

OPINIÓ

**Qui té por de
@LaRepublicaCAT?**



OPINIÓ

Carabasses i al setembre!



EL GRUP GODÓ ACAPARA 7M€ DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL DEL GOVERN



EDITORIAL

QUI TÉ POR DE @LAREPUBLICACAT ?

JOAN PUIG



Primera va ser el govern d'Ada Colau, castigant-nos sense publicitat de l'Ajuntament de Barcelona per explicar allò que no expliquen altres mitjans, malgrat ser el quart digital en català amb més visites úniques. Després, vam ser vetats (sense cap mena d'explicació i evidenciant el perquè de la deriva d'aquestes tertúlies els darrers mesos, com ja fa temps que passa als programes de TV3 i Catalunya Ràdio perquè es veu que, si ets una veu lliure, cap partit polític t'apadrina. I, per últim, va arribar la davallada de la publicitat institucional del Govern al diari, en un intent clar de silenciar la nostra llibertat i defensa sense matisos del procés independentista.

Les dades són eloqüents. Malgrat que la Secretaria de Comunicació va gastar el 2018 més de 32 MEUR (dos milions més que l'any 2017), els nostres mitjans han rebut un total de 23.000 euros (un 60% menys respecte l'any 2017); malgrat mantenir-nos com a quart digital en català pel que fa al nombre de visites. I és que un exemple claríssim de com s'utilitza la publicitat en clau política és el fet que el diari groc e-notícies, amb un terç de les nostres visites, hagi rebut quasi 60.000 euros. Un mitjà que, d'altra

ESTÀ CLARÍSSIM QUE LA SECRETARIA DE COMUNICACIÓ DEL GOVERN INTENTA CALLAR VEUS LLIBRES I CRÍTIQUES

banda, ataca el procés independentista sense cap mena de prova.

Està claríssim que la Secretaria de Comunicació del Govern intenta callar veus lliures i crítiques contra la manca d'estratègia unitària dels líders independentistes. Les dades ho avalen: els mitjans més maltractats són La República, Vilaweb i El Món, mitjans que, clarament, no callem davant determinades actituds dels partits independentistes, incomprensibles per la gent que fa anys que es mobilitza, aporta diners per la caixa de solidaritat i dedica gran part de la seva vida a la noble causa independentista.

La República (abans directe!cat) va ser l'únic digital cridat a declarar davant la Guàrdia Civil per la publicitat institucional de l'1-O, juntament amb La Vanguardia d'en Màrius Carol, El Punt-Avui d'en Xavier Xirgo i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals amb la Núria Llorach. Jo mateix, com a editor del diari, vaig negar-me a declarar... [Anar a la notícia +](#)

OPINIÓ

PER QUÈ LA RESPOSTA A LES SENTÈNCIES ESTÀ TAN VERDA?

XAVIER MARTINEZ



Avui, tret d'algunes excepcions, ja no hi ha exàmens de recuperació de setembre en cap dels cicles educatius, però molts recordem aquells estudiants que susprenien el mes de juny i que havien de tornar a examinar-se al setembre. I tampoc s'utilitza prou allò que abans en deïem treure carabassa quan se suspenia una assignatura. Doncs bé, el PSOE i el candidat Pedro Sánchez han obtingut una carabassa en l'examen del procés d'investidura del Congrés dels Diputats i si volen aprovar aquest pas necessari per iniciar la legislatura, hauran de tornar-hi al setembre. Això sí, hauran d'estudiar molt més durant les vacances d'estiu i, després del que es va veure en el debat d'investidura, hauran d'aplicar-se especialment en l'ABC de la negociació de governs de coalició. Veiem aquest ABC:

A) Les regles del joc dels sistemes parlamentaris es basen en una relació de confiança entre l'executiu i el legislatiu expressada a través del suport d'una determinada majoria parlamentària a les iniciatives governamentals. Per tant, un dels propòsits d'aquells que volen formar govern és assolir d'entrada la majoria necessària per poder elegir un president del govern i, posteriorment, garantir el suport d'aquelles majories parlamentàries que et permeten governar (habitualment, la majoria simple -més vots a favor que en contra- i la majoria absoluta -tenir el suport de més de la meitat dels membres de ple dret de la cambra-). D'acord amb l'actual aritmètica del Congrés dels Diputats, i tenint en compte les r la formació... [Anar a la notícia +](#)

