

La generació del Powerpoint



La Botiga del Barça

Quan l'estiu del 2003 els nous gestors del FC Barcelona van obrir els comptes de l'entitat, no els va espantar tant el deute acumulat (uns 200 milions d'euros) com el fet que el Barça havia perdut molts punts en el rànquing dels millors clubs europeus. El "cercle virtuós" s'havia de posar en marxa immediatament. Dos anys després, s'ha aconseguit racionalitzar l'economia del club i el deute no s'ha disparat, tot i la forta despesa en fitxatges per fer un equip campió. Les previsions d'ingressos al final de la temporada oscil·laran entre els 205 i els 210 milions d'euros davant els 187 que s'hauran gastat. Però des de la Xina arriben bones notícies per a la caixa forta del club. Tot i que encara no s'ha fet oficial, s'ha arribat a un acord amb un seguit d'empreses xineses perquè els equips del club llueixin el nom de Pequín –en xinès i en anglès– a la part frontal de la samarreta. Serà, sens dubte, una imatge inèdita en els més de 105 anys d'història del FC Barcelona. Tan inèdita com necessària: el FC Barcelona rebrà 19 milions d'euros per a cadascuna de les cinc temporades que durarà l'acord, a més d'incentius en cas d'èxits esportius

Barça global

L'opinió de **Marc Ingla**

Aquest títol de Lliga dóna un nou impuls al prestigi i a la projecció del FC Barcelona a àmbit mundial. Les imatges d'un milió de persones celebrant un títol és una notícia que de ben segur ha fet la volta al món i que ajudarà a estendre el sentiment barcelonista entre els nostres seguidors d'arreu.

El món del futbol està cada cop més mediatitzat i globalitzat; la prova d'això és que el Barça té uns 40 milions d'aficionats arreu del món, xifra que continuarà creixent amb els resultats de l'equip i el joc vistós que desenvolupa. Davant d'aquest fenomen de globalització, el repte del Barça és poder ser més propers a tots els fans que normalment només po-

den seguir el Barça per la televisió. La manera més genuïna d'acostar-se a aquests aficionats és anar als països on tenim aquests aficionats i fer-hi partits d'exhibició i clínics de futbol amb nens; així, els aficionats poden gaudir de l'espectacle en viu i poden apropar-se als seus ídols.

Altres maneres d'establir relacions més directes i contínues durant l'any és el foment d'escoles de futbol oficials del Barça. En aquest sentit, acabem d'inaugurar una escola a Mèxic on l'"experiència Barça" és completa: tota l'escola està senyalitzada com a zona Barça, les tècniques d'entrenament són les mateixes que les de La Masia, els nois i les noies tenen els equipaments d'entrenament del Barça, etc.

De totes maneres, el pas que resta com a realment difícil en aquesta estratègia d'expansió i globalització del club és saber comunicar en els llocs més llunyans el tret diferencial del Barça respecte a altres clubs, el fet que el Barça és "més que un club", que genera un fort sentiment i passió al seu voltant, i que fins i tot és un estil de vida per a molts culers. Per fer-ho amb cert èxit hem de ser genuïns en la manera com ens acostem a aquests fans, tenir control sobre la imatge que projectem en aquests països (esdeveniments sempre organitzats i liderats pel FC Barcelona), i ser molt actius al capdavant de les relacions públiques i els mitjans (actes socials, conferències, reportatges, entrevistes als directius, etc).

Vicepresident del FC Barcelona
(àrea de màrqueting i 'media')

o per les previstes gires esportives del primer equip en terres asiàtiques. Per contrarestar la pèrdua de la virginitat comercial de la samarreta, la firma que la confecciona està a punt d'acordar, amb el vistiplau del club, la incorporació de la senyera en tot l'uniforme.

Segons Ferran Soriano, vicepresident i responsable de l'àrea econòmica, el FC Barcelona se situarà entre els tres o quatre clubs més grans i més ben gestionats del món. És conscient que, en conceptes com els patrocinis, el marxandatge i la publicitat estàtica hi ha molt de camí per

recórrer. Com també en l'explotació de les instal·lacions. En aquest àmbit, es produiran canvis en els propers mesos. A partir del novembre s'estrena la Ciutat Esportiva Joan Gamper, a Sant Joan Despí, que acollirà la majoria de les seccions i equips de base, i en un termini encara no fixat també es podria aprofitar l'anella olímpica de Montjuïc com a nou escenari d'algunes seccions i de l'equip filial de futbol. Mentrestant, el Camp Nou està en estudi d'ampliació i remodelació interna, amb la construcció de restaurants, sales de convencions i

lloges privades, amb l'objectiu d'augmentar els ingressos d'explotació del patrimoni. També està pensat construir un nou pavelló poliesportiu, el nou Palau Blaugrana, amb capacitat per a 15.000 espectadors, que es construirà després d'enderrocar l'actual o en l'actual ubicació que ocupa el Mini Estadi, que té les hores comptades. Els terrenys que no s'utilitzin seran requalificats per obtenir uns ingressos per dur a terme les obres de l'estadi i del nou Palau.

Jordi Finestres



Un equip que s'envola

El primer equip del Barça ha fet una temporada espectacular. El títol de Lliga s'ha guanyat amb un futbol directe, que agrada i que és fiable. La Copa d'Europa pot estar a la cantonada. Seria una més per a un club pluridisciplinari.

Frank Rijkaard fumava una cigarreta i mirava a terra. Al davant tenia l'autobús de l'equip, a punt per tornar cap a Barcelona. Separats per unes tanques grogues, una trentena de seguidors culers proferien crits en contra seu. Era el 8 de gener del 2004, i el FC Barcelona acabava de perdre amb el Llevant, aleshores un equip de