

CONGRÉS DE PENYES BARCELONISTES 2013

PONÈNCIA MARC

ÍNDEX

I. ORGANITZACIÓ TERRITORIAL

1. Objectius
2. Assemblea de Federacions de Penyes del FC Barcelona
3. Nova organització: àmbit mundial
4. Representació al Congrés Mundial de Penyes 2014
5. AFEPE

II. NORMATIVA DE PENYES

1. Objectius
2. Reglament per a penyes
3. Abonaments per a penyes

III. CELEBRACIONS, ACTES I PROTOCOL

1. Objectius
2. Actes de penyes
3. Trobada Mundial de Penyes
4. Actes solidaris de les penyes del FC Barcelona: Consell de Solidaritat

IV. ENTRADES I DESPLAÇAMENTS

1. Objectius
2. Nous coeficients de repartiment d'entrades

V. MÀRQUETING

1. Objectius
2. Pla de patrocini
3. Imatge corporativa



I. ORGANITZACIÓ TERRITORIAL

Objectius

1. La ponència del Congrés 2012 preveia l'evolució del model d'organització del moviment de penyes, per dotar-lo d'un marc legal harmonitzat, la qual cosa s'ha dut a terme al llarg del període entre congressos, al mateix temps que progressava el procés de confecció del cens dels penyistes.
2. Aquest procés, no exempt de dificultats, pràcticament ha acabat. Aquest any 2013 el moviment de penyes ja disposarà d'identitat col·lectiva, mitjançant la consolidació, la transformació i la creació, en funció del punt de partida de cada zona, de les federacions territorials, i d'identitat personal, un cop s'ha exhaurit el termini previst perquè les penyes aportin les dades dels seus socis.
3. El compromís del FC Barcelona de reconèixer les federacions territorials és, de la mateixa manera, una realitat i la Normativa de penyes ja ho reflecteix.

Assemblea de Federacions de Penyes del FC Barcelona

4. El model de representació democràtica que dibuixa la nova organització del moviment de penyes parteix de la penya, continua amb la federació territorial i finalitza amb el Congrés; cadascuna d'aquestes estructures té els seus òrgans de direcció i control de la gestió.
5. La federació territorial és la representació del moviment de penyes en el seu àmbit d'actuació. El seu objectiu és impulsar la implantació i la descentralització territorial, i aplicar les decisions del moviment de penyes en tots els vessants de gestió. La federació territorial ha d'establir els mecanismes de relació i presència públiques, impulsar el creixement i assegurar la relació amb les organitzacions del moviment de penyes d'àmbit superior.
6. La federació territorial està formada per penyes, que són les organitzacions d'enquadrament dels penyistes censats. Totes les penyes tenen l'obligació d'estar adscrites a la federació del seu àmbit, amb les excepcions que preveu la Normativa.
7. Les penyes s'hauran d'adherir a la federació del seu àmbit abans del 31 de desembre de 2013. En cas que no ho hagin fet i no hi hagin motius fonamentats, en compliment del que preveu la Normativa de Penyes, podran ser donades de baixa temporal com a penya oficial del FC Barcelona.
8. Els òrgans de direcció de les federacions territorials són l'Assemblea i la Junta Directiva.
9. L'Assemblea és l'òrgan màxim del moviment de penyes en el seu àmbit territorial d'actuació i està formada de forma obligatòria per representants de les penyes, elegits democràticament en proporció al cens de penyistes de cada penya, amb la garantia que totes les penyes tinguin representant a l'assemblea.

10. Això és, en síntesi, el que es preveia a la ponència marc de 2012. Quedava fixar el barem de representació en funció del nombre de penyistes.
11. Amb l'objectiu que la representació a l'Assemblea sigui plural i no estigui exposada al predomini de les penyes amb un nombre més elevat d'associats, en tant que la realitat de cada penya i dels municipis és diversa, es proposa una proporcionalitat d'acord amb els paràmetres següents:
 - a. Disposen de tres representants a l'Assemblea el 10% de les penyes adscrites a la federació amb el nombre més alt de penyistes censats.
 - b. Disposen de dos representants a l'Assemblea el 20% de les penyes adscrites a la federació que segueixen a les anteriors per nombre de penyistes censats.
 - c. La resta de penyes adscrites a la federació disposen d'un representant a l'Assemblea.
12. L'Assemblea General és l'òrgan sobirà de la federació; els seus membres en formen part per dret propi i irrenunciable.
13. En tots els casos, la representació a l'Assemblea ha de ser presencial. Cada penya membre de la federació pot estar representada a l'Assemblea pel president i/o pel vicepresident i/o pel secretari. Només en cas que aquests no hi puguin assistir, poden delegar les seves funcions en un altre membre de la junta directiva.
14. La representació a l'Assemblea és en funció del cens de penyistes, que es tancarà en el moment de la convocatòria de la primera Assemblea ordinària anual de la federació i es mantindrà al llarg d'aquella anualitat.

Nova organització: àmbit mundial

15. El creixement del moviment de penyes arreu del món és imparable i necessari. La penetració de la marca Barça, fruit, a més de l'excepteional moment esportiu que estem vivint, dels valors que l'impregnen i que són indestruïbles del caràcter propi del nostre país, va molt més enllà del que fa un temps podríem haver somniat. Les noves tecnologies afavoreixen la projecció universal del Club, del projecte, i també de la singular organització territorial dels afeccionats barcelonistes en penyes.
16. El moviment de penyes és una proposta singular que neix de la idea de compartir el sentiment d'estimar uns colors, una història i uns valors que van més enllà de la proposta esportiva, dels títols o dels moments de gloria efímera.
17. L'organització del moviment de penyes a l'àmbit 1 (països de parla catalana) i l'àmbit 2 (resta de comunitats autònomes de l'Estat espanyol) en federacions territorials hauria de tenir la seva extensió en federacions territorials a l'àmbit 3 (resta del món).
18. En aquest sentit es planteja la formalització de federacions territorials per continents, amb seu en el país on més penyes actives hi hagi o en el país on més penyistes hi hagi censats. Les juntes directives de cadascuna de les federacions d'àmbit continental han de seguir el mateix procediment d'elecció que tenim establert per a les federacions territorials als àmbits 1 i 2.