Director Joan Puig

Editor Joan Puig

Redacció Marina Almansa, Gerard Sesé, Marina Bou, Josep Torrefió, Joan Vila i Boix, Adrià Soldevia i Aleix Ramírez

Disseny Gemma Lapedriza

Fotografia Marc Puig

Redacció, administració i publicitat

Carrer Caballero, 65 · 08014 Barcelona
www.larepublica.cat

Email de contacte: gestio@catmedia.cat

Amb la col·laboració de



Generalitat de Catalunya



GENERALITAT VALENCIANA

L'ENGANY DE PEDRO SÁNCHEZ A L'ESQUERRA ESPANYOLA I CATALANA



POLÍTICA

EL GRUP GODÓ ACAPARA 7M€ DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL DEL GOVERN

EL SEGUEIXEN EL GRUP EL PUNT AVUI AMB 1,8M€, GRUPO ZETA AMB 1,2M€ I L'ARA AMB 1,1M€, ENTRE ELS QUATRES GRUPS EDITORIALS S'EMPORTEN MÉS DE 11M€, QUASI UN TERÇ DEL TOTAL

REDACCIÓ

El Grup Godó, ferm atacant contra el procés sobiranista, és el principal beneficiat del repartiment de la publicitat institucional catalana.

La Secretaria de Difusió i Atenció Ciutadana, capitanejada per Miquel Gamisans i qui té l'última paraula en decidir com es reparteix el pastís, depèn de la Vicepresidència i d'Econo-

EL GRUP GODÓ ÉS EL PRINCIPAL BENEFICIAT DEL REPARTIMENT DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL CATALANA

mia i Hisenda conselleria encapçalada per Pere Aragonès d'ERC. Des d'allà s'encarreguen de decidir la distribució de la despesa en publicitat institucional en el Govern del president Torra. Les dades corresponen a 2018, primer any que la responsabilitat correspon a Economia, fins aquest moment sempre depenia de Presidència.

Es dona la grotesca situació que els mitjans de comunicació que van rebutjar la publicitat institucional del referèndum de l'1-O han estat els grans beneficiats del repartiment de la publicitat després de l'aplicació del 155 amb el govern recuperat.

Els Grups Godó, Zeta i ARA, tots ells bel·ligerants contra el govern independentista, han rebut més de 9M€, és a dir, quasi un terç de la despesa publicitària del govern repartida



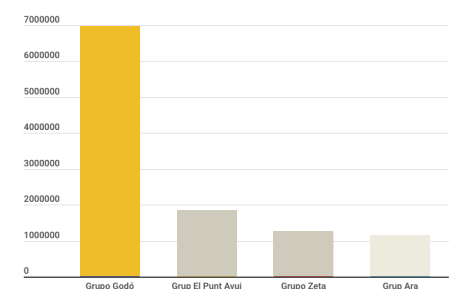
El secretari de Comunicació de la Generalitat, Miquel Martín Gamisans

entre TV, Ràdio, premsa escrita i digital durant l'any 2018.

Diferents mitjans espanyols augmenten considerablement els ingressos per publicitat del Govern. Destaca sobretot els diners rebuts pel diari Público (335.446€) editat per Jaume Roures, però també mitjans com el diari.es (24.660€), El Confidencial (12.402€), Economia digital (12.320€) Crònica Global (8.272€), 20Minutos (374.000€), o El País (106.000€).

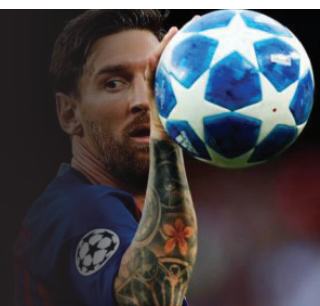
El repartiment de la publicitat a la Ràdio beneficia principalment a RAC1 i perjudica Catalunya Ràdio. Les emissores del Grup Godó encapçalen el llistat amb 1,4M€ seguit dels 449.425€

PUBLICITAT INSTITUCIONAL DEL GOVERN L'ANY 2018



que rep el Grup Flaix, i els 289.162€ de Catalunya Ràdio. Destaquen també els imports que reben l'emissora de Justo Molinero (163.226€) i Onda Cero (151.462€). [Anar a la notícia +](#)

