

Els colors de la Marca Catalunya i del FC Barcelona, fil conductor d'una nova campanya de promoció de Catalunya

written by David Folch | 1 de febrer de 2023

La Generalitat de Catalunya, mitjançant l'Agència Catalana de Turisme (ACT) del Departament d'Empresa i Treball, i el FC Barcelona impulsen una nova campanya de promoció de Catalunya.

Coincidint amb la presentació oficial de la nova equipació del FC Barcelona per aquesta temporada que ha tingut lloc aquest cap de setmana passat en els partits jugats pel primer equip de futbol masculí, el primer equip de bàsquet i el Barça Femení, s'ha posat en marxa la campanya "Feel the colours" on es busca explicar al món el vincle emocional entre el club blaugrana i Catalunya. De fet, l'eslògan escollit per presentar l'equipació, '+ Catalunya + Barça', evoca l'essència del Barça i el seu orgull de pertinença a Barcelona i Catalunya. Per donar el tret de sortida a la nova acció, el conseller d'Empresa i Treball, Roger Torrent i Ramió, i el president del FC Barcelona, Joan Laporta, s'han fet una fotografia amb la nova equipació.

Segons el director de l'Agència Catalana de Turisme, Narcís Ferrer i Ferrer, s'ha volgut potenciar la relació entre Catalunya i el FC Barcelona per mitjà dels colors, entesos **"com un sentiment comú envers un club i una manera de viure i sentir una terra"**. Així, mitjançant cadascuna de les peces que es llançaran, es parlarà de les dues entitats com una realitat inseparable que es necessita viure sencera per gaudir de tota l'experiència.

La campanya compta amb una peça central que busca connectar emotivament amb el públic mitjançant el vincle entre el club esportiu i la destinació catalana. A banda, hi ha una peça específica de la jugadora del primer equip del futbol femení Aitana Bonmatí, que s'emetrà el mes de febrer, on aquesta explica en primera persona quina és la seva Catalunya. Bonmatí és un dels referents del futbol femení i un exemple de l'excel·lència de la dona en l'esport. Amb aquest espot, des de l'ACT també es vol contribuir a donar més visibilitat al talent esportiu femení.

Aquesta campanya s'emmarca en la nova estratègia comunicativa de Turisme de la Generalitat de Catalunya que posa al centre els valors que caracteritzen Catalunya i la fan única i transversal. **“Volem donar a conèixer Catalunya de manera autèntica i experiencial per tal de posicionar-nos com una destinació moderna que té en compte el respecte envers el territori i els seus habitants”**, afirma el director de l'ACT.

11 anys d'aliança amb el FC Barcelona

La campanya “Feel the colours” és una de les accions que formen part de l'aliança entre l'ACT i el FC Barcelona, vigent des del 2012. De fet, l'any 2021 es va renovar el conveni de col·laboració fins al 30 de juny del 2024. L'objectiu d'aquesta aliança és treballar conjuntament per donar visibilitat a la marca turística Catalunya en mercats internacionals.

Després d'11 anys, aquest vincle ha permès que l'ACT realitzés presentacions o altres accions promocionals a diverses ciutats d'arreu del món on el Barça ha jugat partits, com Milà, Moscou, Manchester, Berlin, Munich, Los Angeles, San Francisco, Nova York, Washington, Miami, Bangkok, Kuala Lumpur, Tòquio o Shanghai, entre altres.