19. Les federacions continentals de l'àmbit mundial han de tenir representació en el si del Consell de Penyes. Amb l'objectiu de facilitar la participació en aquest òrgan, el representant nat serà el president de la federació de penyes del FC Barcelona d'Europa i el suplent serà igualment escollit d'entre els membres de la junta directiva d'aquesta federació.
20. L'organització del moviment de penyes ha de consolidar-se en el temps mitjançant una confederació que aplegui totes i cadascuna de les federacions territorials de l'Estat espanyol, dels àmbits 1 i 2, i les federacions de dimensió continental de l'àmbit 3.

Representació al Congrés Mundial de Penyes 2014

21. El Congrés és l'òrgan superior del moviment de penyes. Està constituït pels representants elegits democràticament per les federacions territorials en funció del cens de penyes i penyistes, que es tancarà en el moment de la convocatòria del Congrés, i d'acord amb el reglament que aprovi el Consell de Penyes.
22. El Congrés tindrà totes les atribucions per decidir en tots els aspectes referits al moviment de penyes, i especialment les següents:
 - Reformar la Normativa de penyes.
 - Aprovar o no aprovar les ponències congressuals.
 - Aprovar o reprovar la gestió dels òrgans de direcció i de control i d'execució.
 - Ratificar l'elecció dels membres del Consell de Penyes.
23. Tal com es preveia a la ponència 2012, el Congrés ha d'estar format per representants, majors d'edat, de les federacions, i ha d'estar constituït per:
 - a. Com a nombre màxim, 1.000 representants elegits per les federacions territorials en funció del nombre de penyes i penyistes. El nombre de representants per a cadascuna de les zones s'ha d'establir a partir de l'actualització del cens de penyes i la creació del cens de penyistes, a raó d'un o una representant per cada nombre de penyes i un nombre de penyistes censats o fracció superior a aquest nombre. En qualsevol cas s'ha de garantir que totes les federacions territorials tinguin representació, per a la qual cosa s'ha d'utilitzar el cens de penyes i penyistes tancat a la convocatòria del Congrés.
 - b. Els membres del Consell de Penyes.
 - c. Els membres de la Comissió Social i la Comissió de Penyes del FC Barcelona, amb veu però sense vot.
24. El conjunt de representants d'una federació territorial constitueix una delegació.
25. El Reglament del Congrés ha de fixar el barem que servirà per determinar el nombre de representants de cada delegació territorial, el funcionament general i els serveis del Congrés, el procés d'elecció de la Mesa del Congrés, les ponències i els debats en ponència, el funcionament, els debats i les votacions en el Plenari i la participació de persones convidades.

26. La finalització del període censal el 30 de juny de 2013, posterior a la convocatòria del Congrés, obliga a posar en marxa aquest nou format de Congrés en l'exercici 2014. No obstant això, i per donar compliment a la ponència que preveia que el barem de representació s'establís al Congrés de 2013, el Consell de Penyes proposa que la distribució dels delegats per federacions es faci seguint el següent sistema d'equacions que dóna resposta a les tres necessitats plantejades:
- a) Establir la importància dels valors que doni una major rellevància a la penya (x) davant del penyista (y) en proporció 75-25%. Així, doncs, per obtenir aquesta proporció: $x=3y$.
 - b) Calcular els delegats de cada federació, resolent una simple equació de primer grau en funció de les penyes i els penyistes de la federació: $dn=anx+bny$.
 - c) Establir el nombre màxim de delegats, segons el que es va acordar al Congrés 2012, i limitant que el nombre sigui igual a 1.000 representants: $\sum d=1.000$.

AFEPE

27. L'any 1999 un grup de presidents de federacions de penyes de diferents equips de futbol van decidir que s'havia de crear una organització comuna.
28. Aficiones Unidas és una associació sense ànim de lucre a la qual pertanyen 45 federacions de penyes d'equips de futbol que militen o han militat a Primera o Segona Divisió i, tal com s'explica al web de l'associació, representen gairebé un milió de penyistes, que són el cor que fa bategar el futbol partit a partit.
29. Des de fa més de 10 anys, Aficiones Unidas són els representants dels afeccionats al futbol davant del Consell Superior d'Esports, la Reial Federació Espanyola de Futbol i la Lliga de Futbol Professional.
30. Les penyes del Futbol Club Barcelona, tot i que la seva organització no respon a la que preveuen els estatuts d'Aficiones Unidas, avui estan representades, per decisió unànime dels membres del Consell Consultiu de Penyes, pel delegat de la zona de Madrid. A més, i des d'un bon començament, el moviment de penyes del FC Barcelona ha rebut la confiança del president d'Aficiones Unidas i un membre ha format part, i encara avui forma part, de la junta directiva de l'associació, tot i no ser membre del Consell Consultiu.
31. Les accions que destaquen en aquesta dilatada trajectòria i que l'han marcada són aquestes:
- a) Congrés Nacional i Internacional de Penyes de Futbol, organitzat des del 2001.
 - b) Seminari Nacional de Penyes de Clubs de Futbol, organitzat des del 2005.
 - c) Lliurament anual del premi «Silbato de Oro» al millor equip arbitral de Primera i Segona Divisió, amb la col·laboració de la RFEF, la LFP i el CTA.
32. La presencia d'Aficiones Unidas en el si de les organitzacions que determinen la gestió de les competicions (calendari, retransmissions, entrades, etc.) és una oportunitat que

cal tenir present a l'hora d'apostar per una presència més activa del Consell de Penyes en el si de l'entitat.