R Esportiva TOTA L'ACTUALITAT ESPORTIVA



POLÍTICA

EL NACIONAL, EL GRUP NACIÓ I EL DIARI ARA SÓN ELS GRANS BENEFICIATS DE LA PUBLICITAT DIGITAL DEL GOVERN

MALGRAT QUE ELS MITJANS DIGITALS EN CATALÀ ESTEM OBLIGATS A SER AUDITATS, EL REPARTIMENT DE LA PUBLICITAT NO ES CORRESPON AMB LES AUDIÈNCIES I AIXÍ HO DEMOSTREN ELS SEGÜENTS GRÀFICS

REDACCIÓ

El Grup Nació (409.536€) líder en audiència rep 100.000€ menys que El Nacional (507.507€) tercer per audiència. El Diari ARA (343.352€) segon en audiència rep molta més publicitat que Vilaweb (65.467€) quart en audiència. Les dades són encara més difícils d'entendre a mesura que es van desglossant i analitzant.

Podem comprovar com el preu que reben els diferents mitjans en català és molt dispar i sense cap criteri tècnic: veiem com El Nacional (272€), e-Notícies (300€), El Crític (242€) superen el cost dels 200

LA REPÚBLICA (23.618€), SISÈ DIGITAL PER AUDIÈNCIA, ÉS EL NOVÈ PER PUBLICITAT REBUDA A MOLTA DISTÀNCIA DE DIGITALS AMB MOLTA MENYS AUDIÈNCIA.

euros per cada 1000 visites. En canvi el Grup Nació (157€), Diari ARA (142€) o el Grup Racó Català superen els 100 euros per cada 1000 visites. En la part més baixa del rànquing hi ha Vilaweb (41,5€), El Món (82,5€) i a la cua dels diners rebuts per cada 1000 visites La República (26€).



El secretari de Difusió i Atenció Ciutadana, Miquel Gamisans; el vicepresident del Govern, Pere Aragonès

EL COST DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL 2018

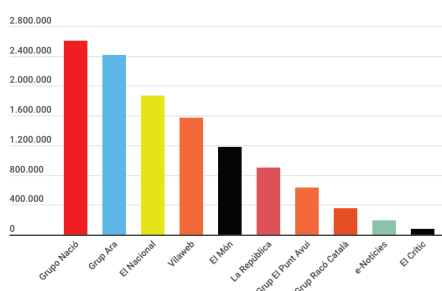
Són dades difícils d'entendre: perquè resulta que els digitals estan obligats a estar auditats però a l'hora de la veritat aquestes dades no serveixen en la decisió del re-

partiment de la publicitat institucional? La resposta deixa la porta oberta a entendre que els criteris són, per tant, merament polítics i interessats.

Anar a la notícia +

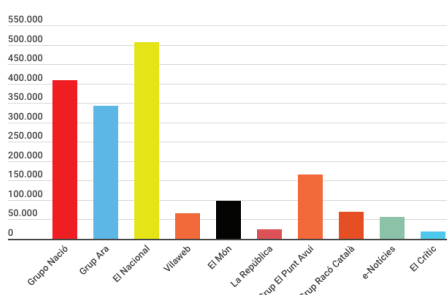
DADES D'AUDIÈNCIA DE L'ABRIL DEL 2019

Visites úniques per grup



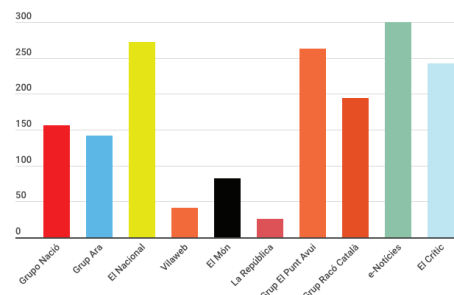
DINERS REBUTS L'ANY 2018

Diners rebuts en publicitat institucional per mitjà



COST PER 1.000 VISITES ÚNIQUES

El preu per cada mil visites que paga el Govern per la publicitat institucional



POLÍTICA

L'ESCÀNDOL DE LA 'CAIXA B' DEL PP ESQUITXA PRISA, INDRA I SANTANDER

DESPRÉS DE LA PETICIÓ DE LA FISCALIA ANTICORRUPCIÓ D'INVESTIGAR JAVIER MONZÓN

REDACCIÓ

La petició de la Fiscalia Anticorrupció d'investigar l'empresa de defensa i tecnologia Indra i Javier Monzón (com a president durant el període investigat) pel presumpte finançament irregular del Partit Popular també esquitxa el Grup Prisa, on és president no executiu, i el Banco Santander, on exerceix de president no executiu d'Openbank, la filial en línia, i de conseller independent de Banco Santander Espanya. Ho ha avançat 'El Confidencial'.

