAL**  
PÚBLICO INTERNACIONAL  
INTERNATIONAL RESPONDENTS

**Estudi qualitatiu desenvolupat per Gaps: entrevistes a 18 periodistes, 17 representants empresarials i 20 experts en city branding**

Estudio cualitativo desarrollado por Gaps: entrevistas a 18 periodistas, 17 representantes empresariales y 20 expertos en city branding

Qualitative study carried out by Gaps: interviews with 18 international journalists, 17 business representatives and 20 city branding experts

**Estudi quantitatiu desenvolupat per Ipsos: 1.838 entrevistes en línia a públic internacional**

Estudio cuantitativo desarrollado por Ipsos: 1.838 entrevistas en línea a público internacional

Quantitative study carried out by Ipsos: 1,838 online interviews with international respondents

**PÚBLIC LOCAL**  
PÚBLICO LOCAL  
LOCAL RESPONDENTS

**400 entrevistes en línia a barcelonins i barceloneses**

400 entrevistas en línea a barcelonenses y barcelonesas

400 online interviews with Barcelona residents

**Tallers**  
Talleres  
Workshops

**24 tallers amb 139 representants de 12 àmbits temàtics**

1. Coneixement i educació
2. Cultura i indústries creatives
3. Salut, biociència i qualitat de vida
4. Economia social i solidària
5. Model urbà
6. Innovació tecnològica
7. Emprenedoria
8. Dinamització econòmica
9. Comerç i turisme
10. Talent local
11. Talent internacional
12. Opinió pública

24 talleres con 139 representantes de 12 ámbitos temáticos

1. Conocimiento y educación
2. Cultura e industrias creativas
3. Salud, biociencia y calidad de vida
4. Economía social y solidaria
5. Modelo urbano
6. Innovación tecnológica
7. Emprendimiento
8. Dinamización económica
9. Comercio y turismo
10. Talento local
11. Talento internacional
12. Opinión pública

24 workshops with 139 representatives from 12 thematic areas

1. Knowledge and education
2. Culture and creative industries
3. Health, bioscience and quality of life
4. Social and solidarity economy
5. Urban model
6. Technological innovation
7. Entrepreneurship
8. Economic dynamisation
9. Commerce and tourism
10. Local talent
11. International talent
12. Public opinion

**10 tallers amb 80 ciutadans i ciutadanes de diferents edats i barris de Barcelona**

10 talleres con 80 ciudadanas y ciudadanos de diferentes edades y barrios de Barcelona

10 workshops with 80 Barcelona residents of different ages and from different neighbourhoods

**4 tallers amb 29 representants de 22 municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona**

4 talleres con 29 representantes de 22 municipios del Área Metropolitana de Barcelona

4 workshops with 29 representatives from 22 municipalities within the Metropolitan Area of Barcelona

**2 tallers amb 14 gerents de l'Ajuntament de Barcelona**

2 talleres con 14 gerentes del Ayuntamiento de Barcelona

2 workshops with 14 managers from Barcelona City Council

**Termes legals**  
Términos legales  
Legal considerations

**Estudis de viabilitat de la denominació Barcelona. Reglament d'ús de la denominació Barcelona**

Estudios de viabilidad de la denominación Barcelona. Reglamento de uso de la denominación Barcelona

Viability studies on Barcelona as a brand  
Rules for using Barcelona as a trademark

**Auditoria de les marques registrades a l'Ajuntament de Barcelona**

Auditoría de las marcas registradas en el Ayuntamiento de Barcelona

Audit of registered trademarks in Barcelona City Council

**Registre de la signatura**

Registro de la firma  
Signature registry

**FASE 3**  
FASE 3  
PHASE 3

**Nou relat**  
Nuevo relato  
The new storytelling

**Definició de la proposta de valor diferencial de la marca ciutat**

Definición de la propuesta de valor diferencial de la marca ciudad

Definition of the unique value offered by the city brand

**Posicionament de marca:**

- Pilars
- Personalitat
- Propòsit
- Idea de marca
- Signatura de marca

Posicionamiento de marca:

- Pilares
- Personalidad
- Propósito
- Idea de marca
- Firma de marca

Brand positioning:

- Pillars
- Personality
- Objective
- Brand idea
- Brand signature

**FASE 4**  
FASE 4  
PHASE 4

**Pla d'acció**  
Plan de acción  
Action plan

**Impuls i coordinació d'un pla d'activació del nou relat com a palanca per dinamitzar l'economia:**

Impulso y coordinación de un plan de activación del nuevo relato como palanca para dinamizar la economía:

Promotion and coordination of an activation plan for the new storytelling as a tool for stimulating the economy:

**1. Preparar i alinear els actius i els agents de la marca**

1. Preparar y alinear los activos y los agentes de la marca

1. Prepare and align the brand's assets and agents

**2. Donar a conèixer el nou relat de Barcelona**

2. Dar a conocer el nuevo relato de Barcelona

2. Divulge Barcelona's new storytelling

**3. Mesurar i analitzar**

3. Medir y analizar

3. Measure and analyse

**CAT Els participants**

Les veus que han donat vida a aquest relat són moltes i molt variades. Ciutadans i ciutadanes de Barcelona i d'arreu del món, membres de les diferents administracions i institucions públiques que gestionen la ciutat i la seva promoció, representants de municipis de l'entorn metropolità, professionals de diversos sectors i àrees d'interès per a la ciutat, periodistes, empresaris i experts internacionals en *city branding*.

Aquest procés ha estat ideat i liderat per l'equip del Projecte Marca Barcelona de l'Ajuntament de Barcelona, la consultora especialitzada en *branding* Summa i el professor Greg Clark.

Cadascun d'aquests participants ha aportat un coneixement i un punt de vista sobre la ciutat que, en sumar-los, creen el nou relat de Barcelona.

**CAS Los participantes**

Las voces que han dado vida a este relato son muchas y muy variadas. Ciudadanos y ciudadanas de Barcelona y de todo el mundo, miembros de las diferentes administraciones e instituciones públicas que gestionan la ciudad y su promoción, representantes de municipios del entorno metropolitano, profesionales de diversos sectores y áreas de interés para la ciudad, periodistas, empresarios y empresarias y expertos internacionales en *city branding*.

Este proceso ha sido ideado y liderado por el equipo del Proyecto Marca Barcelona del Ayuntamiento de Barcelona, la consultora especializada en *branding* Summa y el profesor Greg Clark.

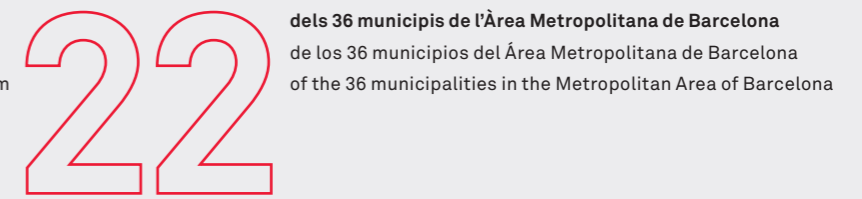
Cada uno de estos participantes ha aportado un conocimiento y un punto de vista sobre la ciudad que, al sumarlos, crean el nuevo relato de Barcelona.

**ENG The participants**

Many varied voices have gone into generating this storytelling. Citizens of Barcelona and from around the world, members of different government bodies and public institutions that manage and promote the city, representatives from municipalities within the metropolitan area, professionals from a range of sectors and areas of interest for the city, journalists, business people and international city branding experts.

The process has been designed and led by the Barcelona City Branding Project team from Barcelona City Council, the specialised branding consultancy, Summa, and professor, Greg Clark.

Each of these participants has contributed their knowledge and point of view regarding the city which, when combined, have created the new storytelling for Barcelona.



### Tallers temàtics

Talleres temáticos  
Thematic workshops



1

### Coneixement i educació

Conocimiento y educación  
Knowledge and education

2

### Cultura i indústries creatives

Cultura e industrias creativas  
Culture and creative industries

3

### Salut, biociència i qualitat de vida

Salud, biociencia y calidad de vida  
Health, bioscience and quality of life

4

### Economia social i solidària

Economía social y solidaria  
Social and solidarity economy

5

### Model urbà

Modelo urbano  
Urban model

6

### Innovació tecnològica

Innovación tecnológica  
Technological innovation

7

### Emprenedoria

Emprendimiento  
Entrepreneurship

8

### Dinamització econòmica

Dinamización económica  
Economic dynamisation

9

### Comerç i turisme

Comercio y turismo  
Commerce and tourism

10

### Talent local

Talento local  
Local talent

11

### Talent internacional

Talento internacional  
International talent

12

### Opinió pública

Opinión pública  
Public opinion



## CAT Municipis de l'AMB

La reputació de la marca Barcelona rep i atorga valor més enllà dels límits administratius de la ciutat. Per això, calia estendre l'anàlisi i el debat del Projecte Marca Barcelona amb una reflexió sobre la marca metropolitana de Barcelona i incorporar-hi les consideracions i conclusions. En aquesta reflexió hi han participat, a través de l'Agència Metropolitana de Desenvolupament Econòmic de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB), representants dels ajuntaments de Badalona, Badia del Vallès, Begues, Castellbisbal, Castelldefels, Cornellà, Esplugues de Llobregat, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, el Papiol, el Prat de Llobregat, Sant Adrià de Besòs, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Gramenet, Torrelles de Llobregat i Viladecans.



## CAS Municipios del AMB

La reputación de la marca Barcelona recibey otorga valor más allá de los límites administrativos de la ciudad. Por eso, era necesario extender el análisis y el debate del Proyecto Marca Barcelona con una reflexión sobre la marca metropolitana de Barcelona e incorporar las consideraciones y conclusiones en el proyecto. En esta reflexión han participado, a través de la Agencia Metropolitana de Desarrollo Económico del Área Metropolitana de Barcelona (AMB), representantes de los ayuntamiento de Badalona, Badia del Vallès, Begues, Castellbisbal, Castelldefels, Cornellà, Esplugues de Llobregat, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, el Papiol, el Prat de Llobregat, Sant Adrià de Besòs, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Gramenet, Torrelles de Llobregat y Viladecans.

## ENG AMB municipalities

The reputation of the Barcelona brand is both nourished by and strengthens areas outside the limits of the city proper. Therefore, it was necessary to extend the analysis and debate on the Barcelona Brand Project to include the entire metropolitan area as well as the resulting considerations and conclusions. This process benefited from the participation, through the Metropolitan Agency of Economic Enhancement - Metropolitan Area of Barcelona (AMB), of representatives from the councils of Badalona, Badia del Vallès, Begues, Castellbisbal, Castelldefels, Cornellà, Esplugues de Llobregat, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, el Papiol, el Prat de Llobregat, Sant Adrià de Besòs, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Gramenet, Torrelles de Llobregat and Viladecans.



**CAT Ciutadans i ciutadanes**

El Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona va dur a terme un estudi qualitatiu per conèixer les actituds i les opinions dels barcelonins i les barcelonines respecte a la seva ciutat.

Es van fer deu sessions de treball en les quals van participar vuitanta ciutadans i ciutadanes —de totes les edats, nivells socioeconòmics i barris de la ciutat—, que van expressar la seva opinió sobre la ciutat de Barcelona.



**CAS Ciudadanos y ciudadanas**

El Departamento de Estudios de Opinión del Ayuntamiento de Barcelona llevó a cabo un estudio cualitativo para conocer las actitudes y las opiniones de los barceloneses y barcelonesas respecto a su ciudad.

Se hicieron diez sesiones de trabajo en las que participaron ochenta ciudadanos y ciudadanas —de todas las edades, niveles socioeconómicos y barrios de la ciudad—, que expresaron su opinión sobre la ciudad de Barcelona.

**ENG Barcelona residents**

Barcelona City Council's Opinion Studies Department carried out a qualitative study to find out what attitudes and opinions Barcelona residents have towards their city.

Ten working sessions were held involving eighty members of the public –from different neighbourhoods within the city and of all ages and socio-economic levels – who shared their opinion on the city of Barcelona.





# Principals conclusions i aprenentatges

**Conclusiones  
y aprendizajes  
principales**

**Main  
conclusions  
and insights**

# de l'anàlisi i la investigació realitzats

**del análisis y  
la investigación  
realizados**

**drawn from  
analysis  
and research**

# Insights

**CAT** Les entrevistes, els tallers, les enquestes, les piulades, els estudis i els rànquings han dibuixat un autèntic mosaic d'opinions i visions de Barcelona, divers i a vegades divergent.

Però per construir aquest nou relat de ciutat calia posar l'accent en allò transversal, en els fets i les percepcions compartits que marquen perfil propi i assenten les bases per a una nova narrativa.