33. Més enllà de potenciar l'intercanvi puntual amb les aficions dels equips que visiten el Camp Nou i amb les dels equips que visitem, hi ha d'haver l'interès de formar part d'una organització que ha de fer créixer paulatinament la seva veu, en defensa dels interessos dels afeccionats, davant l'inquisitorial poder dels titulars dels drets televisius que anteposen el seu interès purament comercial a l'interès dels que anem assíduament als estadis.
34. Una gestió diversa del calendari i la disponibilitat d'entrades són dos temes resoltos en països europeus i per part d'organitzacions com la UEFA que no han estat afrontats amb determinació per les organitzacions del futbol espanyol. Conèixer amb antelació el calendari i les entrades que es posen a disposició de les afeccions suposa poder organitzar viatges sense la incertesa de no saber fins a 15 dies abans el dia i l'hora i, pràcticament fins a la mateixa setmana, la disponibilitat d'entrades. Aquestes són reivindicacions que no es poden obviar i que validen l'aposta de participació més activa del moviment de penyes del FC Barcelona en el si d'Aficiones Unidas.
35. El Consell de Penyes ha d'analitzar la presencia a Aficiones Unidas i determinar el grau d'implicació en el si dels òrgans de gestió de l'entitat.

II. NORMATIVA DE PENYES

Objectius

36. Tal com ha quedat palès en els darrers congressos mundials de penyes barcelonistes, la Normativa de penyes és l'aixopluc sota el qual es regeixen les penyes oficials del FC Barcelona. Aquesta Normativa, que pot ser modificada gràcies als acords del Congrés com a òrgan sobirà del moviment de penyes, considerem que ha arribat a un punt en què s'ha de simplificar i oferir una base sobre la qual es desenvolupin les regles de convivència del moviment.
37. Sembla clar que, si una norma és suficientment senzilla i àmplia, pot arribar a abastar tots els aspectes necessaris per organitzar i donar seguretat jurídica a les penyes del FC Barcelona. És per això que sembla del tot innecessari haver de canviar la redacció de la Normativa cada any, per tal de recollir l'evolució del moviment, la seva modernització o qualsevol canvi que reculli aspectes concrets i específics, no generals, de cada tema relacionat amb el moviment de penyes.
38. Així, doncs, es proposa que, a partir d'aquest Congrés Mundial de Penyes de 2013, es treballi en una sèrie de reglaments que desenvolupin la Normativa de penyes en totes aquelles matèries concretes que necessitin d'aquestes especificacions.

Reglaments per a penyes

39. Tal com s'ha apuntat en l'apartat anterior, es proposa que, a partir de la finalització d'aquest Congrés de Penyes de 2013, el Consell de Penyes, de mutu propi o a través de les propostes que emanin de les penyes de les respectives federacions, conjuntament

amb el Club, treballi per desenvolupar mitjançant reglaments tots aquells aspectes que no estan concretats en el text de la Normativa de penyes.

40. Així, i per assegurar la protecció jurídica de les penyes oficials del FC Barcelona, es proposa treballar en el desenvolupament dels articles següents de la Normativa de penyes:
41. Article 4.3, referent a la utilització de la imatge del FC Barcelona i a l'organització de campionats, *clínic*s, escoles i qualsevol acte esportiu amb la marca Barça.
42. Article 10.2, referent a les causes per perdre la condició de penya oficial del FC Barcelona.
43. Articles 13 i 14, referits al Consell de Penyes i les seves atribucions, i a la Comissió Executiva.
44. Article 19, referent al Síndic de Penyes i el procediment per demanar-ne la intervenció.
45. Article 21, referent a la participació del Club en els actes de penyes barcelonistes.
46. Article 22, referent a la Trobada Mundial de Penyes.
47. La responsabilitat de treballar en tots aquests reglaments desenvolupadors de la Normativa de penyes recau, com hem dit abans, en el Consell de Penyes i el FC Barcelona, per a la qual cosa s'han de crear grups de treball durant la temporada 2013/2014 que redactin el seu articulat.

Abonaments per a penyes

48. L'any 2001, amb motiu de la supressió de la categoria de socis vinculats a persones jurídiques (derogació de l'article 9 dels Estatuts vigents en aquella data), es va concedir a les penyes la possibilitat que designessin una persona física a nom de la qual s'expediria el carnet de soci i l'abonament per poder assistir als esdeveniments esportius a les instal·lacions del Club en les mateixes condicions que tenien amb l'abonament de la penya. Això va comportar que l'abonament de la penya va passar a assignar-se de forma oficial a favor del soci que designava la penya, que normalment era el president o un altre component de la seva junta directiva. Se substituïa l'abonament de la penya per un abonament a títol individual.
49. Transcorreguts més de deu anys des que es va procedir a aquest canvi estatutari, s'ha constatat que molts dels socis als quals es va assignar l'abonament «en nom de la penya» ja no en formen part o fan un ús personalíssim d'aquest abonament, fet que genera una situació controvertida que distorsiona l'objecte i la finalitat d'aquests abonaments per a penyes.
50. A fi de regularitzar la situació i evitar que amb el temps la problemàtica que poden generar aquests abonaments s'agreugi en perjudici de les penyes, s'ha considerat l'oportunitat de reconduir aquesta situació mitjançant l'adopció de mesures que

garanteixin a les penyes la plena disponibilitat de l'abonament i evitar que se'n faci un ús personal i en perjudici del col·lectiu de la penya, tal com es va recollir a la ponència marc aprovada durant la celebració del Congrés Mundial de Penyes de 2012.