El 2017, la Unitat Central Operativa (UCO) de la Guàrdia Civil ja va detectar, en el marc de la instrucció del cas Púnica, els primers moviments de diners (almenys 600.000 euros) sospitosos des de l'empresa Indra a la 'caixa B' dels populars. Posteriorment, es va saber que aquest desviament de capital hauria superat el milió d'euros entre 2008 i 2013 i, ara, la fiscalia



també ha demanat la declaració en qualitat d'imputada d'Esperanza Aguirre, màxima autoritat del Govern madrileny i de la formació durant el període investigat, i de Cristina Cifuentes, també expresidenta de la Comunitat de Madrid.

Pel que fa al Santander (on Monzón va anar després de ser destituït d'Indra, el 2015, a petició del PP), va ocupar diversos càrrecs de responsabilitat gràcies a Ana Botín; entre els quals una butaca

al consell d'administració de Prisa, de la qual el banc és accionista destacat i el major creditor de diversos dels inversors més rellevants, com la família Polanco. El 2017, el Santander va aconsellar que fos president en substitució de Cebrián i, al 2018, va ser nomenat vicepresident en un moment en què el grup propietari d' 'El País' i Cadena Ser va necessitar recórrer a una ampliació de capital de 565 milions d'euros per sortir de la insolvència. El Santander va ser el banc que va liderar aquella col·locació d'accions i una altra feta aquest any per 200 milions addicionals per a finançar la compra del 25% de Santillana. En aquest moment, Monzón ja era president no executiu de Prisa. Ara, i segons els estatuts, hauria de posar el seu càrrec a la disposició del grup; així com podria fer (els estatuts són menys precisos) al Santander. **Anar a la notícia +**

COLLBONI DEFENSA QUE BCOMÚ I PSC COINCIDEIXEN "TOTALMENT" EN LA POLÍTICA VERS ELS MANTERS

DAVANT LA MANIFESTACIÓ D'AQUEST DIVENDRES CONVOCADA PEL SINDICAT POPULAR DE VENEDORS AMBULANTS, HA EXPOSAT QUE OPERATIUS SIMILARS "ES VENEN FENT DES DEL PASSAT MANDAT"

AGÈNCIES

El primer tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Jaume Collboni ha defensat que BComú i PSC coincideixen "totalment" en la política vers els manters i que estan "absolutament coordinats". En una entrevista a Rac1 ha exposat que operatius similars "es venen fent des del passat mandat" i ha recordat "el de Plaça Catalunya o l'anomenat Mercat de la Misèria". Collboni també ha dit que els manters no són "un problema de seguretat" sinó que "el problema és que hi ha una evident activitat que perjudica sobretot el petit comerç de Barcelona" que "paguen els seus impostos, compleixen les normes, i també hem de pensar en ells quan adoptem mesures". Ha afegit que "en primer lloc és un problema social" i per

això ha defensat que la taula constituïda continuï a funcionar a partir del setembre per abordar "el tema des de totes les òptiques, que no són estrictament les de seguretat".

El primer tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona ha dit que encara no hi ha data per trobar-se amb els manters per escoltar les seves reivindicacions, tal i com els manters van reclamar divendres en una marxa convocada pel Sindicat Popular de Venedors Ambulants. "Estem disposats a parlar-ne", ha dit Collboni, que ha recordat la trobada que hi va haver durant la campanya electoral.