Tot seguit, presentem els principals aprenentatges que han ajudat a identificar un punt de partida comú per a Barcelona.

**CAS** Las entrevistas, los talleres, las encuestas, los tuits, los estudios y los *rankings* han dibujado un auténtico mosaico de opiniones y visiones de Barcelona, diverso y a veces divergente.

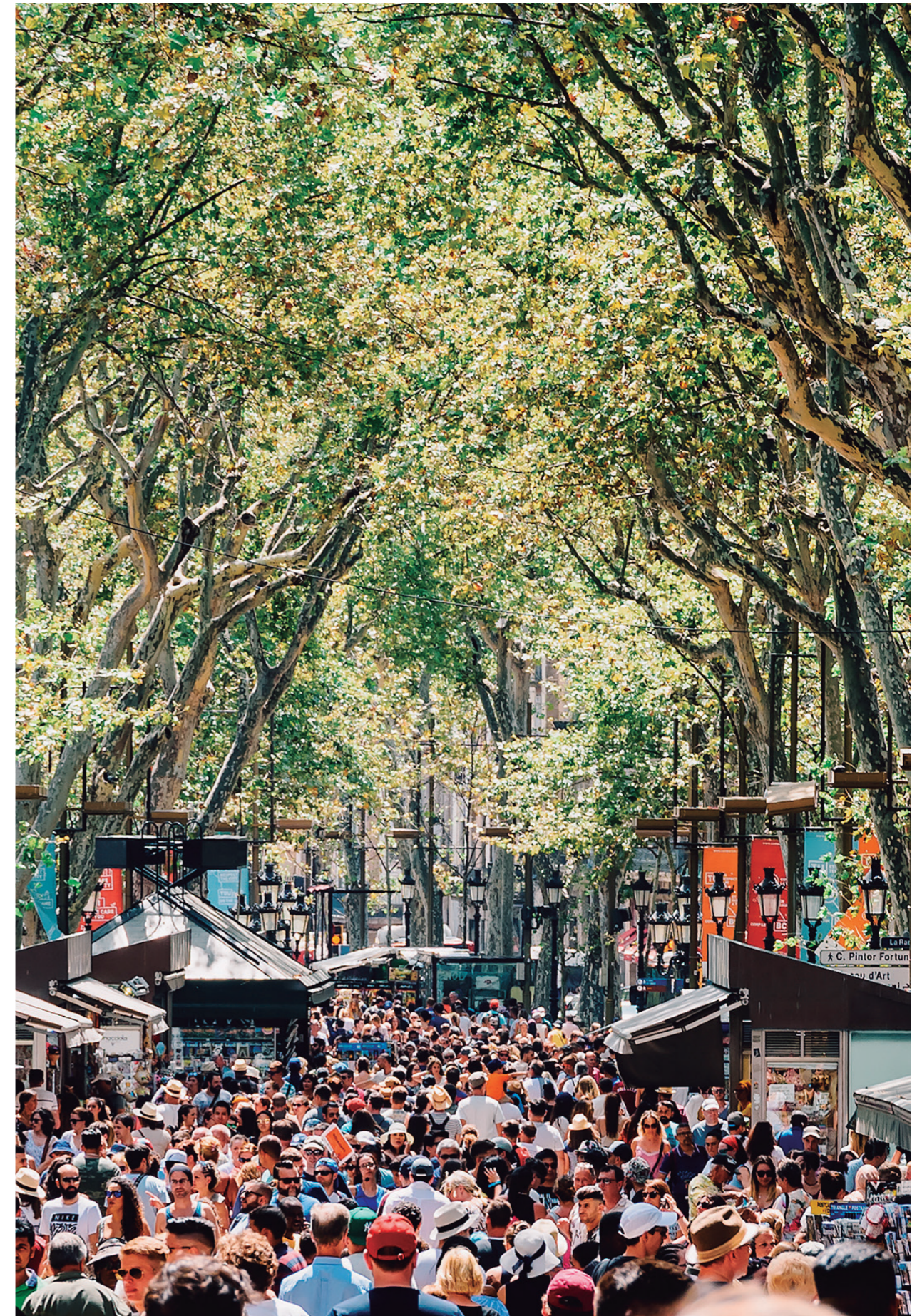
Pero para construir este nuevo relato de ciudad había que hacer hincapié en lo transversal, en los hechos y las percepciones compartidos que marcan perfil propio y sientan las bases para una nueva narrativa.

A continuación, presentamos los principales aprendizajes que han ayudado a identificar un punto de partida común para Barcelona.

**ENG** The interviews, workshops, surveys, tweets, studies and rankings came together to paint an authentic mosaic of opinions and perspectives of Barcelona, which were diverse and sometimes differing.

However, to create this new city storytelling it was necessary to emphasise the universal features – the shared facts and perceptions that would outline a unique profile and lay the foundations for the new storytelling.

We will now present the key insights that helped to identify a common starting point for Barcelona.



**CAT Barcelona és una ciutat atractiva**

Barcelona és una ciutat estimada amb unes icones i un imaginari construït reconeguts globalment.

Aquest imaginari és capaç de generar una resposta emocional positiva quasi universal en tota mena de persones, condicions i interessos. Barcelona és una ciutat que desperta un somriure.

**CAS Barcelona es una ciudad atractiva**

Barcelona es una ciudad querida con unos iconos y un imaginario construido reconocidos globalmente.

Este imaginario es capaz de generar una respuesta emocional positiva casi universal en todo tipo de personas, condiciones e intereses. Barcelona es una ciudad que despierta una sonrisa.

**ENG Barcelona is an attractive city**

Barcelona is a well-loved city with a series of icons and an imagery that are recognised around the world.

This imagery is capable of almost always generating a positive emotional response in all types of people, independent of their situation or interests. Barcelona is a city that brings a smile to people's faces.



**Font: Estudis qualitativus i quantitativus.**  
 Fuente: Estudios cualitativos y cuantitativos.  
 Source: Qualitative and quantitative studies.

## CAT Barcelona és una ciutat reconeguda i admirada globalment

Una marca reconeguda arreu del món que, tot i no ser capital d'estat, competeix amb les 10 principals ciutats globals com són Londres, Berlín, París, Nova York, Roma, Tel Aviv o Amsterdam.



### CAS Barcelona es una ciudad reconocida y admirada globalmente

Una marca reconocida en todo el mundo que, a pesar de no ser capital de Estado, compite con las 10 principales ciudades globales como son Londres, Berlín, París, Nueva York, Roma, Tel Aviv o Ámsterdam.

### ENG Barcelona is a city that is recognised and admired around the world

Despite not being a national capital, Barcelona is a globally-recognised brand which competes on a level with the 10 main global cities including London, Berlin, Paris, New York, Rome, Tel Aviv or Amsterdam.

## POSICIÓ DE BARCELONA L'ANY 2018 POSICIÓN DE BARCELONA EN EL AÑO 2018 BARCELONA'S POSITION IN 2018

3<sup>a</sup>

**ciutat preferida d'Europa per començar una *start-up***  
ciudad preferida de Europa para empezar una *start-up*  
preferred European city for launching a start-up

4<sup>a</sup>

**ciutat del món més atractiva per treballar a l'estranger**  
ciudad del mundo más atractiva para trabajar en el extranjero  
most attractive city in the world for working abroad

9<sup>a</sup>

**àrea urbana del món receptora de projectes d'inversió estrangera**  
área urbana del mundo receptora de proyectos de inversión extranjera  
urban area in the world in terms of volume of foreign investment projects

3<sup>a</sup> - 5<sup>a</sup>

IESE

ESADE

**en el rànquing de millors escoles de negoci del món**  
en el *ranking* de mejores escuelas de negocio del mundo  
in the worldwide ranking of best business schools

1<sup>a</sup>

**ciutat del món en organització de congressos internacionals i en nombre de participants**  
ciudad del mundo en organización de congresos internacionales y en número de participantes  
city in the world in terms of international congresses and number of participants

7<sup>è</sup>

**aeroport d'Europa en nombre de passatgers**  
aeropuerto de Europa en número de pasajeros  
airport in Europe in terms of number of passengers

4<sup>a</sup>

**ciutat global més preparada per al futur tecnològic**  
ciudad global más preparada para el futuro tecnológico  
most well-prepared city in the world for a technological future

Font: Observatori Barcelona, 2018.  
Fuente: Observatorio Barcelona, 2018.  
Source: Barcelona Observatory, 2018.

# CAT **Barcelona té una personalitat i un estil propis reconeguts i transversals**

Barcelona té una personalitat reconeguda com a pròpia i coherent per tots els públics, tant de dins com de fora.

# CAS **Barcelona tiene una personalidad y un estilo propios reconocidos y transversales**

Barcelona tiene una personalidad reconocida como propia y coherente para todos los públicos, tanto de dentro como de fuera.

# ENG **Barcelona is recognised as having its own cross-cutting personality and style**

Barcelona is recognised by everyone, both locals and foreigners, as having its own coherent personality.

## PRINCIPALS TRET DE BARCELONA ATRIBUÏTS PER PRINCIPALES RASGOS DE BARCELONA ATRIBUIDOS POR MAIN CONCEPTS OF BARCELONA ATTRIBUTED BY



EUROPEUS  
EUROPEOS  
EUROPEANS

**vivaç**

vivaz vivacious

**alegre**

alegre happy

**càlida**

cálida warm

**divertida**

divertida fun



NORD-AMERICANS  
NORTEAMERICANOS  
NORTH AMERICANS

**bonica**

bonita pretty

**espanyola**

española spanish

**divertida**

divertida fun

**amigable**

amigable friendly



ASIÀTICS  
ASIÁTICOS  
ASIANS

**càlida**

cálida warm

**apassionada**

apasionada passionate

**sofisticada**

sofisticada sophisticated

**dinàmica**

dinámica dynamic



BARCELONINS I BARCELONINES  
BARCELONESES Y BARCELONESAS  
BARCELONA RESIDENTS

**moderna**

moderna modern

**amigable**

amigable friendly

**bonica**

bonita pretty

**oberta**

abierta open



AGENTS LOCALS  
AGENTES LOCALES  
LOCAL AGENTS

**dona**

mujer woman

**acollidora**

acogedora welcoming

**internacional**

internacional international

**diversa**

diversa diverse



INSTITUCIONS PÚBLIQUES LOCALS  
INSTITUCIONES PÚBLICAS LOCALES  
LOCAL PUBLIC INSTITUTIONS

**oberta**

abierta open

**creativa**

creativa creative

**contradictòria**

contradictoria contradictory

**lluitadora**

luchadora tenacious

Font: Tret de personalitats dels tallers, les entrevistes i els estudis de mercat.

Fuente: Extraído de personalidades de los talleres, las entrevistas y los estudios de mercado.

Source: Personality traits collated from workshops, interviews and market research.



## CAT Barcelona és un referent en qualitat de vida

La combinació de la seva gastronomia i cultura, la bellesa dels seus carrers i el seu envejable clima, juntament amb un caràcter cosmopolita, modern i obert fan de Barcelona una ciutat molt atractiva per viure-hi.



## CAS Barcelona es un referente en calidad de vida

La combinación de su gastronomía y cultura, la belleza de sus calles y su envidiable clima, junto con un carácter cosmopolita, moderno y abierto hacen de Barcelona una ciudad muy atractiva para vivir.

## ENG Barcelona is a benchmark in terms of quality of life

The combination of gastronomy and culture, the beauty of its streets and its ideal climate, together with a cosmopolitan, modern and open feel, make Barcelona a very attractive place to live.



Font: Gaps. Entrevistes a empresaris i periodistes.  
 Fuente: Gaps. Entrevistas a empresarios y periodistas.  
 Source: Gaps. Interviews with business people and journalists.

**CAT** **L'imaginari de Barcelona  
excedeix els seus límits geogràfics**

Molts dels actius actuals de la marca ciutat es troben fora dels límits geogràfics de la ciutat i s'alimenten dels eixos del Besòs, Collserola i Llobregat i, fins i tot, van més enllà de l'àrea metropolitana.



**CAS** **El imaginario de Barcelona excede sus límites geográficos**

Muchos de los activos actuales de la marca ciudad se encuentran fuera de los límites geográficos de la ciudad y se alimentan de los ejes del Besòs, Collserola y Llobregat, e incluso van más allá del área metropolitana.

**ENG** **Barcelona's imaginary extends beyond its geographical limits**

Many of the city brand's current assets are found outside the city's geographical boundaries, in the areas of Besòs, Collserola and Llobregat, and even outside the metropolitan area.