51. És per això que el FC Barcelona proposa el següent:
52. 1r. Que tots els abonaments que en el seu moment es van concedir a una persona física que representava la penya se substitueixin per un ABONAMENT DE PENYA. La substitució o el reemplaçament de l'abonament significa que el titular ha de renunciar-hi en benefici de la penya que era la primigènia titular del dit abonament.
53. 2n. S'ha de formalitzar un document per garantir la finalitat d'aquesta renúncia i mantenir íntegrament el dret de la penya a gaudir dels avantatges de l'abonament a la mateixa plaça i en les mateixes condicions que tenia el penyista que representava la penya.
54. 3r. Les penyes beneficiàries d'aquest ABONAMENT han d'assumir-ne el cost en les mateixes condicions que els abonats. Així mateix, han de formar part de la penya, al menys, tants socis com d'ABONAMENTS disposi aquesta.
55. 4t. Aquests ABONAMENTS es poden suspendre o anul·lar en cas que la penya deixi de ser penya oficial o en cas que hagi incorregut en supòsits d'ús indegut; tot això, de conformitat amb les normes que s'estableixin reglamentàriament en relació amb l'ús indegut de l'abonament i les sancions pertinents.
56. 5è. Aquesta mesura no requereix modificació estatutària, ja que l'ABONAMENT DE PENYA no concedeix drets polítics a la penya ni tampoc suposa perjudicar els drets dels socis que estan en llista d'espera, ja que simplement se substitueix l'abonament ja existent per un ABONAMENT DE PENYA.
57. 6è. Aquests ABONAMENTS DE PENYA tenen els mateixos drets i obligacions que els abonaments de socis del FC Barcelona, amb la condició que aquests abonaments no poden ser transmesos a altres penyes ni socis del Club i que, en cas que la penya renunciï als abonaments o causi baixa definitiva, els abonaments han de tornar al Club per ser distribuïts entre altres penyes que hagin manifestat la voluntat d'adquirir alguna d'aquestes localitats.
58. Per tant, i a partir de l'aprovació d'aquest canvi, els abonaments vinculats a penyes del FC Barcelona passaran a estar a nom de la penya i no a nom d'una persona física.

III. CELEBRACIONS, ACTES I PROTOCOL

Objectius

59. Les més de 1.300 penyes que han presentat el cens dels seus associats i que representen un col·lectiu de més de 150.000 persones organitzen anualment un seguit d'activitats i celebracions difícilment enumerables. Les penyes que han requerit la participació de membres del FC Barcelona han sumat aquesta temporada més de 300 accions.
60. L'objectiu de la ponència no és avaluar la participació del FC Barcelona en aquests actes, sinó reflexionar sobre els diferents models d'activitats, festes, trobades, que, fruit de la tradició en alguns casos o simplement fruit de l'impuls propi de l'entitat, organitzen les penyes, les federacions territorials o el conjunt del moviment de penyes.
61. Una primera reflexió la podem extreure de la lectura del text que sobre les tradicions i festes trobem a la pàgina web de l'Atles del Turisme a Catalunya:
62. *Les festes i les tradicions són dos fenòmens molt relacionats. Una tradició és un artifici cultural: la cultura, per la seva pròpia naturalesa adaptativa, a banda d'altres aspectes, té un vessant tradicional, de transmissió de generació a generació, però també, necessàriament, un vessant evolutiu. Segons els contextos culturals i els moments històrics, l'evolució és més o menys ràpida, però, a la llarga, les cultures sempre es transformen per adaptar-se als nous temps i a les noves situacions, ja que no tenen res que sigui eternament immutable. Les tradicions són la fixació en el temps d'un fenomen cultural, habitualment amb finalitats simbolicoidentitàries (al marge d'altres accepcions més integrals, vinculades especialment amb els fonamentalismes, que no són les que ens interessin en aquest context).*
63. *Tot fenomen cultural té una triple dimensió: forma, funció (social) i significat (individual). La tradició fixa interromp l'evolució formal, principalment, del fenomen. La funció i el significat (fins i tot les funcions i els significats de la mateixa tradició com a tal, un cop fixada) continuen evolucionant d'acord amb les necessitats socials i individuals.*
64. *Fer cagar el tió, per exemple, és una tradició molt estesa a Catalunya i que mostra una saludable vitalitat. Formalment es manté en la seva forma original (la forma original sempre és, en principi, la forma que té el fenomen cultural en el moment en què és fixat i esdevé tradició) i, fins i tot, com moltes altres tradicions, en alguns casos pot haver recuperat aspectes formals que ja s'havien perdut en la pràctica, però la seva funció original de reafirmació del grup domèstic, a l'entorn d'un sentiment compartit, a l'entorn de la llar, com a nexa, i el seu significat com a ritu de fecunditat agrària han canviat.*
- ...
65. Quant a les festes, la mateixa font exemplifica el que són i el seu context:

66. *La majoria de les festes –de les festes populars, s’entén– són tradicionals o aspiren a ser-ho. Totes les festes, per tradicionals que siguin, tenen una data de naixement o de recuperació o reinvençió. En alguns casos pot ser més o menys llunyana o poc coneguda, però en altres no. Moltes procedeixen, tal com avui es coneixen, del llarg període de fundació del catalanisme cultural i polític que va des de la Revolució Industrial i el romanticisme del segle XIX fins a la Guerra Civil. I d’altres neixen des dels darrers anys del franquisme i els primers de la transició fins als nostres dies.*
67. *I és que no totes les èpoques són igualment propícies per a aquest fi i hi ha moments d’efluvi identitari i explosió de la sociabilitat que fan florir moltes iniciatives. Però, fins i tot una festa que es creï ara, llevat de casos molt especials, neix amb vocació de continuïtat i, per tant, d’esdevenir tradicional, i, a vegades, aconsegueix consolidar-se en poc temps (d’altres no). Pensem, per exemple, en l’Aplec del Cargol de Lleida.*
68. *De festes n’hi ha de moltes menes i s’articulen entorn dels eixos bàsics del temps i de l’espai o, més ben dit, de la nostra percepció del temps i de l’espai. El contínuum de l’espai social va des de l’individu fins al conjunt de l’espècie humana, passant per la família, el barri i el poble (o la ciutat), el país... i altres marcs d’integració que tenen un fonament no estrictament territorial: les festes de lleves, d’un ofici... El temps és diferent. La percepció del temps no s’ordena sempre com un contínuum: és així per al temps de la vida, i de la història, però no per al temps cíclic de l’any i de les seves subdivisions. Per això hi ha festes commemoratives vinculades als moments de traspàs de l’individu d’una condició social a una altra (bateigs, primeres comunions, matrimonis, etc.): són els ritus de pas de Van Gennep. Però també hi ha festes commemoratives que celebren l’individu o la societat repetitivament any rere any (com el sants, els aniversaris, les festes majors, les diades) i, sobretot, festes vinculades a la pròpia estructura del curs de l’any, circular, sí, però amb unes fites on el temps sembla que s’atura i torna a prendre embranzida.*

...

69. Per tant, hem de contextualitzar les activitats de les penyes i reflexionar sobre què són, què signifiquen, què aporten i com han evolucionat, si és que ho han fet, al llarg d’aquests més de 50 anys de vida.
70. Les activitats de les penyes, tant si es plantegen des del punt de vista de la tradició com del de la festa, tenen un vessant evolutiu. L’evolució, tal com s’expressa, pot ser més o menys ràpida, però a la llarga necessària per adaptar-se als nous temps i a les noves situacions.

Actes de penyes

71. Les activitats de caire festiu i sociocultural a l’entorn del barcelonisme són plurals i multidisciplinàries.

72. La casuística es tradueix en una munió d'esdeveniments que es distribueixen per tot el mapa de penyes del FC Barcelona, en particular als àmbits 1 i 2.
73. L'exemplificació més evident de les celebracions més habituals de les penyes, que són els aniversaris, la trobem en el text de la introducció que li dona el valor de festa commemorativa vinculada a la pròpia estructura del curs de l'any, però amb unes fites on el temps sembla que s'atura i torna a prendre embranzida.
74. Vist des d'aquesta perspectiva, la commemoració cíclica esdevé una oportunitat d'afirmació, d'enaltiment i de projecció, però perquè aquest objectiu sigui una realitat cal dotar la festa d'uns valors més enllà dels estrictament cíclics (fem un any més) fent-la evolucionar i adaptant-la als temps que vivim.
75. Cal, per tant, repensar què fem, quan ho fem i com ho fem. Inclou-hi les tradicions: per molt ancestrals que siguin els seus orígens, han d'evolucionar. Fer el que sempre hem fet, perquè alguns membres de l'entitat ens ho demanen, ens condueix, si no hi ha algun aspecte innovador o centre d'interès divers, a un empobriment de la celebració.
76. Un dels objectius prioritaris de qualsevol activitat col·lectiva ha de ser la participació més o menys activa d'un important nombre de persones, en funció de les característiques de l'entitat i del perfil de l'activitat que es proposa. La component temps és important contextualitzar-la i fixar-la en funció de l'objectiu de la participació. Avui cal, a més, pensar en la component econòmica. Sempre ha d'estar present igualment en funció de la participació més gran, però en aquests moments pren una importància vital que no s'ha de menystenir.
77. L'objecte de la ponència no és avaluar les activitats de les penyes, sinó reflexionar sobre aquestes activitats, repensant-les i contextualitzant-les en el moment actual. Si l'objectiu del moviment de penyes és la modernització i el rejuveniment, hem de saber integrar nous col·lectius amb idees i plantejaments diversos. El secret i el repte és, per tant, saber incorporar-los sense haver necessàriament de despenjar a ningú. Les festes i les tradicions han de ser una oportunitat i no un obstacle per assolir aquest objectiu.
78. És per tant obligació del moviment de penyes desvetllar tot un seguit d'interrogants a l'entorn de les activitats del col·lectiu per fer evolucionar els models establerts i generar una participació més gran i plural.
79. Quins són aquests interrogants? Entre altres podem resumir: per què fem actes de penyes més enllà del que és viure el FC Barcelona?, per tenir una representació del FC Barcelona al territori?, per celebrar en col·lectivitat algun esdeveniment?, ho fem amb l'objectiu d'involucrar la ciutadania del poble, el barri o la ciutat?
80. Alguns d'aquests actes, els fem per obligació?, perquè la gent els espera?
81. Les activitats es corresponen amb el que interessa a la gent?, els fem amb algun centre d'interès?, o com que pensem que el Barça mou, la gent hi participarà sense cap incentiu més?
82. El model de trobades de zona respon a un model similar arreu, és l'únic model vàlid?, n'hi ha d'altres?