Pel que fa a la campanya presentada divendres per desincentivar les compres als manters, Collboni ha dit que aquestes compres "fan mal al comerç i al final perjudiquen la convivència". Sobre la possibilitat de multar els consumidors, ha dit que... **Anar a la notícia +**



POLÍTICA

L'ANC FA UNA CRIDA A ASSISTIR MASSIVAMENT A L'11-S PER PREPARAR LA RESPOSTA A LA SENTÈNCIA DE L'1-O

PALUZIE LAMENTA EN UNA CARTA LES "PUGNES PARTIDISTES PER L'HEGEMONIA ELECTORAL" I ELS "PACTES QUE PROVOQUEN MAL D'ESTÓMAC"

AGÈNCIES

La presidenta de l'ANC, Elisenda Paluzie, ha fet una crida a l'assistència massiva a la Diada de l'11-S per preparar-se per les mobilitzacions pacífiques i en clau no-violenta com la que creu que ha de ser la resposta a la sentència del judici de l'1-O, que es preveu que podria sortir a la tardor. A una carta a 'El Punt Avui', Paluzie ha explicat que cal una "resposta política, institucional i amb mobilitzacions a l'altura del moment" i ha fixat la Diada "com a primera fita". D'altra banda, la presidenta de l'ANC també ha demanat que la societat civil "prengui les regnes" davant el que ha qualificat de "desorientació" política. En aquest sentit, ha exigint que els partits recuperin la unitat estratègica de l'independen-



tisme, amb especial èmfasi en el moment posterior a la sentència judicial.

A la carta Paluzie insisteix que la Diada, que enguany tindrà com a epicentre la Plaça Espanya, ha de servir per "tornar a posar al centre" la independència com a objectiu polític i ha pressionat els partits per recuperar la unitat estratègica

i treballar en aquesta direcció. "Només quan hem treballat units en al diversitat hem avançat", ha apuntat. Així, la presidenta de l'entitat lamenta que després de l'1-O "s'hagi recuperat velles sensacions que es creien enterrades", i va més enllà assegurant que hi ha "pugnes partidistes per l'hegemonia electoral" i "pactes que provoquen mal d'estómac", en referència als acords en alguns ajuntaments i a la Diputació de Barcelona.

Així, i davant el que creu que és "desànim" per la inexistència d'aquesta estratègia compartida, demana "superar-lo" i generar una "catarsi col·lectiva" per la Diada. "La societat civil organitzada és el motor mobilitzador més potent que tenim, el principal actiu del moviment popular", assegura. **Anar a la notícia +**

UN ESCRIPTOR ESPANYOL DENUNCIA INSULTS A LA SEVA DONA PER PARLAR CATALÀ A OSCA

"SOIS UNA PLAGA Y AQUÍ EN ESPAÑA SE HABLA ESPAÑOL", LI HAURIA ETZIBAT UN JOVE ARAGONÈS MENTRE PARLAVA PER TELÈFON AMB LA SEVA COSINA DE BARCELONA

REDACCIÓ

L'escriptor de novel·la negra Esteban Navarro ha denunciat (via xarxes socials) l'agressió que hauria patit ahir la seva dona a la cua d'un Mercadona d'Osca per parlar català durant una trucada telefònica amb la seva cosina. "Put a catalana independentista, ojalá os quemaran a todos. Sois una plaga y aquí en España se habla español", li hauria etzibat un jove aragonès, escopint-li i fent el gest d'agredir-la físicament fins que els presents al supermercat l'haurien frenat. L'Ester Soteras, de fet, ha assegurat que tot-hom que era a la cua l'ha defensat.

El murcià viu a l'Aragó amb la seva parella catalana des de fa molts anys i ha rebut la solidaritat i el suport de molts usuaris a

les xarxes socials. "No denunciarem perquè seria donar veu a un miserable que no entén que no tots els catalans són independentistes", ha dit, en un comentari que ha propiciat crítiques a la xarxa en entendre's que, si la víctima hagués estat independentista, l'agressió estaria més justificada. De fet, l'escriptor ha matisat les seves paraules i, avui, ha escrit un nou comentari més calmat. **Anar a la notícia +**



ENTREVISTA

ALFRED BOSCH

ESPANYA POT ACABAR CONVERTINT-SE EN UN ESTAT PÀRIA A ESCALA INTERNACIONAL

MARINA BOU

Alfred Bosch (Barcelona, 1961) és conseller d'Acció Exterior, Relacions Institucionals i Transparència des de fa vuit mesos però se segueix definint a ell mateix com a militant de base d'Esquerra Republicana de Catalunya. Un partit amb el qual ha ocupat diversos càrrecs des del 2011, quan -amb 50 anys- va entrar en política: ha estat diputat al Congreso i regidor de l'Ajuntament de Barcelona. De sobra coneguda és la seva admiració per Nelson Mandela, a qui va conèixer en persona l'any 1994 i sobre qui va escriure una tesi doctoral. Parla anglès i francès (com Josep Borrell), a més d'alemany, italià i portuguès i el pressupost del seu departament no arriba a l'1% de l'equivalent del ministeri d'Exteriors espanyol.