PRINCIPALS CONCEPTES EXTRETS D'ENTREVISTES  
PRINCIPALES CONCEPTOS EXTRAÍDOS DE ENTREVISTAS  
MAIN CONCEPTS REVEALED IN THE INTERVIEWS

**Eix Besòs Urbanisme**  
**Eix Collserola**  
**Eix Llobregat**  
Llengua Escala humana  
Teixit comercial Proximitat  
Societat civil Espais verds  
Futbol A peu de barris  
Barcelona Activa Aeroport

**Eje Besòs Urbanismo**  
**Eje Collserolla Eje Llobregat**  
Llengua Escala humana  
Tejido comercial Proximidad  
Sociedad civil Espacios verdes  
Fútbol A pie de barrios  
Barcelona Activa Aeropuerto

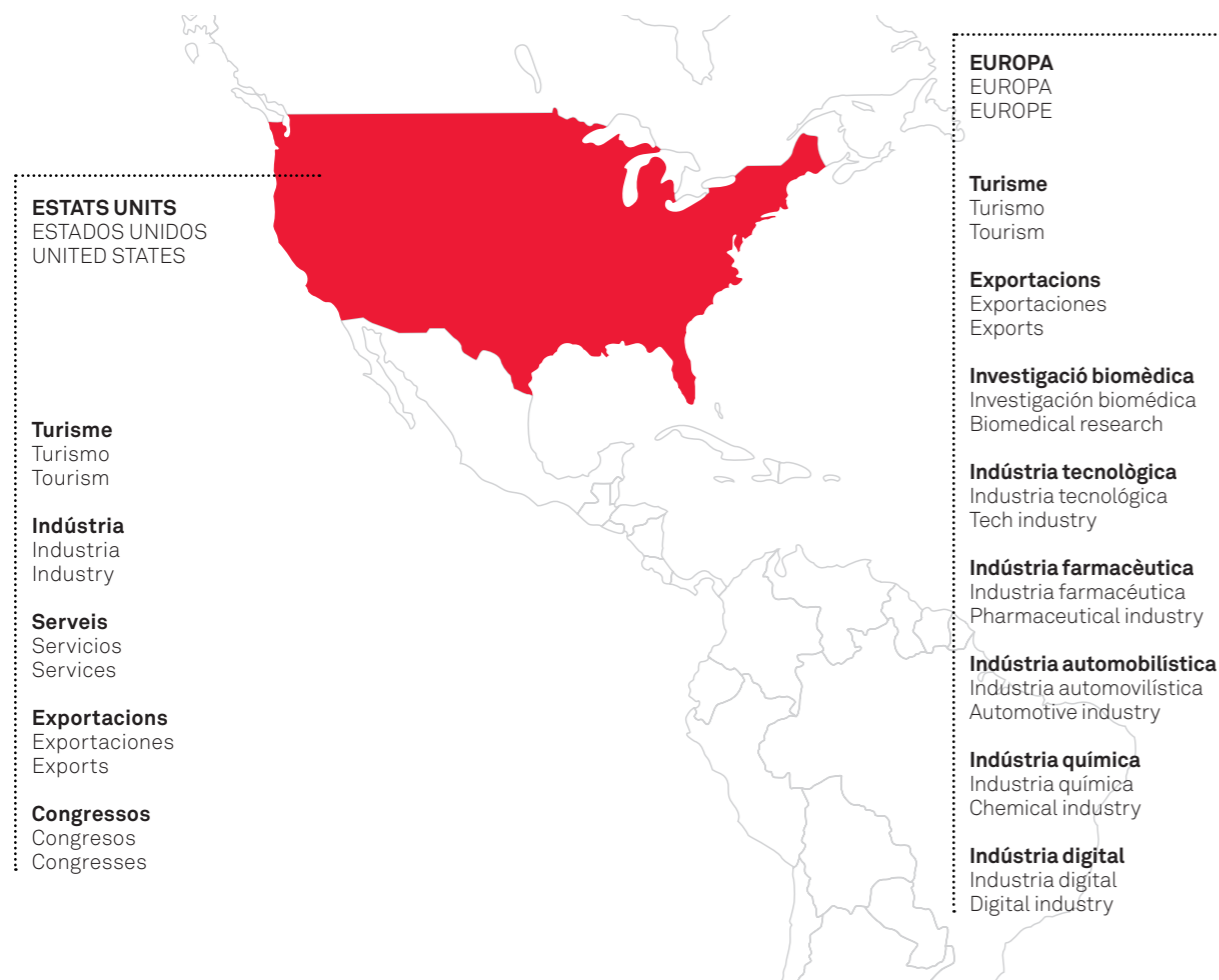
**Besòs area Urbanism**  
**Collserolla area Llobregat area**  
Language Human scale  
Commercial fabric Proximity  
Civil society Green areas  
Football Local neighborhoods  
Barcelona Activa Airport

Font: Actius de Barcelona, entrevistes personals.  
Fuente: Activos de Barcelona, entrevistas personales.  
Source: Barcelona's assets, one-on-one interviews.

**CAT Els públics més informats tenen una percepció més completa i interessant**

La nova economia que es va desenvolupant a la ciutat atrau cada vegada més un públic jove, inquiet i preparat.

Els públics informats, per exemple els empresaris i els periodistes internacionals, tenen una visió més rica i completa de la ciutat.



**CAS Los públicos más informados tienen una percepción más completa e interesante**

La nueva economía que se va desarrollando en la ciudad atrae cada vez más a un público joven, inquieto y preparado.

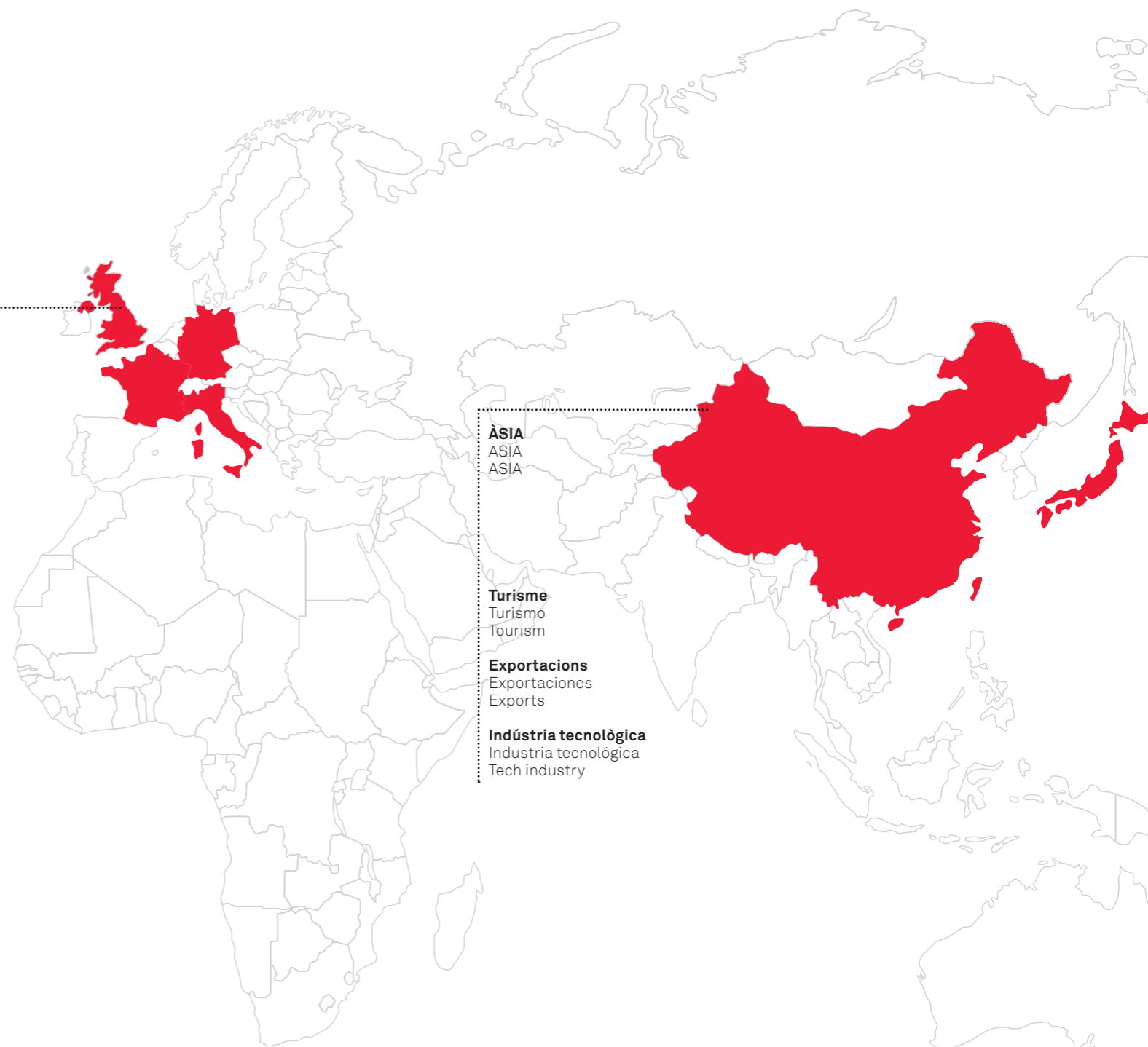
Los públicos informados, por ejemplo los empresarios y los periodistas internacionales, tienen una visión más rica y completa de la ciudad.

**ENG The most well-informed respondents have a more integral and interesting perception**

The new economy growing in the city is acting as an ever-stronger magnet for young, inquisitive and highly-trained people.

The most well-informed respondents, for example the international business people and journalists, have a richer and more integral perspective of the city.

**SECTORS ASSOCIATS O MOTORS ECONÒMICS DE LA CIUTAT**  
**SECTORES ASOCIADOS O MOTORES ECONÓMICOS DE LA CIUDAD**  
**ECONOMIC DRIVING FORCES AND SECTORS ASSOCIATED WITH THE CITY**



**Font: Gaps. Entrevistes a empresaris i periodistes.**  
Fuente: Gaps. Entrevistas a empresarios y periodistas.  
Source: Gaps. Interviews with business people and journalists.

## CAT Però encara és vista, essencialment, com una ciutat turística

L'atractiu global de quasi totes les ciutats està determinat per la seva dimensió turística, però Barcelona necessita potenciar i fer valer altres dimensions per construir un imaginari més complet, diversificar la seva economia i atraure talent i inversions de tot arreu.



## CAS Pero todavía es vista, esencialmente, como una ciudad turística

El atractivo global de casi todas las ciudades está determinado por su dimensión turística, pero Barcelona necesita potenciar y hacer valer otras dimensiones para construir un imaginario más completo, diversificar su economía y atraer talento e inversiones de todas partes.

## ENG However, it is still essentially seen as a tourist destination

The overall attractiveness of almost all cities lies in their appeal to tourists, but Barcelona needs to strengthen and highlight other aspects in order to create a more complete imaginary, diversify its economy and attract talent and investments from other places.

«Un **71%** de la mostra considera la ciutat atractiva en general; un **79%**, atractiva com a destinació turística; un **40%**, atractiva per fer-hi negocis; un **34%**, atractiva com a centre de recerca, i un **47%**, atractiva com a lloc per viure-hi.»

“Un **71%** de la muestra considera la ciudad atractiva en general, un **79%** atractiva como destinación turística, un **40%** atractiva para hacer negocios, un **34%** atractiva como centro de investigación y un **47%** atractiva como lugar para vivir.”

“**71%** of the sample consider that the city is attractive in general; **79%**, that it is attractive as a tourist destination; **40%**, that it is attractive for doing business; **34%**, that it is attractive as a research hub, and **47%**, that it is attractive as a place to live.”

Font: Ipsos. Quin atractiu té la ciutat?

Fuente: Ipsos. ¿Qué atractivo tiene la ciudad?

Source: Ipsos. What's is the city's appeal?

# **Un nou relat col·laboratiu per construir**

**Un nuevo relato  
colaborativo  
para construir**

**A new shared  
storytelling  
to build**

# **la futura reputació de Barcelona**

**la futura  
reputación de  
Barcelona**

**Barcelona's  
future  
reputation**

# Noves necessitats, noves ciutats

**CAT** Vivim en un món globalitzat on l'exigència és cada vegada més gran i on tot es mou amb més rapidesa que mai. Moltes ciutats són llocs fascinants i que ofereixen grans possibilitats, encara que és habitual haver de triar entre el desenvolupament professional i la qualitat de vida. Les grans capitals generalment ofereixen àmplies possibilitats de desenvolupament en l'àmbit professional, tot i que sovint és a costa de renunciar a la nostra part més humana. Les petites ciutats, en canvi, no sempre permeten desenvolupar les capacitats professionals o empresarials a alt nivell.