83. Alguns actes tradicionals amb caràcter anual (aniversaris, trobades, etc.) cada vegada convoquen menys persones. En canvi, n'hi ha d'altres de caire més popular que apleguen més gent. Cal mantenir la periodicitat d'aquests actes que ens aboca al fracàs? Hem de viure el nostre barcelonisme de portes endins? O hem d'obrir-nos i expressar mitjançant activitats els valors del nostre club?
84. Han de ser iguals els actes que fan les penyes de Catalunya que els que fan les penyes de la resta de l'Estat?, i que els que fan les penyes de la resta del món?
85. Té sentit que es facin trobades de zona cada any, tenint en compte que en algunes hi van menys de 100 persones? El nombre de participants als àpats de cloenda es podem establir com a barem per avaluar la importància de l'activitat i definir la participació del Club? Té sentit fer actes on els participants són els mateixos que es troben a les reunions de zona? Quina hauria de ser la periodicitat?
86. La resposta a aquests i altres interrogants, i també de les propostes recollides a les esmenes a la ponència i aquelles noves propostes que es facin en el període de debat post congressual, hauran d'ajudar-nos a confeccionar un recull de bones pràctiques, respectant les singularitats de cada penya i àmbit, que ajudin a reflexionar i a posar en qüestió allò que fem habitualment, per finalment dibuixar un nou model que assoleixi els objectius exposats.
87. Tot seguit es detallen alguns d'aquest punts:
- 88. El preu de l'activitat ha de respondre a les possibilitats reals dels participants.
 - 89. Un acte de penyes ha de servir per cultivar el sentiment de pertinença al col·lectiu.
 - 90. L'activitat s'ha de crear a partir de la definició d'un centre d'interès que respongui a les expectatives dels associats i no exclusivament a les de la junta o d'un nombre reduït de penyistes.
 - 91. S'han de generar sinèrgies amb altres col·lectius de la població/ciutat, en particular amb centres escolars, entitats esportives, culturals, cíviques i socials, que promoguin la participació d'un públic divers.
 - 92. S'han de promoure activitats vinculades als valors del FC Barcelona, en particular al valor de la solidaritat.
 - 93. Les activitats esportives són un reclam per a un perfil de participants més joves.
 - 94. La participació del FC Barcelona no és l'objecte de l'activitat, tot i que s'ha de valorar com a important la seva col·laboració per afavorir l'èxit de les activitats del Moviment de Penyes. Aquesta col·laboració podrà ser presencial o bé facilitant tota mena de material o eines, de forma gratuïta o a preu simbòlic, d'articles promocionals, entrades infantils, trofeus del club,...

Trobada Mundial de Penyes

95. La crisi econòmica que deriva en la manca de recursos de les administracions per donar suport a activitats col·lectives ha posat en qüestió el model de Trobada Mundial que en els darrers anys ha marcat el seu desenvolupament.
96. Les dues darreres edicions han posat de manifest que el model de trobada a Barcelona tampoc no és un model sostenible, tot i que la participació de penyes, a l'empara del Congrés i del Gamper, ha estat més important que en anys anteriors.
97. El model de Trobada Mundial vigent fins al 2010 s'ha vinculat al coneixement d'altres realitats del barcelonisme i en particular al turisme. Segurament totes dues qüestions són suficients per defensar aquest model, però poden tenir la consideració de Trobada Mundial unes jornades que apleguen, en el millor dels casos, un deu per cent del col·lectiu de penyes?
98. Les dues darreres edicions del Congrés de Penyes, amb el nou format, han aplegat entre el quaranta i el cinquanta per cent del moviment de penyes.
99. La Trobada Mundial, al marge de la seu, ha de respondre als objectius següents:
- a) Ha de ser un punt de trobada del barcelonisme.
 - b) Ha de ser un model de convivència i intercanvi d'experiències i vivències.
 - c) Ha de ser una mostra de la pluralitat del moviment de penyes.
100. La Trobada Mundial s'ha de convertir en la gran festa del barcelonisme, més enllà de la gran festa de les penyes. En aquest sentit, pren força l'aposta del moviment de penyes de vincular aquesta activitat amb la festa del barcelonisme per excel·lència que és el Gamper.
101. El programa d'activitats ha de tenir present dues realitats diferents:
- Activitats de consum intern del moviment de penyes.
 - Activitats de consum col·lectiu del barcelonisme.
102. La confluència amb el Congrés de Penyes i amb el Gamper reforça l'objectiu de la participació i respon a la premissa d'eleva la marca *penya* i ser pal de paller i referent dels valors del barcelonisme al món.
103. L'activitat ha d'avaluar els arguments que mouen els barcelonistes:
- a) Els partits a l'Estadi, veure bon futbol.
 - b) La proximitat als jugadors que defensen els colors del nostre Club, al futbol i a les seccions professionals.
 - c) El col·leccionisme i aquelles que responguin a la identitat del col·lectiu.
 - d) Les accions lúdiques que integrin diferents segments d'edat.
 - e) La pràctica esportiva.
 - f) Etc.