Fins ara, les institucions europees han mirat cap a una altra banda amb Catalunya i, recentment, la nova presidenta de la CE va referir-se al cas de Puigdemont, Junqueras i Comín a l'Eurocambra com una "qüestió jurídica" i no política. Encara podem tenir esperances en Europa?

Esperances en tenim i, des de les conviccions europees i europeistes que ens acompanyen, no deixarem de lluitar per una Europa més justa i democràtica que ens representi millor. Això entronca amb els valors europeus des de l'inici, amb el que deien els pares fundadors de l'Europa actual: calia construir un projecte basat en la pau, els drets humans, la democràcia i el diàleg. I això és el que volem. És cert que, ara mateix, la Comissió Europea la formen bàsicament els estats membre i, per tant, ve a ser un club d'estats. Això explica aquesta solidaritat entre governs constituïts, però nosaltres volem (i voldrem, fins i tot, quan tinguem representació com a estat membre amb un govern de la República catalana) defensar l'Europa dels ciutadans.

Dels ciutadans que van votar Carles Puigdemont, Oriol Junqueras i Toni Comín per tal que fossin els seus representants a l'Eurocam-

bra... Quin feedback ha rebut pel que fa a la vulneració de drets que suposa negar-los exercir el càrrec?

Els poders de l'Estat han utilitzat tots els recursos que tenien a l'abast per tal d'impedir allò que era no només lògic, sinó just: que ciutadans europeus elegits a les urnes per ciutadans europeus vagin al Parlament. Estem a favor d'una Europa cada cop més unida i sobirana, en la qual l'Eurocambra representi cada cop millor els ciutadans europeus, que són els que han de decidir. Aquesta interferència d'un Estat membre no només és inacceptable, sinó que introdueix un precedent que pot acabar convertint-se en un problema general. Per tant, a banda de deixar clar que estem davant una injustícia clara, hem de fer tot el possible perquè es resolgui. Al Parlament Europeu s'està dirimint una cosa importantíssima: si pesen més els vots dels ciutadans europeus o les traves burocràtiques d'un estat membre. Nosaltres tenim una resposta molt clara i, com a conseller d'Exteriors i representant del Govern de Catalunya, ho he dit arreu.

Però després hi ha Josep Borrell, una de les figures actuals més bel·ligerants contra Cata-

lunya, com a candidat a ser el nou cap de la diplomàcia de la UE...

Hi ha una proposta acordada pels grans grups parlamentaris europeus, però la decisió ha de passar pel Parlament, on Borrell haurà de respondre tot allò que li preguntin. Això és saludable. Jo, com a no participant en tot aquest procés de selecció, sí que puc dir que -com a ministre d'exterior del Regne d'Espanya i cap de la seva diplomàcia- ha estat la cosa més antidiplomàtica que hem vist: des dels seus comentaris sobre la desinfecció de Catalunya, defensar que l'assumpció de responsabilitats pel genocidi indígena és ridícula o acusar els eslovens d'abraçar una via violenta per arribar on són fins a la retirada de credencials a cònsols per les seves idees polítiques o aixecar-se d'una entrevista perquè no li agraden les preguntes... La nostra experiència no ha estat positiva. Des del primer moment li vaig demanar diàleg i ell no va voler, només vam parlar per telèfon per dir-me que no ens entendríem.

Internacionalment, doncs, aquest desprestigi de l'Estat espanyol s'està fent palès?