No obstant això, gràcies als avenços tecnològics i a les noves tendències econòmiques i socials, emergeix una nova generació de ciutats d'una escala més humana, que permet a les persones potenciar les seves capacitats i desenvolupar plenament les seves ambicions professionals, sense renunciar per això a gaudir d'una vida intensa i autèntica.

Barcelona és, probablement, una de les ciutats que millor les representa.



## CAS Nuevas ciudades, nuevas necesidades

Vivimos en un mundo globalizado en el que la exigencia es cada vez mayor y en el que todo se mueve con más rapidez que nunca. Muchas ciudades son lugares fascinantes y que ofrecen grandes posibilidades, aunque es habitual tener que elegir entre el desarrollo profesional y la calidad de vida. Las grandes capitales, generalmente, ofrecen amplias posibilidades de desarrollo en el ámbito profesional, aunque a menudo es a costa de renunciar a nuestra parte más humana. Las pequeñas ciudades, en cambio, no siempre permiten desarrollar las capacidades profesionales o empresariales a alto nivel.

Sin embargo, gracias a los avances tecnológicos y a las nuevas tendencias económicas y sociales, emerge una nueva generación de ciudades de una escala más humana, que permite a las personas potenciar sus capacidades y desarrollar plenamente sus ambiciones profesionales, sin renunciar por ello a disfrutar de una vida intensa y auténtica.

Barcelona es, probablemente, una de las ciudades que mejor las representa.

## ENG New needs, new cities

We live in a globalised world with ever greater demands, where everything is moving at an unprecedented pace. Many cities are fascinating places that offer great possibilities, although people normally have to decide between professional opportunities and quality of life. Large capitals generally offer a wide range of career opportunities, although often at the expense of the more human aspects of life. Small cities, on the other hand, don't always offer people so many opportunities for taking their career or business to the next level.

Despite this, thanks to technological developments and new social and economic trends, a new generation of cities is emerging, built on a more human scale, which allow people to develop their skills and fully pursue their professional ambitions, while at the same time being able to enjoy life to the full.

And Barcelona is probably one of the cities that best reflects this paradigm.



BARCELONA

# La ciutat dels projectes vitals

La ciudad de  
los proyectos  
vitalés

A city for  
all of life's  
ventures

# Un model de progrés

**CAT** Tot i no ser capital d'estat, Barcelona és un referent en molts aspectes, tant per les seves idees com per la seva manera de ser i de fer.

Barcelona ha demostrat ser un model de transformació urbana reconegut internacionalment. La idea de progrés sempre ha mobilitzat la ciutat i els seus ciutadans i ciutadanes, amb una voluntat de millora constant en tots els àmbits: econòmic, social, cultural, científic, mediambiental, educatiu... Una il·lusió que impulsa i inspira persones, empreses i institucions a treballar juntes per aconseguir noves fites i deixar un bon llegat a les generacions futures.

## **CAS** Un modelo de progreso

Aunque no es capital de Estado, Barcelona es un referente en muchos aspectos, tanto por sus ideas como por su manera de ser y de hacer.

Barcelona ha demostrado ser un modelo de transformación urbana reconocido internacionalmente. La idea de progreso siempre ha movilizado a la ciudad y sus ciudadanos y ciudadanas, con una voluntad de mejora constante en todos los ámbitos: económico, social, cultural, científico, medioambiental, educativo... Una ilusión que impulsa e inspira a personas, empresas e instituciones a trabajar juntas para conseguir nuevas metas y dejar un buen legado a las generaciones futuras.

## **ENG** A model of progress

Even though it is not a state capital, Barcelona is a leading city in many ways, due to both its ideas as well as its character and way of doing things.

Barcelona has proved itself to be an internationally renowned model for urban transformation. The idea of progress has always been a driving force for the city and its residents, who strive for constant improvement in all areas: economic, social, cultural, scientific, environmental, educational, etc. This determination inspires and moves people and organisations to work together to achieve new milestones and leave behind a worthwhile legacy to future generations.







# Que fa possible el creixement personal i professional

**CAT** El pols de Barcelona sempre ha estat el de les persones, les seves necessitats i el seu creixement individual i col·lectiu. En tota mena de projectes, empreses, professions i oficis.

Amb visió de futur i atenta a les noves oportunitats. Fent compatible el desenvolupament econòmic amb la qualitat de vida de les persones.

**CAS** Que hace posible el crecimiento personal y profesional

El pulso de Barcelona siempre ha sido el de las personas, sus necesidades y su crecimiento individual y colectivo. En todo tipo de proyectos, empresas, profesiones y oficios.

Con visión de futuro y atenta a las nuevas oportunidades. Haciendo compatible el desarrollo económico con la calidad de vida de las personas.

**ENG** Which allows for both professional and personal growth

It is the people who have always been at the heart of Barcelona: their needs and their personal and collective growth. In all types of projects, companies, professions and trades.

With a long-term perspective and an eye open for new opportunities. Combining both economic growth and quality of life.

# I gaudir d'una vida plena en tots els sentits

**CAT** Barcelona vol ser una ciutat que permeti a les persones potenciar al màxim les diferents facetes de la seva vida. Sense haver-ne de renunciar a cap. Perquè la realització personal, familiar, professional i social van de la mà. Una ciutat que ens ofereix tot el que necessitem en les diferents etapes de la nostra vida.

**CAS** **Y disfrutar de una vida  
plena en todos los sentidos**

Barcelona quiere ser una ciudad que permita a las personas potenciar al máximo las diferentes facetas de su vida. Sin tener que renunciar a ninguna. Porque la realización personal, familiar, profesional y social van de la mano. Una ciudad que nos ofrece todo lo que necesitamos en las diferentes etapas de nuestra vida.

**ENG** **While allowing people to enjoy life  
to the full in every respect**

Barcelona wants to be a city that allows people to develop different aspects of their lives to the fullest. Without having to sacrifice anything. Because a fulfilling personal, family, professional and social life all go hand-in-hand. A city that offers people everything they need in every stage of their life.





# Tenim sis pilars per fer-ho possible

Tenemos seis pilares para hacerlo posible

We have six pillars for achieving this

1  
**CONNEXIÓ**

CONEXIÓN  
CONNECTION

2  
**INICIATIVA**

INICIATIVA  
INITIATIVE

3  
**ÀNIMA**

ALMA  
SOUL

4  
**CONTRASTOS**

CONTRASTES  
CONTRASTS

5  
**TALENT**

TALENTO  
TALENT

6  
**COMPROMÍS**

COMPROMISO  
COMMITMENT

1

# CONNEXIÓ

CONEXIÓN

CONNECTION

**CAT** La privilegiada ubicació geogràfica de Barcelona i les seves infraestructures fan que sigui una ciutat ben connectada amb el món. Disposa d'un dels ports més importants del Mediterrani, una alta velocitat ferroviària que la connecta amb les ciutats més importants de la península Ibèrica i un dels aeroports internacionals de més creixement en vols, passatgers i connexions en els últims anys.

Barcelona potencia també la connexió gràcies a un entramat de vida de barri i amb la resta de ciutats de la seva àrea metropolitana. Però la seva capacitat de connexió va més enllà: Barcelona també connecta idees, perquè fomenta l'avenç digital, disposa d'espais mixtos on conviuen comerços, habitatges i negocis, i promou iniciatives i plataformes que fan que sigui una ciutat intel·ligent i avançada.



**CAS** La privilegiada ubicación geográfica de Barcelona y sus infraestructuras hacen que sea una ciudad bien conectada con el mundo. Dispone de uno de los puertos más importantes del Mediterráneo, una alta velocidad ferroviaria que la conecta con las ciudades más importantes de la península ibérica y uno de los aeropuertos internacionales de mayor crecimiento en vuelos, pasajeros y conexiones en los últimos años.

Barcelona potencia también la conexión gracias a un entramado de vida de barrio y con el resto de las ciudades de su área metropolitana. Pero su capacidad de conexión va más allá: Barcelona también conecta ideas, porque fomenta el avance digital, dispone de espacios mixtos donde conviven comercios, viviendas y negocios, y promueve iniciativas y plataformas que hacen que sea una ciudad inteligente y avanzada.

**ENG** Barcelona's privileged geographical location and its infrastructures mean it is well connected to the world. It has one of the Mediterranean's most important ports, a high-speed railway that connects it with other major cities on the Iberian Peninsula and an international airport with some of the highest figures in terms of growth in flights, passengers and connections over recent years.

Barcelona also fosters strong connections thanks to its network of neighbourhood life, as well as strong links with other cities in the metropolitan area. But its capacity for connection goes even further: Barcelona also connects ideas as it promotes digital progress, it has mixed spaces that bring together shops, housing and businesses, and it promotes initiatives and platforms that make it an advanced smart city.



CONNEXIÓ: Fets que ho demostren  
CONEXIÓN: Hechos que lo demuestran  
CONNECTION: Facts that prove it

## Ubicació geogràfica privilegiada

Ubicación geográfica privilegiada  
Privileged geographical location

## Un dels principals ports del Mediterrani

Uno de los principales puertos del Mediterráneo  
One of the Mediterranean's main ports

## Aeroport amb més de cinquanta milions de passatgers

Aeropuerto con más de cincuenta millones de pasajeros  
Airport with more than fifty million passengers

## Xarxa de transport públic metropolità

Red de transporte público metropolitano  
Metropolitan public transport network

## Enllaços entre ciutats

Enlaces entre ciudades  
Links between cities

## 1a. ciutat mundial en congressos

1ª ciudad mundial en congresos  
World's no. 1 city for congresses



**CONNEXIÓ:** Fets que ho demostren  
**CONEXIÓN:** Hechos que lo demuestran  
**CONNECTION:** Facts that prove it

## Capital europea de la mobilitat urbana

Capital europea de la movilidad urbana  
 European capital of urban mobility

## Plena d'espais mixtos on conviuen empreses, habitatges i comerços

Llena de espacios mixtos donde conviven empresas, viviendas y comercios  
 Full of mixed-use spaces bringing together shops, housing and businesses

## La 3a. smart city del món

La 3<sup>a</sup> smart city del mundo  
 The world's 3rd smart city

## El hub 5G del sud d'Europa

El hub 5G del sur de Europa  
 The 5G hub for Southern Europe





2

# INICIATIVA

INICIATIVA

INITIATIVE



**CAT** A Barcelona, als barcelonins i les barcelonines ens agraden els reptes i destaquem pel nostre esperit emprenedor. És l'esperit d'una ciutat que s'ha fet a si mateixa i que ha estat font d'inspiració i d'atracció per a molta gent d'arreu del món.

Focus de cultura i d'indústria, seu de petites, mitjanes i grans empreses d'èxit i primera ciutat mundial de congressos, Barcelona és un viver d'idees i projectes, un terreny fèrtil, ple de possibilitats per descobrir, aprendre i desenvolupar-se, en un continu procés de creació i recreació gràcies a iniciatives d'èxit que moltes vegades es fan realitat gràcies a la col·laboració públicoprivada.

**CAS** A Barcelona, a los barceloneses y barcelonesas nos gustan los retos y destacamos por nuestro espíritu emprenedor. Es el espíritu de una ciudad que se ha hecho a sí misma y que ha sido fuente de inspiración y de atracción para mucha gente de todo el mundo.

Foco de cultura y de industria, sede de pequeñas, medianas y grandes empresas de éxito y primera ciudad mundial de congresos, Barcelona es un vivero de ideas y proyectos, un terreno fértil, lleno de posibilidades para descubrir, aprender y desarrollarse, en un continuo proceso de creación y recreación gracias a iniciativas de éxito que muchas veces se hacen realidad gracias a la colaboración público-privada.

**ENG** Barcelona and its citizens like challenges, and we are known for our entrepreneurial spirit – the spirit of a self-made city that has been a source of inspiration and appeal for many people around the world.

A cultural and industrial hub, home to the headquarters of successful small, medium and large companies and the world's top city for congresses, Barcelona is a seed bed of ideas and projects; a fertile ground full of possibilities for discovery, learning and self-development. A place in a continuous process of creation and recreation thanks to successful initiatives that are very often the fruit of public-private partnerships.