104. És evident que la conclusió dels paràgrafs anteriors ens aboca a canviar el model de trobada, per un de nou amb seu única a Barcelona, coincidint amb el Congrés de Penyes i convertint la festa del Gamper amb la festa de tots els barcelonistes, amb la participació proactiva del moviment de penyes.
105. Qualsevol altre model i seu, si les condicions actuals canvien, ha de tenir en compte, sobretot, els eixos vertebradors plantejats i ha de comptar amb el suport institucional per garantir la necessària sostenibilitat econòmica de la Trobada.
106. Durant aquest any s'obrirà el debat sobre aquesta qüestió en el sí de les federacions de penyes i les conclusions es traslladaran al Consell de Penyes que haurà de realitzar una proposta tancada, que es posarà a votació del Moviment de Penyes en el Congrés de 2014.

Actes solidaris de les penyes del FC Barcelona: Consell de Solidaritat

107. La **solidaritat** és defineix com un sentiment de pertinença a un mateix conjunt que fa paleses les obligacions entre els seus membres, sobretot pel que fa a l'ajuda mútua. S'acostuma a associar la solidaritat amb un valor que mou les persones a intentar compensar les injustícies socials per afavorir els més desfavorits.
108. Entre els valors que defineixen el nostre Club, la solidaritat ha pres en els darrers temps un significat vital, en particular en les accions que dimanen de la Fundació FC Barcelona.
109. Les penyes del FC Barcelona han liderat o s'han vinculat en molts casos a accions solidàries des del seu àmbit més proper d'actuació (recapte d'aliments, mercats solidaris, organitzacions benèfiques i/o vinculades a malalts, etc.) i depassant fronteres en d'altres (projectes de cooperació internacional, etc.); aquests darrers, però, de forma puntual.
110. Des del moviment de penyes, cal més coordinació en totes aquelles accions solidàries que s'emprenen, no per limitar-les, sinó per establir uns criteris harmonitzats que, tot respectant les singularitats, serveixin per focalitzar accions i fer més productius els recursos que esmercem.
111. Els requisits per tirar endavant aquesta iniciativa, a més de la voluntat del moviment de penyes, són dos:
- Recursos, provinents del moviment de penyes mateix: aportacions vinculades als pressupostos de l'entitat (0,7%) i també provinents de la Fundació FC Barcelona en projectes que compleixin els requisits i els objectius d'aquest ens.
 - Estructura, amb la formalització del Consell de Solidaritat i Cooperació del moviment de penyes del FC Barcelona.
112. Existeixen experiències en aquest sentit en l'àmbit de l'administració local que ens serveixen per impulsar-ne la creació, l'organització i la dinamització.
113. El Consell de Solidaritat i Cooperació s'ha de convertir en el principal òrgan de participació i l'eina més important de treball dins de l'àmbit de solidaritat de les penyes

del FC Barcelona. És un òrgan de coordinació i intercanvi de les activitats i les iniciatives de solidaritat, i s'ha de convertir en el punt de trobada del moviment solidari del col·lectiu penyístic.

114. Ha de ser una plataforma de participació i coordinació de les iniciatives de les penyes, de les federacions i d'aquelles del FC Barcelona en què compti amb el moviment de penyes i, per aquest motiu, ha d'estar format per una representació del Consell del Penyes, de penyes dedicades a la solidaritat i cooperació i per membres del Departament de Penyes del FC Barcelona i de la Fundació FC Barcelona.
115. Les seves funcions principals són assessorar i recollir les inquietuds de les penyes, facilitar el debat i l'elaboració de projectes, captar i distribuir recursos d'acord amb els criteris que s'estableixin, promoure la participació i coordinar accions de la Fundació FC Barcelona en el territori.
116. El Consell s'organitza a partir del Plenari, que es reuneix trimestralment. El Consell també s'organitza en comissions:
 - Comissió permanent: les seves funcions consisteixen a preparar el Plenari del Consell, i prendre decisions, de manera ràpida i/o urgent quan el motiu ho requereixi.
 - Comissió de sensibilització: programació de les activitats de sensibilització, disseny, organització i gestió d'accions solidàries. Assignació d'ajuts i seguiment dels projectes de sensibilització i educació, organització d'actes de sensibilització.
 - Comissió de cooperació per al desenvolupament: dedicada a valorar els projectes de cooperació internacional i les actuacions d'emergència, assignar-ne els ajuts i fer-ne el seguiment.
117. Totes les activitats i les accions de solidaritat i cooperació es debaten i es consensuen en Plenari al Consell de Solidaritat, que és una eina de democràcia participativa.
118. El Consell de Penyes ha d'establir i protocol·litzar els mecanismes per a impulsar aquesta iniciativa abans de finalitzar l'exercici 2013.

IV. ENTRADES I DESPLAÇAMENTS

Objectius

119. Un dels objectius primordials que s'han marcat tant el Consell de Penyes com el Club és millorar en l'atenció a les penyes i la gestió de tots els processos en què estan involucrades.
120. És en aquest sentit en què la Comissió d'Entrades i Desplaçaments ha estat treballant des de la seva creació, ara fa ja dues temporades. Des de llavors, i gràcies als seus suggeriments, el Departament de Penyes ha assumit la gestió de la bústia de correu electrònic de reserva.penyas@fcbarcelona.cat per tal d'oferir una atenció millor a tot el col·lectiu.
121. A més, durant la temporada 2012/2013 les penyes oficials del FC Barcelona han pogut gaudir d'invitacions per poder assistir als partits del Barça B jugats al Miniestadi i als

diferents matxs disputats per les seccions professionals del FC Barcelona que s'han jugat al Palau Blaugrana.

122. La Comissió d'Entrades i Desplaçaments ha de continuar treballant durant la temporada 2013/2014 per tal de millorar els processos que impliquen la recollida i els enviaments d'entrades, a més d'intentar, conjuntament amb AFEPE, exhortar els equips de la LFP perquè estableixin un percentatge d'entrades assignades per als desplaçaments del primer equip del FC Barcelona, tal com ja succeeix en altres competicions com la Lliga de Campions.