És progressiu. Existeix la idea que, cada vegada més, els poders de l'Estat... **Anar a la notícia +**

ESPORTS

LA GENERALITAT I EL BARÇA LLANCEN UNA CAMPANYA DE PROMOCIÓ DE CATALUNYA AL JAPÓ

LA PROMOCIÓ APROFITA LA GIRA DE PRETEMPORADA I EL GRAN CONEIXEMENT DE L'EQUIP BLAUGRANA I 5 DELS JUGADORS DEL PRIMER EQUIP: MESSI, PIQUÉ, SUÁREZ, TER STEGEN I SERGI ROBERTO; PER POTENCIAR LA VISIBILITAT DE LA DESTINACIÓ CATALANA ENTRE EL PÚBLIC JAPONÈS

REDACCIÓ

La Generalitat de Catalunya, a través de l'Agència Catalana de Turisme (ACT) del Departament d'Empresa i Coneixement i el FC Barcelona promocionen conjuntament la destinació catalana al Japó amb motiu de la gira de pretemporada blaugrana. En aquesta gira el Barça juga dos partits, el primer a Tokio contra el Chelsea i el segon a Kobe contra el Vissel Kobe d'Andrés Iniesta.

La campanya, que es va posar en marxa el passat 15 de juliol i durarà fins al final de la gira, s'inspira en el joc de realitat virtual "Legends of Catalonia" que recentment també s'ha llançat al mercat japonès. Concretament la campanya es centra al voltant d'una aplicació mòbil que es podrà descarregar en territori japonès i des d'on es llan-



LA PROMOCIÓ D'AQUESTA APLICACIÓ S'ESTÀ REALITZANT A TRAVÉS DELS CANALS DEL FC BARCELONA I DEL SEU PATROCINADOR, RAKUTEN

çaran diferents reptes als aficionats. Els guanyadors de cada repte aconseguiran premis com entrades pels partits de la gira o samarretes firmades i entraran en el sorteig d'un viatge a Catalunya.

Els diferents reptes porten als aficionats a gravar-se cantant l'himne del FC Barcelona a l'estil karaoke, ballant una coreografia o buscar el drac de Sant Jordi i fotografiar-lo a través de tecnologia de Realitat Augmentada. L'aplicació mòbil permetrà als usuaris personalitzar les seves gravacions amb filtres basats en els colors culers i els paisatges de Catalunya i a més, està previst que els millors vídeos dels dos primers reptes es puguin reproduir per les pantalles dels estadis durant els partits d'aquesta gira.

La promoció d'aquesta aplicació s'està realitzant a través dels canals del FC Barcelona i del seu patrocinador, Rakuten, amb l'objectiu d'arribar als potencials turistes que poden visitar Catalunya en un futur i aprofitant el ressò mediàtic que genera l'arribada del FC Barcelona per realitzar aquesta gira. Per fer-ho, la campanya vol mobilitzar tant els nombrosos fans del club culé com els aficionats al futbol d'aquest país tot llançant tres reptes als aficionats que es descarreguin l'aplicació que s'anomena "Legendary Barça Fans". Tota la informació al respecte es pot trobar al <https://www.fcbarcelona.jp/ja/legendarybarcafans>.

Aquesta campanya ha de servir per promocionar Catalunya en un mercat madur i consolidat pel que fa a l'emissió de turistes internacionals, que representa un mercat de futur per al nostre país gràcies a les seves característiques i que posa facilitats a la introducció de productes 4D així com també a la seva fidelització.

En aquest sentit, la Consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, ha destacat que "aprofitant una campanya promocional com és el Legends of Catalonia i

de la mà d'un dels clubs catalans amb qui compartim uns valors similars als que volem pel turisme del nostre país, reforcem la nostra campanya promocional conjunta i en aquest cas ho fem al mercat japonès, un mercat que ens interessa ja que aporta la qualitat de futur que volem pel nostre mercat i el nostre model turístic" afegint que "parlem d'un mercat amb una població de 127 milions de persones, de les quals 19 milions van sortir del seu país l'any 2018. Això va representar per Catalunya l'arribada de gairebé 300.000 turistes provinents del Japó amb una despesa mitjana, per turista i dia, tres vegades més gran que la mitjana internacional, unes dades coherents amb el turisme que volem per Catalunya".

A part de la campanya de promoció, l'equip de futbol i el seu staff lluiran el logotip de la marca Catalunya al polo de passeig durant tota la gira de pretemporada. A més, la marca també estarà present en els camps d'entrenament i a altres suports gràfics com els fons publicitaris de les rodes de premsa organitzades pel FC Barcelona i les acreditat... **Anar a la notícia +**



WWW.FOLLIMFOLLAM.CAT

PROPERAMENT