**INICIATIVA: Fets que ho demostren**  
**INICIATIVA: Hechos que lo demuestran**  
**INITIATIVE: Facts that prove it**

## Espais històrics construïts per sufragi veïnal

**Espacios históricos construidos  
por sufragio vecinal**  
**Historical spaces built through  
the initiative of local residents**

## Espais de *coworking*

**Espacios de *coworking***  
**Coworking spaces**

## Participació ciutadana en espais de debat tant digitals com presencials

**Participación ciudadana  
en espacios de debate tanto  
digitales como presenciales**  
**Public participation in both online  
and face-to-face debates**

## Esperit de col·laboració olímpic

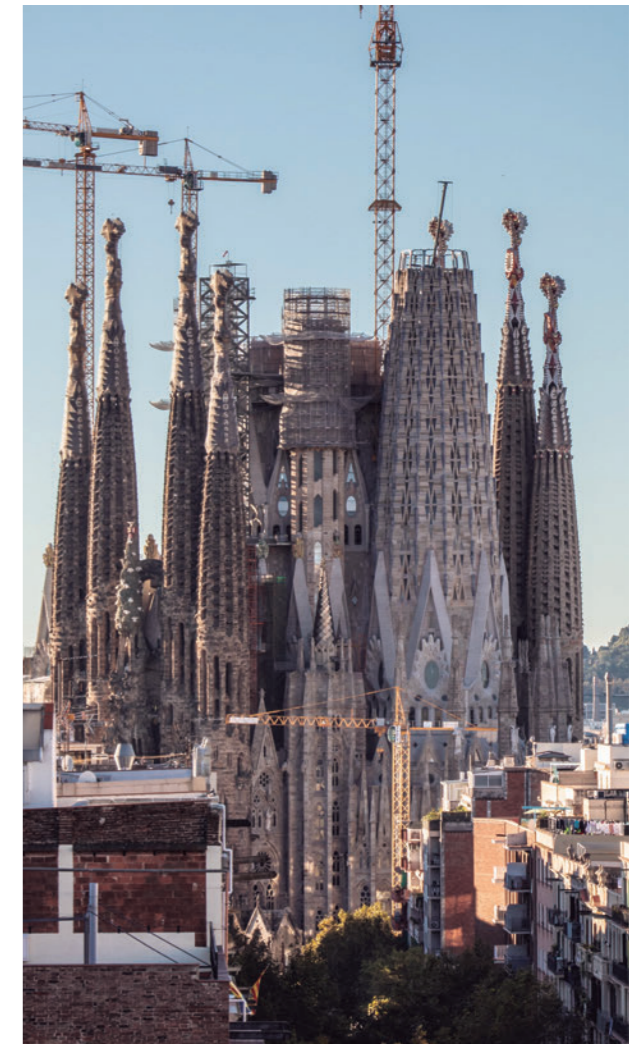
**Espíritu de colaboración olímpico**  
**Spirit of Olympic collaboration**

## Pol empresarial potent

**Polo empresarial potente**  
**Powerful business hub**

## Construcció i reconstrucció particular d'edificis emblemàtics

**Construcción y reconstrucción  
particular de edificios emblemáticos**  
**Construction and renovation  
of unique emblematic buildings**





INICIATIVA: Fets que ho demostren  
 INICIATIVA: Hechos que lo demuestran  
 INITIATIVE: Facts that prove it

## Espais de creació i cultura

Espacios de creación y cultura  
 Creative and cultural spaces

## Ecosistema sanitari públicoprivat

Ecosistema sanitario público-privado  
 Public and private healthcare ecosystem



## Barcelona Activa: formació i emprendedoria

Barcelona Activa: formación y emprendimiento  
 Barcelona Activa: training and entrepreneurship

## Xarxa de start-ups tecnològiques

Red de start-ups tecnològiques  
 Network of tech start-ups



## Laboratoris d'innovació

Laboratorios de innovación  
 Innovation labs

## Ateneus: cultura i debat

Ateneus: cultura y debate  
 Local cultural associations: culture and debate

3

ÁNIMA

ALMA

SOUL



**CAT** Barcelona és una ciutat que desperta somriures i fa bategar els cors. Que valora les petites grans coses de la vida, com gaudir del temps lliure, de l'amistat i de la família. Una ciutat amb encant, plena de màgia, d'emocions i de sensacions.

Formen part de l'ànima de Barcelona les tradicions i les festes populars, la vida de barri, la cultura al carrer, els mercats municipals, la xarxa de biblioteques, l'encant dels racons amagats, la vida nocturna i tantes altres coses. Una ànima de vegades indescriptible però sempre reconoscible.



**CAS** Barcelona es una ciudad que despierta sonrisas y hace latir los corazones. Que valora las pequeñas grandes cosas de la vida, como disfrutar del tiempo libre, de la amistad y de la familia. Una ciudad con encanto, llena de magia, de emociones y de sensaciones.

Forman parte del alma de Barcelona las tradiciones y las fiestas populares, la vida de barrio, la cultura en la calle, los mercados municipales, la red de bibliotecas, el encanto de los rincones escondidos, la vida nocturna y tantas otras cosas. Un alma a veces indescriptible pero siempre reconocible.

**ENG** Barcelona is a city that brings a smile to people's faces and wins over their hearts. A place that values the little big things in life, like enjoying free time, friendships and family. A city with charm – full of magic, emotions and sensations.

The soul of Barcelona is fed by its traditions and celebrations, the life of its neighbourhoods, street culture, local markets, its network of libraries, the charm of its hidden treasures, its night life and a wealth of other things. It is a spirit that is sometimes hard to describe, but always easy to recognise.

ÀNIMA: Fets que ho demostren

ALMA: Hechos que lo demuestran

SOUL: Facts that prove it

# Tradicions i festes populars

Tradiciones y fiestas populares

Traditions and celebrations

# Policèntrica, barris i racons

Policéntrica, barrios y rincones

Various centres: neighbourhoods and hidden treasures



# Xarxa de biblioteques

Red de bibliotecas

Network of libraries

# Amb 99 mercats metropolitans

Con 99 mercados metropolitanos

99 city markets

# Ciutat a escala humana

Ciudad a escala humana

A city on a human scale

# Pràctica habitual de l'esport

Práctica habitual del deporte

Regular sport practice





ÀNIMA: Fets que ho demostren  
ALMA: Hechos que lo demuestran  
SOUL: Facts that prove it

## Ramblejar: gaudir del camí, però amb una direcció clara

## 1,4 milions d'arbres

1,4 millones de árboles  
1,4 million trees

Ramblear: disfrutar del camino,  
pero con una dirección clara

Rambling: enjoying the walk,  
but with a fixed destination in mind



## Foment dels petits grans plaers

Fomento de los pequeños  
grandes placeres

Focus on the little big pleasures

## 3a. ciutat europea a Instagram

3ª ciudad europea en Instagram

3rd European city on Instagram

## Vida nocturna

Vida nocturna

Night life

## Cultura de carrer

Cultura de calle

Street culture



4

# CONTRASTOS

CONTRASTES

CONTRASTS

**CAT** A Barcelona trobem persones amb idees, creences i procedències molt diverses. És una ciutat de contrastos que ens enriqueixen i ens estimulen, que es complementen i conviuen de manera harmònica. La ciutat més nòrdica del sud i la més mediterrània del nord. Un lloc on la tradició es combina amb la modernitat. Una ciutat petita i gran alhora.

**CAS** En Barcelona encontramos personas con ideas, creencias y procedencias muy diversas. Es una ciudad de contrastes que nos enriquecen y nos estimulan, que se complementan y conviven armónicamente. La ciudad más nórdica del sur y la más mediterránea del norte. Un lugar donde la tradición se combina con la modernidad. Una ciudad pequeña y grande a la vez.

**ENG** In Barcelona, you can find people with a highly diverse range of ideas, beliefs and origins. It is a city of contrasts that enrich and stimulate us; contrasts that complement each other and exist harmoniously side-by-side. The most Nordic city of the south, and the most Mediterranean city of the north. A place where tradition blends with modernity. A city both big and small.





**CONTRASTOS:** Fets que ho demostren  
**CONTRASTES:** Hechos que lo demuestran  
**CONTRASTS:** Facts that prove it

## Mar i muntanya

Mar y montaña  
 Sea and mountain

## Del sud i del nord

Del sur y del norte  
 From the north and from the south

## Gran i petita

Grande y pequeña  
 Large and small

## Treballar i gaudir

Trabajar y disfrutar  
 Work and pleasure

## Classicisme i innovació

Clasicismo e innovación  
 Classicism and innovation

## Públic i privat

Público y privado  
 Public and private



CONTRASTOS: Fets que ho demostren  
CONTRASTES: Hechos que lo demuestran  
CONTRASTS: Facts that prove it

# Tradició i modernitat

Tradición y modernidad  
Traditional and modern

# Joves i grans

Jóvenes y mayores  
Young and old

# Metròpoli i barri

Metrópoli y barrio  
Metropolis and neighbourhood



5

**TALENT**

**TALENTO**

**TALENT**

**CAT** Barcelona és una ciutat que promou, desenvolupa i atreu el talent. Reconeguda per la qualitat dels seus oficis, els seus artesans i professionals, la ciutat ha vist néixer genis molt destacats en àrees com l'arquitectura, l'art, la literatura, el disseny o la gastronomia, entre d'altres. Ha estat i és el lloc triat per nombrosos artistes, científics, professionals i emprenedors de tot el món per desenvolupar les seves idees i projectar-se globalment.

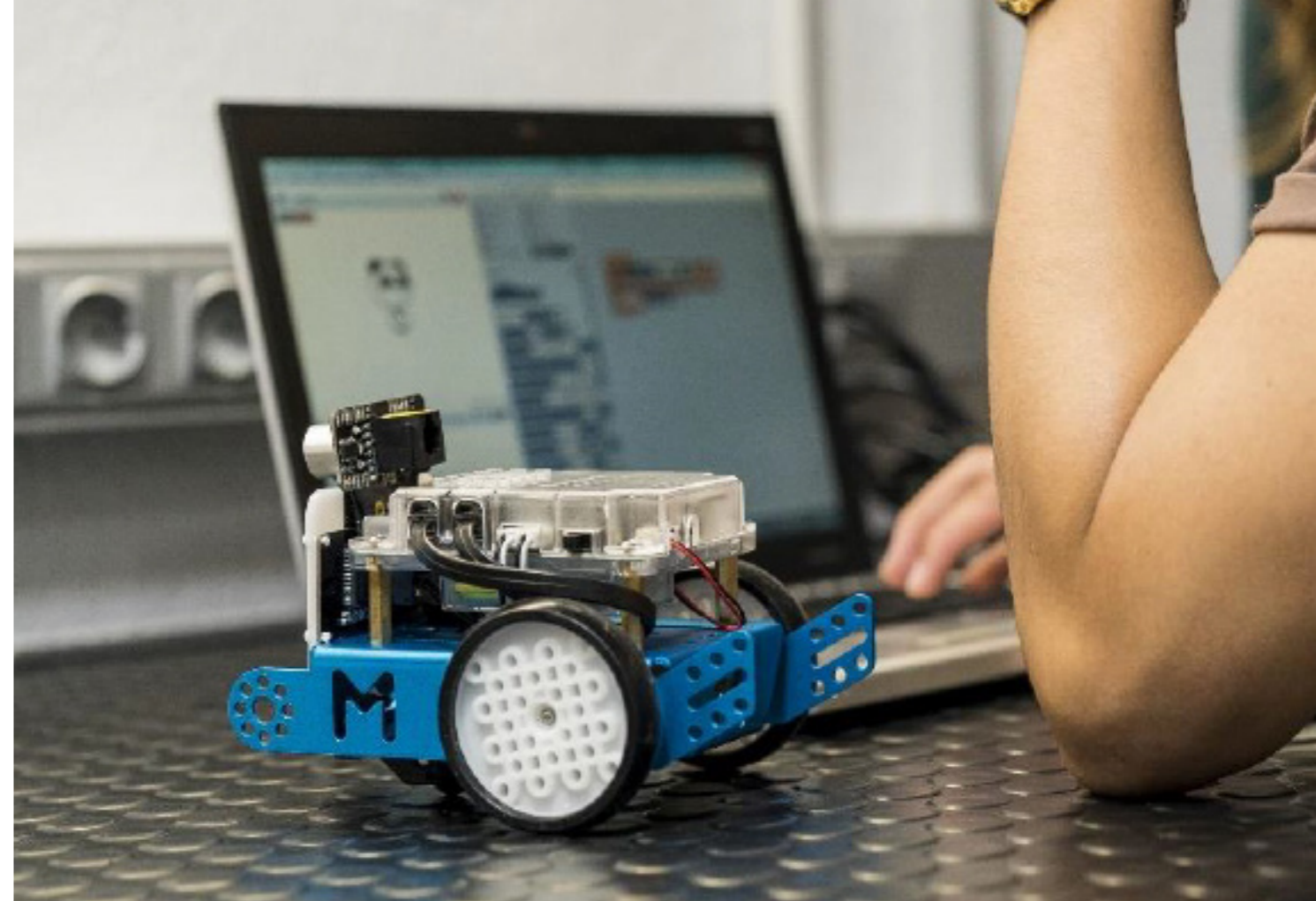
Avui més que mai som un *hub* de talent, un ecosistema innovador i potent que abasta la pràctica totalitat de la cadena de valor en indústries molt diverses com la tecnologia, la recerca biomèdica, l'automoció, el disseny, la sanitat, l'educació, l'esport o la música, entre d'altres. Iniciatives que són testimoni de l'abast mundial del talent divers que posseeix la ciutat.

**CAS** Barcelona es una ciudad que promueve, desarrolla y atrae el talento. Reconocida por la calidad de sus oficios, sus artesanos y profesionales, la ciudad ha visto nacer genios muy destacados en áreas como la arquitectura, el arte, la literatura, el diseño o la gastronomía, entre otras. Ha sido y es el lugar elegido por numerosos artistas, científicos, profesionales y emprendedores de todo el mundo para desarrollar sus ideas y proyectarse globalmente.

Hoy más que nunca somos un *hub* de talento, un ecosistema innovador y potente que abarca la práctica totalidad de la cadena de valor en industrias muy diversas como la tecnología, la investigación biomédica, la automoción, el diseño, la sanidad, la educación, el deporte o la música, entre otras. Iniciativas que son testimonio del alcance mundial del talento diverso que posee la ciudad.

**ENG** Barcelona is a city that promotes, attracts and develops talent. Renowned for the quality of its trades, crafts people and professionals, the city has seen the birth and rise of highly prominent geniuses in fields such as architecture, art, literature, design and gastronomy. It is the place chosen by many artists, scientists, professionals and entrepreneurs to develop their ideas and launch themselves internationally.

Today more than ever, the city is a talent hub with a powerful and innovative ecosystem that covers practically the entire value chain in highly diverse industries such as technology, biomedical research, automobiles, design, healthcare, education, sport and music. Initiatives that bear witness to the global reach of the city's diverse talent.





**TALENT:** Fets que ho demostren  
**TALENTO:** Hechos que lo demuestran  
**TALENT:** Facts that prove it

## Vocació i ofici

Vocación y oficio  
 Vocation and profesion

## Referent en esport

Referente en deporte  
 Leading city for sports

## Ecosistema de pimes

Ecosistema de pymes  
 Ecosystem of SMEs

## Capdavanterers en infraestructures científiques

Líderes en infraestructuras científicas  
 Leader in scientific infrastructures

## Atracció històrica del talent

Atracción histórica del talento  
 Track record of attracting talent

## Innovació en automoció

Innovación en automoción  
 Innovation in the automotive sector

## 22@: el districte de la innovació

22@: el distrito de la innovación  
 22@: the innovation district

## Nucli d'investigació biomèdica del sud d'Europa

Nucleo de investigación biomédica del sur de Europa  
 Southern Europe's biomedical research hub

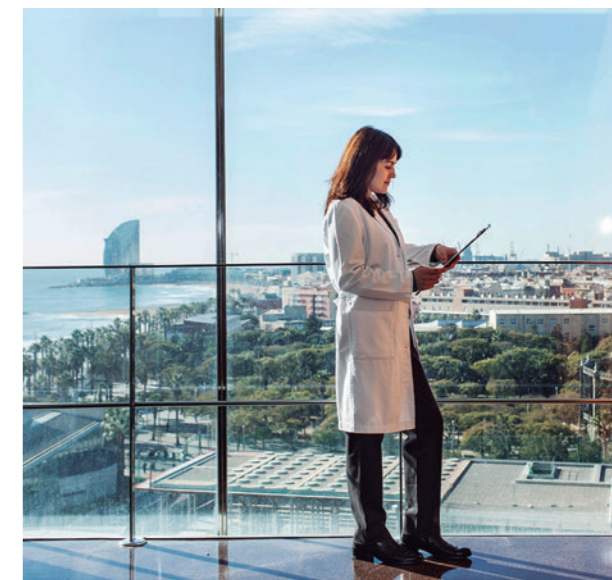
**TALENT: Fets que ho demostren**  
TALENTO: Hechos que lo demuestran  
TALENT: Facts that prove it

# Investigació i desenvolupament

Investigación y desarrollo  
Research and development

# Top 10 mundial en MBA

Top 10 mundial en mba  
Among the world's Top 10 for MBAs

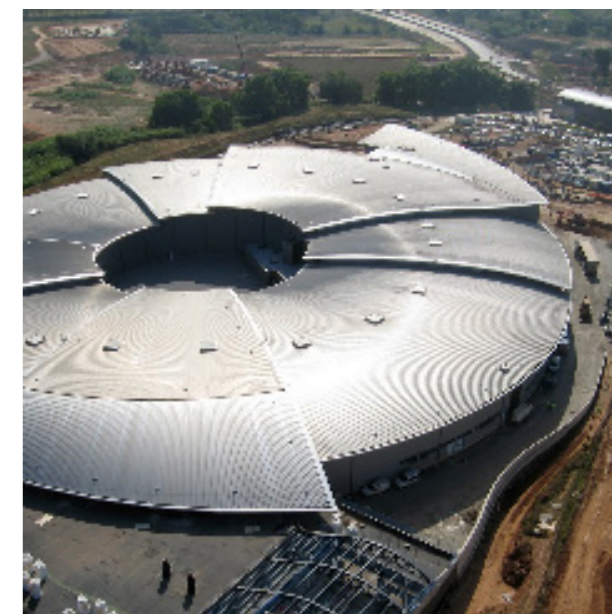


# La ciutat del disseny

La ciudad del diseño  
The city of design

# Festivals de rellevància internacional

Festivales de relevancia internacional  
Festivals with an international profile



# Barcelonins i barcelonines reconeguts arreu del món

Barceloneses y barcelonesas reconocidos alrededor del mundo  
Barcelona residents renowned around the world





6

# COMPROMÍS

COMPROMISO

COMMITMENT



**CAT** Barcelona és una ciutat amb valors. Sempre compromesa amb la reivindicació social i col·lectiva, tradicionalment ha estat capaç de treure el millor de si mateixa en els moments més durs.

Seu d'importants ONG, té un tercer sector actiu i dinàmic, i també una llarga tradició pública i privada de defensa del benestar dels ciutadans i ciutadanes dels drets civils de les persones.

Barcelona accepta de manera natural la diversitat i promou iniciatives i projectes que busquen millorar la qualitat de vida de les persones en àmbits com l'urbanisme, el medi ambient o la cooperació, entre d'altres.

**CAS** Barcelona es una ciudad con valores. Siempre comprometida con la reivindicación social y colectiva, tradicionalmente ha sido capaz de sacar lo mejor de sí misma en los momentos más duros.

Sede de importantes ONG, tiene un tercer sector activo y dinámico, y también una larga tradición pública y privada de defensa del bienestar de los ciudadanos y ciudadanas y de los derechos civiles de las personas.

Barcelona acepta de manera natural la diversidad y promueve iniciativas y proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de las personas, en ámbitos como el urbanismo, el medioambiente o la cooperación, entre otros.

**ENG** Barcelona is a city with values. Always committed to social and community causes, it has a history of being able to put its best foot forward during the most difficult times.

Home to the headquarters of important NGOs, it has an active and dynamic third sector as well as a long tradition of defending public wellbeing and civil rights, both from the public and private spheres.

Barcelona naturally accepts diversity and promotes initiatives and projects that aim to improve people's quality of life in areas such as town planning, the environment and cooperation.

**COMPROMÍS:** Fets que ho demostren  
**COMPROMISO:** Hechos que lo demuestran  
**COMMITMENT:** Facts that prove it

# Mobilitzacions ciutadanes

Movilizaciones ciudadanas  
Public movements

# Seu i origen de grans ONG

Sede y origen de grandes ONG  
Home and headquarters to large NGOs

# Acceptació de la diversitat

Aceptación de la diversidad  
Acceptance of diversity

# Superilles i projectes de reordenació de la mobilitat

Supermanzanas y proyectos de reordenación de la movilidad  
Superblocks and reorganisation of mobility

# Unió i solidaritat en moments difícils

Unión y solidaridad en momentos difíciles  
Togetherness and solidarity in difficult times





**COMPROMÍS:** Fets que ho demostren

COMPROMISO: Hechos que lo demuestran

COMMITMENT: Facts that prove it

## **Tercer sector innovador i modern**

**Tercer sector innovador y moderno**

**Innovative and modern third sector**

## **Ciutat neutra en emissions de diòxid de carboni el 2050**

**Ciudad neutra en emisiones  
de dióxido de carbono en el 2050**

**Carbon neutral city by 2050**

**Una ciutat  
no és només  
el que té**

**Una ciudad  
no es solo  
lo que tiene**

**A city isn't only  
defined by what  
it possesses**

**sinó també  
com és i com  
s'expressa**

**sino también  
cómo es y cómo  
se expresa**

**but also by  
its innate character and  
how it expresses itself**

# BARCELONA

Ens sentim orgullosos de com som i del que hem aconseguit. No ens volem assemblar a ningú més que a nosaltres mateixos.

Nos sentimos orgullosos de cómo somos y de lo que hemos conseguido. No nos queremos parecer a nadie más que a nosotros mismos.

We feel proud of what we are and what we have achieved. We don't aspire to be like anybody else but ourselves.

# SINGULAR

SINGULAR UNIQUE

VALENTA

AMBICIOSA

REALISTA

INCONFORMISTA

EQUILIBRADA

CURIOSA

OBERTA



# BARCELONA

Afrontem reptes i emprenem projectes  
d'altura sense por a equivocar-nos.

Afrontamos retos y emprendemos proyectos  
de altura sin miedo a equivocarnos.

We face challenges and undertake ambitious projects  
without being afraid of making mistakes.

SINGULAR

**VALENTA**

VALIENTE BRAVE

AMBICIOSA

REALISTA

INCONFORMISTA

EQUILIBRADA

CURIOSA

OBERTA



# BARCELONA

Pensem en gran i volem fer els nostres somnis realitat, però també som propers i empàtics.

Pensamos en grande y queremos hacer nuestros sueños realidad, pero también somos cercanos y empáticos.

We think big and want to make our dreams come true, but we're also down-to-earth and empathetic.

SINGULAR

VALENTA

**AMBICIOSA**

AMBICIOSA AMBITIOUS

REALISTA

INCONFORMISTA

EQUILIBRADA

CURIOSA

OBERTA



# BARCELONA

Ens agrada imaginar un futur millor,  
però mirem la realitat de cara.

Nos gusta imaginar un futuro mejor,  
pero miramos la realidad de frente.

We like to imagine a better future,  
but we tackle reality face on.

SINGULAR

VALENTA

AMBICIOSA

**REALISTA**

REALISTA REALISTIC

INCONFORMISTA

EQUILIBRADA

CURIOSA

OBERTA



# BARCELONA

Ens rebel·lem contra l'«això sempre s'ha fet així».  
Creiem que hi ha moltes maneres de fer el mateix.

Nos rebelamos contra el «esto siempre se ha hecho así». Creemos que hay muchas maneras de hacer lo mismo.

We don't limit ourselves to "the way things have always been done". We believe there are many ways to do the same thing.

SINGULAR

VALENTA

AMBICIOSA

REALISTA

**INCONFORMISTA**

INCONFORMISTA NONCONFORMIST

EQUILIBRADA

CURIOSA

OBERTA

# BARCELONA

Tenim una combinació equilibrada de seny i rauxa.  
De raó i emoció. De nord i sud. D'art i ciència.

Tenemos una combinación equilibrada  
de cordura y locura. De razón y emoción.  
De norte y sur. De arte y ciencia.

We have a balanced combination of common  
sense and daring. Of reason and emotion.  
Of north and south. Of art and science.

SINGULAR  
VALENTA  
AMBICIOSA  
REALISTA  
INCONFORMISTA

**EQUILIBRADA**

EQUILIBRADA BALANCED

CURIOSA

OBERTA



# BARCELONA

Entenem que tenir els ulls ben oberts és un requisit indispensable per fer una cosa nova.

Entendemos que tener los ojos bien abiertos es un requisito indispensable para hacer algo nuevo.

We know that keeping your eyes wide open is essential when doing something new.

SINGULAR  
VALENTA  
AMBICIOSA  
REALISTA  
INCONFORMISTA  
EQUILIBRADA  
**CURIOSA**  
CURIOSA CURIOUS  
OBERTA

# BARCELONA

Donem la benvinguda i aprenem de totes les persones perquè ens ajuden a fer millor aquest racó de món que estimem tant.

Damos la bienvenida a todas las personas y aprendemos de ellas porque nos ayudan a hacer mejor este rincón de mundo que tanto queremos.

We welcome and learn from everyone, so they can help us make this corner of the world that we love so much a better place.

SINGULAR  
VALENTA  
AMBICIOSA  
REALISTA  
INCONFORMISTA  
EQUILIBRADA  
CURIOSA  
**OBERTA**  
ABIERTA OPEN

# 10 idees clau sobre Barcelona

10 ideas clave sobre Barcelona  
10 key ideas about Barcelona



**Barcelona és una *new world city***

Barcelona es una *new world city*

Barcelona is a new world city

Som una ciutat més humana, més especialitzada i de mides més reduïdes que les grans capitals i les ciutats emergents. Estocolm i Melbourne, igual que Barcelona, també en són un exemple.

Somos una ciudad más humana, más especializada y de medidas más reducidas que las grandes capitales y las ciudades emergentes. Estocolmo y Melbourne, al igual que Barcelona, también son un ejemplo de ello.

We are a more human city, more specialised and built on a smaller scale than the large capitals and emerging cities. Together with Barcelona, Stockholm and Melbourne are other examples of this kind of metropolis.

**Barcelona és molt més que turisme**

Barcelona es mucho más que turismo

Barcelona is much more than just tourism

Volem oferir als nostres ciutadans i ciutadanes la possibilitat de gaudir de totes les facetes de la vida. Per això l'oci i el turisme són importants, però també ho són la creativitat, els negocis i la recerca.

Queremos ofrecer a nuestros ciudadanos y ciudadanas la posibilidad de disfrutar de todas las facetas de la vida. Por eso el ocio y el turismo son importantes, pero también lo son la creatividad, los negocios y la investigación.

We want to offer our citizens the chance to enjoy all aspects of life, which is why so much importance is placed not only on leisure and tourism, but also on creativity, business and research.

## Barcelona va més enllà de Barcelona ciutat

Barcelona va més allá de Barcelona ciudad  
Barcelona extends beyond the city of Barcelona itself

Som una realitat metropolitana, alguns dels nostres principals actius es troben fora dels límits administratius de la ciutat.

Somos una realidad metropolitana, algunos de nuestros principales activos se encuentran fuera de los límites administrativos de la ciudad.

We are an urban agglomeration, and some of our main assets are found outside the boundaries of the city proper.

## Barcelona transmet empenta, però també màgia

Barcelona transmite empuje, pero también magia  
Barcelona is characterised by its drive, but also by its magic

La nostra ànima ens fa únics, especials i reconeguts arreu del món. Per això, l'hem de cuidar i saber comunicar en tot el que fem.

Nuestra alma nos hace únicos, especiales y reconocidos en todo el mundo. Por eso, debemos cuidarla y saberla comunicar en todo lo que hacemos.

Our spirit makes us unique, special and world renowned. Which is why we need to care for this spirit and know how to get it across in everything we do.

## Barcelona vol ser model de progrés

Barcelona quiere ser un modelo de progreso  
Barcelona wants to be a model of progress

Competim amb les grans capitals mundials i ho fem realçant una idea clara que respon a una manera de ser i de fer, a una manera de treballar i de viure.

Competimos con las grandes capitales mundiales y lo hacemos realizando una idea clara que responde a una manera de ser y de hacer, a una manera de trabajar y de vivir.

We compete with the world's main capitals, and we do so by conveying a clear idea of who we are and how we do things – our way of working and living.

## Barcelona és especialista en diversitat

Barcelona es especialista en diversidad  
Barcelona is a specialist in diversity

Pensem i treballem en xarxa, perquè la diversitat ens enriqueix i els contrastos estimulen la nostra iniciativa. Diferents orígens, sectors d'activitat o interessos troben aquí un lloc on arrelar i créixer.

Pensamos y trabajamos en red, porque la diversidad nos enriquece y los contrastes estimulan nuestra iniciativa. Diferentes orígenes, sectores de actividad o intereses encuentran aquí un lugar donde echar raíces y crecer.

We think and work as a network, because diversity enriches us, while contrasts stimulate our initiative. Here, different origins, sectors of activity and interests find a place to take root and grow.

## Barcelona vol ser una ciutat per a tota la vida

Barcelona quiere ser una ciudad para toda la vida  
Barcelona wants to be a city where people can spend their whole lives

A Barcelona treballem perquè la realització personal, familiar, social i professional vagin sempre de la mà, al llarg de totes les etapes de la vida.

En Barcelona trabajamos para que la realización personal, familiar, social y profesional vayan siempre de la mano, a lo largo de todas las etapas de la vida.

In Barcelona, we work to ensure that enjoyable personal, family, social and professional lives are all compatible throughout all stages of life.

## Barcelona és ciutat de talent

Barcelona es ciudad de talento  
Barcelona is a city full of talent

Importem i exportem talent en tota mena de disciplines, sense oblidar la importància dels oficis.

Importamos y exportamos talento en todo tipo de disciplinas, sin olvidar la importancia de los oficios.

We import and export talent within all types of discipline, without forgetting the importance of talent within trades.

## Barcelona és creativa, però també un puntal de la recerca

Barcelona es creativa, pero también un puntal de la investigación  
Barcelona is creative, but it's also a leading research hub

Promovem i fomentem la creativitat per la nostra història i el nostre caràcter cosmopolita i mediterrani. Però, a més, som referents en biomedicina, tecnologies de la informació i la comunicació, fotònica i acceleració de partícules.

Promovemos y fomentamos la creatividad por nuestra historia y nuestro carácter cosmopolita y mediterráneo. Pero, además, somos referentes en biomedicina, tecnologías de la información y la comunicación, fotónica y aceleración de partículas.

Promoting and nurturing creativity is a part of our history and our cosmopolitan and mediterranean character. But we're also a leading centre for biomedicine, information and communication technologies, photonics and particle acceleration.

## Barcelona és un ecosistema de *start-ups*

Barcelona es un ecosistema de *star-ups*  
Barcelona is a start-up ecosystem

Tenim un ric entramat de viviers, acceleradores i espais de *coworking* que fan possible ser un dels centres més dinàmics d'Europa en àmbits com les aplicacions mòbils, la internet de les coses, el comerç electrònic, els videojocs o el *Big Data*.

Tenemos un rico entramado de viveros, aceleradoras y espacios de *coworking* que hacen posible ser uno de los centros más dinámicos de Europa en ámbitos como las aplicaciones móviles, la internet de las cosas, el comercio electrónico, los videojuegos o el *Big Data*.

We are home to a rich network of seedbeds, accelerators and coworking spaces that make us one of Europe's most thriving centres in areas such as mobile apps, the internet of things, e-commerce, video games and Big Data.



**Construir  
la reputació  
que volem  
de la nostra ciutat**

**Construir la reputación  
que queremos  
de nuestra ciudad**

**Building  
the reputation  
we want for our city**

**és una tasca  
constant  
i col·lectiva**

**es una tarea  
constante  
y colectiva**

**is a  
collective,  
ongoing task**



**CAT** Gràcies a aquest treball de cocreació del relat de Barcelona, tenim clar on volem anar i com fer-ho. Però només treballant de manera constant i coordinada aconseguirem construir una reputació que aporti valor a tots els ciutadans i ciutadanes. Una ciutat que sigui reconeguda com un model en què les aventures personals, professionals i col·lectives conviuen i es fan realitat.

**CAS** Gracias a este trabajo de cocreación del relato de Barcelona, tenemos claro adónde queremos ir y cómo hacerlo. Pero solo trabajando de manera constante y coordinada lograremos construir una reputación que aporte valor a todos los ciudadanos y ciudadanas. Una ciudad que sea reconocida como un modelo en el que las aventuras personales, profesionales y colectivas conviven y se hacen realidad.

**ENG** Thanks to this work to co-create the storytelling for Barcelona, we are clear about where we want to go and how to get there. But only by working in a constant and coordinated manner will we be able to build a reputation that gives added value to all residents of the city. A city that is acknowledged as a paradigm, where personal, professional and community endeavours are developed and flourish side by side.

BARCELONA

# La ciutat dels projectes vitals

La ciudad de  
los proyectos  
vitalés

A city for  
all of life's  
ventures

# Agraïment a totes les persones que han participat en aquest projecte

Agradecimiento a todas las personas que han participado en este proyecto  
Acknowledgement of all those who have participated in this project

Ada Colau	Alcaldessa Ajuntament de Barcelona	Antoni Gil	Director de Comunicació i Relacions Institucionals RACC	Eduard Vicente	Gerent Districte Horta-Guinardó Ajuntament de Barcelona	Guillermo Belcastro	CEO Hutchison Ports
Afra Quintanas	Propietària Proper Practice	Antoni Huerta	Director Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA)	Emilià Pola	Director Executiu Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA)	Horacio Martos	Cofundador Socialpoint
Àgueda Bañón	Directora de Comunicació Ajuntament de Barcelona	Arturo Mas-Sardá	President Port Aventura	Emma Pueyo	Consultora creativa Emma de Barcelona	Ignacio Erroz	General Manager OneOcean Port Vell Barcelona
Agustí Colom	Regidor d'Empresa i Turisme Ajuntament de Barcelona	Aurora Catà	Sòcia Seeliger i Conde	Enric Costa	Marketing Manager Grup DAMM	Ignasi de Delàs	Subdirector General Consorti de Turisme de Barcelona
Alba Morales	Cap de Projectes Associació Catalana d'Universitats Públiques (ACUP)	Blanca Sorigué	Directora General Consorti de la Zona Franca	Enric Pérez	Gerent del Gabinet d'Estudis Abertis	Ignasi Paré	Design Manager Ignasi Paré Design
Alba Rosado	Project Portfolio Manager Institut de Ciències Fotòniques (ICFO)	Bruno Vilarasau	Director de Serveis Digitals i Sector Públic Telefónica	Enric Pujadas	Director de l'Àrea de Publicitat Patrocinis i Màrqueting, MediaPro	Isabel Roig	Directora General Barcelona Centre de Disseny (BCD)
Albert Closas	Director i Presentador del programa Valor Afegit Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)	Carlos Bermúdez	Cofundador Estudi Pràctica	Enric Villar	Director de Màrqueting Estratègic Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)	Isabel Sánchez	Directora Triodos Bank Catalunya
Albert Font	Adjunt a la Gerència de l'Àrea de Presidència i Economia Ajuntament de Barcelona	Carlos Nueno	CEO Advance Medical Teladoc Health	Esteve Caramés	Coordinador Fàbriques de Creació ICUB Ajuntament de Barcelona	Jaime Ramos	Exdirector Corporatiu de Màrqueting i Comunicació Barcelona de Serveis Municipals, SA (BSM)
Albert Porta	Cofundador Estudi Pràctica	Carlos Ortet	General Manager ZOOPA	Esther Jones	Fundadora Barcelona Metropolitan	Jaume Baró	Director Operatiu de Serveis a les Empreses Barcelona Activa
Alberto Bartoli	Director de Màrqueting a Espanya Value Retail	Carlos Seguí	Director Comercial i Màrqueting Institut de Microbiologia Ocular (IMO)	Eulàlia Ripoll	Head of Events Europe GSMA	Jaume Collboni	Vicepresident de Desenvolupament Social i Econòmic, Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) i Extinent d'alcaldia Ajuntament de Barcelona
Alberto Guijarro	Director Primavera Sound	Carme Turégano	Gerent Districte Sant Andreu Ajuntament de Barcelona	Fèlix Ortega	Exgerent de l'Àrea d'Empresa, Cultura i Innovació Ajuntament de Barcelona	Jaume Guillamet	Catedràtic Universitat Pompeu Fabra (UPF)
Alberto Martín	Brand Marketing Director a Espanya Uniqlo	Carolina Garcia	Directora Comercial i Màrqueting Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB)	Ferran Lalueza	Director de COMeIN i professor Universitat Oberta de Catalunya (UOC)	Javier Cottet	President i CEO Cottet
Alessio Sarina	Director de Màrqueting FC Barcelona	Catiana Tur	Gerent Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE)	Fina Rubio	Presidenta Fundació Surt	Javier Creus	Fundador Ideas For Change
Àlex Aguilar	Vicerector de Projecte i Internacionalització Universitat de Barcelona (UB)	Clara Navarro	Cofundadora Ship2B	Francesc Vila	Gerent de Turisme Diputació de Barcelona	Joan Anton Matas	President Gremi d'Hostaleria de Sitges
Álvaro Porro	Director executiu de Desenvolupament Socioeconòmic de Proximitat Ajuntament de Barcelona	Constantí Serrallonga	Director General Fira de Barcelona	Francesca Bria	Comissionada de Tecnologia i Innovació Digital Ajuntament de Barcelona	Joan Cambroner	Gerent Districte Les Corts Ajuntament de Barcelona
Ana Aguirre	Directora de Comunicació Foment del Treball Nacional	Cristina Ferraz	Directora de Màrqueting, Desenvolupament de Negoci i Estratègia Elisava	Francesca Tur	Editor in Chief Tendencias.tv	Joan Carles Calbet	President RetailCat
Ana Enrich	Coordinadora Barcelona Ashoka	Cristina Garrido	Directora d'Innovació Anteverti	Frederic Segarra	Director de Comunicació Grup DAMM	Joan Manel Puig	Assessor de Direcció La Salle Campus Barcelona
Ana Fernández	Chief Communications & Public Affairs Officer Vueling	Christoph Tessmar	Director Barcelona Convention Bureau	Gala Pin	Regidora del Districte de Ciutat Vella Ajuntament de Barcelona	Joan Romero	Conseller Delegat Acció, Generalitat de Catalunya
Andreu Mas-Colell	President Barcelona Institute of Science and Technology (BIST)	Damià Serrano	Exresponsable del Laboratori de Turisme Diputació de Barcelona	Gemma López	Institutional & Business Events Manager Eurecat, Centre Tecnològic de Catalunya	Joan Subirats	Comissionat de Cultura Ajuntament de Barcelona
Àngels Cobo	Directora General Suara Cooperativa	David Giménez	Director Executiu Micro, Petita i Mitjana Empresa de Catalunya (PIMEC)	Gemma Tarafa	Comissionada de Salut i Diversitat Funcional Ajuntament de Barcelona	Joan Torrella	Director Consorti de Turisme de Barcelona
Anna M. Sánchez	Cap de l'Oficina de Promoció Turística Diputació de Barcelona	David Martínez	Director de Projectes Fundació BIT Habitat i Coordinador de la Comissió 22@	Gerardo Pissarello	Primer Tinent d'Alcaldia Ajuntament de Barcelona	Joan X. Comella	CEO Vall d'Hebron Institute of Research (VHIR)
Anna Majó	DirectoraTècnica d'Innovació Digital Ajuntament de Barcelona	David Meire	Director General de Client Desigual	Gianluca Redolfi	Partner Social and Beyond	Jordi Boza	Director Barcelona Start Up Week
Antoni Cahner	Gerent i Director General Universitat Oberta de Catalunya (UOC)	Eduard Pitarch	Fundador Espejo Studio	Guillem Gallego	Ex-Southern Europe Senior Brand Director Nike	Jordi Camí	Director General Parc de Recerca Biomèdica de Barcelona (PRBB)
				Guillem Graell	CMO & Global Communications Director FC Barcelona	Jordi Campillo	Gerent d'Ecologia, Urbanisme i Mobilitat Ajuntament de Barcelona

Jordi Martí	Gerent Municipal Ajuntament de Barcelona	Lorenzo Kárász	Director GA Barcelona	Mireia Rius	Vocal de Programes de Directius i CMC IESE Business School	Roger Reixach	Vocal del Consell Rector Som Energia
Jordi Moix	Vicepresident Tercer i Responsable de l'Espai Barça FC Barcelona	Luca de Meo	President SEAT	Monica Alonso	Partner & CEO Institute of Next Infonomia	Rosa Ortiz	Directora General Parc d'Atraccions Tibidabo
Jordi Samsó	Gerent de Seguretat i Prevenció Ajuntament de Barcelona	M <sup>a</sup> Assumpció Vilà i Planas	Síndica de Greuges Ajuntament de Barcelona	Montse Serret	Directora Barcelona Centre Universitari (BCU)	Sacha Michaud	Cofundador GLOVO
Jordi Torrades	Gerent Districte Eixample Ajuntament de Barcelona	Manel Manchón	Director Adjunt Crónica Global	Montserrat Tort	Responsable de la Secretaria Tècnica de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) Ajuntament de Barcelona	Santi Garcia-Milà	Subdirector General Port de Barcelona
Jorge Rovira	Chief Operating Officer UpSOCIAL	Manuel Baena	Director de Comunicació i Màrqueting Gremi d'Hotels de Barcelona	Nacho Sala	Cofundador i Director de Màrqueting Atrápalo	Sara Berbel	Directora de Barcelona Activa i Gerent de Política Econòmica i Desenvolupament Local Ajuntament de Barcelona
Josep García	Gerent Districte Sant Martí Ajuntament de Barcelona	Mar Galtés	Periodista La Vanguardia	Natàlia Gonzalez	Cap de gabinet de la Síndica de Greuges Ajuntament de Barcelona	Sergi Marí	Gerent de Turisme, Comerç i Mercats Ajuntament de Barcelona
Josep Lluís Sanfeliu	Managing Partner and Co-founder Asabys Partners	Marc López	Director de Serveis ESCAC	Niko Brauer	Coordinador Moda-FAD FAD	Sergi Vicente	Director Barcelona Televisió (betevé) i Barcelona FM
Josep M. Antúnez	Director General Borsa de Barcelona	Maria Abellonet	CEO Grup CETT	Nina González	Coordinadora Associació Fets	Tallulah Forrest	International Office Manager La Salle
Josep Marcé	Gerent Institut Ramon Llull	Maria Muntaner	Directora de Marca i Client Desigual	Núria Cabutí	CEO Penguin Random House	Teresa Franquesa	Direcció d'Estratègia i Cultura de Sostenibilitat de l'Àrea d'Ecologia Urbana Ajuntament de Barcelona
José María Milá	Vicepresident Santa & Cole	Maria Segarra	Sòcia Directora INTUERI Consulting	Núria Tey	Directora Editorial Penguin Random House	Ton Salvadó	Director de Model Urbà, de l'Àrea d'Ecologia, Urbanisme i Mobilitat Ajuntament de Barcelona
Josep Maria Campistol	Director General Hospital Clínic	Maria Sisternas	Co-founder & CEO MEDIAURBAN	Oriol Llop	Communications and Brand Director ESADE Business School	Toni Detrell	Director de l'Àrea Financera i Negoci Consorti de la Zona Franca
Josep Maria Carreté	Gerent Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	Mario Rubert	Director de Promoció de Ciutat Ajuntament de Barcelona	Paco Ramos	Director Executiu d'Estratègies de Foment de l'Ocupació Barcelona Activa	Trini Bofarull	Directora d'Inversió i Empreses Estrangeres d'Acció Generalitat de Catalunya
Josep Maria Ramírez	Director Gerent Institut Guttman	Marlene Schara	Responsable de Marca IESE IESE Business School	Patricia Remiro	Clúster Manager Edutech Clúster	Valentí Oviedo	Exgerent de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) Ajuntament de Barcelona
Josep Tejedó	Director General Mercabarna	Marta Aubia	Directora Barça Innovation HUB FC Barcelona	Pepa Muñoz	Secretària de la Junta Directiva Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya	Vanessa Estorach	CEO Vanessa Estorach
Juan Manuel Baselga	Director de Màrqueting i Comunicació Fundació Mobile World Capital Barcelona	Marta Clari	Gerent de Ciutadania, Participació i Transparència i de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) Ajuntament de Barcelona	Pepe Serra	Director Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	Vanessa Requena	Directora del Gabinet de Direcció AENA, Aeroport de Barcelona - El Prat
Kim Faura	Director General de Catalunya València, Balears i Múrcia Telefónica	Mateo Valero	Director Barcelona Supercomputing Center	Pere Camps	Gerent Districte Gràcia Ajuntament de Barcelona	Víctor Fernández	CEO Room Mate Group
Lluís Amiguet	Periodista La Vanguardia	Mateu Hernández	CEO Barcelona Global	Pere Torres	Director General Autoritat de Transport Metropolità	Víctor Gutiérrez	Head of Strategy and Innovation Havas Media Group
Lluís Bassat	Fundador Bassat Ogilvy Group	Maurici Rolo	Summer School & International Weeks Coordinator Fundació ESADE	Rafael Zarza	Director General AVANT Grup	Xavier Carbonell	Director Gerent Cambra de Comerç de Barcelona
Lluís Gómez	Comissionat de Promoció Econòmica Empresa i Innovació Ajuntament de Barcelona	Mercè Franquesa	Comissària #PensarBarcelona Cercle d'Economia	Raimon Puigjaner	Cofundador i Soci Roots for Sustainability (R4S)	Xavier Casas	Cap de l'Agència Metropolitana de Desenvolupament Econòmic Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB)
Lluís Permanyer	Periodista La Vanguardia	Mercè Garcia	Directora de Comerç Ajuntament de Barcelona	Ramon Bosch	Gerent Biblioteques de Barcelona	Xavier Marcé	Exassessor de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) Ajuntament de Barcelona
Lluís Sans	President Santa Eulàlia	Michela Bertero	Head of International and Scientific Affairs Centre for Genomic Regulation (CRG)	Ramon Pascual	President de la Comissió Executiva Sincrotró Alba	Xavier Patón	Gerent Districte Sarrià-Sant Gervasi Ajuntament de Barcelona
Lorenzo Di Pietro	Director Executiu d'Emprenedoria, Empresa i Innovació Barcelona Activa	Miguel Trias	Soci Cuatrecasas	Ramon Roca	Cofundador i President del Patronat Fundació guifi.net	Xavier Ricart	Director d'Institucional i Relacions Corporatives Cambra de Comerç de Barcelona
		Miquel Àngel Essomba	Comissionat d'Educació, Infància i Joventut Ajuntament de Barcelona	Ray Altabás	Community Builder SeedRocket		
		Miquel Martí	CEO Barcelona Tech City	Ricard Robles	Director Sónar		

**Aquest projecte s'ha dut a terme sota la direcció de l'àrea de Promoció de la Ciutat de Barcelona Activa / Ajuntament de Barcelona dirigit per Mario Rubert amb l'equip de Coordinació de Marca de Barcelona, integrat per Consol Vancells i Elisenda de Tomás, l'equip de la consultora Summa, integrat en aquest projecte per Conrad Llorens, Jordi Mateu, Lionel Vacle, Aleix Gabarre, Núria Vila, Josep Maria Mir, Susanna Rueda, Roderic Molins, Toni Morán, Ignasi Herranz, Laia Lombao i Sebastián Negrín, i amb la participació del professor Greg Clark.**

Este proyecto se ha llevado a cabo bajo la dirección del Área de Promoción de la Ciudad de Barcelona Activa / Ayuntamiento de Barcelona dirigido por Mario Rubert con el equipo de Coordinación de Marca de Barcelona, integrado por Consol Vancells y Elisenda de Tomás, el equipo de la consultora Summa, integrado en este proyecto por Conrad Llorens, Jordi Mateu, Lionel Vacle, Aleix Gabarre, Núria Vila, Josep Maria Mir, Susanna Rueda, Roderic Molins, Toni Morán, Ignasi Herranz, Laia Lombao y Sebastián Negrín, y con la participación del profesor Greg Clark.

This project has been carried out under the management of the Barcelona Activa's City Promotion Department / Barcelona City Council led by Mario Rubert, together with the Brand Barcelona Coordination team, made up of Consol Vancells and Elisenda de Tomás, the team from the consultancy firm Summa, which for this project consisted of Conrad Llorens, Jordi Mateu, Lionel Vacle, Aleix Gabarre, Núria Vila, Josep Maria Mir, Susanna Rueda, Roderic Molins, Toni Morán, Ignasi Herranz, Laia Lombao and Sebastián Negrín, and with the participation of professor, Greg Clark.

Títol: Identitat i posicionament de Barcelona. Un relat coral.

Edita: Ajuntament de Barcelona

Barcelona, Gener 2019

© de l'edició: Ajuntament de Barcelona

© de les imatges: Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona

Antonio Lajusticia, Laura Soriano, Curro Palacios, Marc Lozano,  
Goroka, Carlota Serarols, Laura Guerrero, Marc Gómez,  
Paola de Grenet, Vicente Zambrano, Noelia Marín.

Shutterstock, Unsplash.

DL: B 3700-2019

Aquest llibre ha estat realitzat per l'equip del Projecte  
Marca Barcelona de l'Ajuntament de Barcelona, la consultora  
especialitzada en Branding Summa i el professor Greg Clark.



always**B**arcelona  
#