Nous coeficients de repartiment d'entrades

123. La temporada 2012/2013 ha suposat l'elaboració del nou cens de penyistes del FC Barcelona. Aquest cens ens ha permès tenir informació acurada de la dimensió del moviment de penyes, tant de manera global com per zona i, fins i tot, per cada penya.
124. Amb aquesta informació, i atenent a una de les demandes de les penyes del FC Barcelona, s'ha procedit a actualitzar els coeficients de repartiment d'entrades per als partits en què sigui necessari dur a terme aquest procediment. Aquests coeficients, que tenen en compte tant el nombre de penyes com el nombre de penyistes, faciliten la distribució del nombre d'entrades assignades per a aquest col·lectiu.
125. Aquests coeficients, confeccionats seguint criteris objectius, s'han d'actualitzar a l'inici de cada temporada esportiva i s'han de mantenir inalterables durant la temporada.
126. Els criteris pels coeficients de repartiment d'entrades es basen en el número de penyes i penyistes de cada zona. Aquest cens es tancarà abans de l'inici de cada temporada i es comunicarà a cada federació quins són els coeficients aprovats que regiran durant tota la temporada.
127. D'altra banda, i d'acord amb la feina que està duent a terme la Comissió d'Entrades i Desplaçaments, s'ha establert un mecanisme corrector d'aquests coeficients que asseguri una distribució equitativa de les entrades. Aquest mecanisme corrector depèn de la demanda en cadascuna de les zones, és a dir, si a una zona li corresponen 40 entrades però només demana entrades una penya, s'aplica un coeficient corrector i les entrades passen a compensar la resta de zones amb més demanda, marcant sempre un mínim i un màxim d'entrades per penya.

V. MÀRQUETING

Objectius

128. Un dels pilars sobre els quals descansa el Projecte Penyes Segle XXI és l'autogestió del moviment de penyes. Aquesta autogestió s'exemplifica en una nova organització aprovada ja durant el passat Congrés Mundial de Penyes de 2012 i s'assenta i pren forma amb l'establiment d'uns òrgans més estructurats per organitzar el moviment de penyes: les federacions de penyes.

129. Però aquesta nova organització només és l'inici de la majoria d'edat del moviment de penyes, el tret de sortida de tota una sèrie de projectes que les penyes oficials del FC Barcelona s'han proposat dur a terme i executar en concordança amb el Club.
130. Tanmateix, per portar a terme tots aquests projectes sembla clar que es fa necessari treballar per aconseguir una certa independència i solvència econòmica que facin factible la realització de tots aquests objectius.
131. A més, per tal de tenir un estil més uniforme i guanyar projecció, es proposa que els signes distintius de les penyes del FC Barcelona s'unifiquin en una imatge corporativa comuna per a totes elles que permeti la utilització de l'escut del Barça sota uns paràmetres acordats amb el Club.

Pla de patrocini

132. Com hem avançat en el punt anterior, l'autogestió del moviment de penyes és una de les bases sobre les quals s'assenta el Projecte Penyes Segle XXI. Però no hi ha autogestió sense recursos. I els recursos es tradueixen en ingressos que permetin finançar tant l'organització territorial com les activitats del moviment de penyes.
133. Els recursos no solament poden ni han de ser econòmics, sinó que, també, poden ser en espècie, donant elements d'infraestructures, logística, productes i altres.
134. La temporada 2013/2014 ha de significar el punt de partida d'un dels projectes més ambiciosos a què s'enfronta el moviment de penyes de manera global: ser capaços de generar ingressos que ens permetin avançar en nous projectes i garantir la realització de tota classe d'activitats que generin barcelonisme al territori.
135. Abans de poder marcar un pla de patrocini concret, però, el primer és disposar de la màxima informació possible sobre el nostre col·lectiu. És per això que demanarem al Club un estudi sobre el que genera el moviment de penyes al voltant del barcelonisme: venda d'entrades, marxandatge, entrades de museu, etc.
136. Paral·lelament, també hem de puntualitzar que, per tal de finançar nous projectes, el que sembla clar és que s'haurà d'involucrar patrocinadors que, amb les seves aportacions, col·laborin a desenvolupar-los. En aquest sentit, el Consell de Penyes, mitjançant la Comissió de Màrqueting, proposa treballar conjuntament amb el Departament de Màrqueting del FC Barcelona per crear aquestes sinergies i buscar els espais patrocinables i les marques adients per a cada projecte, i que no contravinguin els possibles acords que tingui el Club amb els seus patrocinadors. Es tracta de sumar esforços per tal d'obtenir els millors resultats per a compartir amb tothom.

137. En aquest sentit, també volem proposar al FC Barcelona fer un estudi exhaustiu de quins podrien ser els espais patrocinables que les penyes podrien aportar a un possible patrocinador, com ara els actes de penyes, les seves activitats o el carnet de penyista, o d'altres suports o activitats. Aquests espais es podrien oferir també, si així ho desitgen, als patrocinadors oficials del Club a canvi d'un percentatge de les seves aportacions, que passarien a finançar tant l'organització territorial com les activitats de les penyes. Si els patrocinadors del Club descartessin aquesta oportunitat, seria el moment d'obrir aquestes finestres a altres marques i/o institucions que podrien fer les seves aportacions, sempre que no entressin en conflicte amb les marques i/o institucions que patrocinen el FC Barcelona.

Imatge corporativa

138. El creixement exponencial de les penyes del FC Barcelona en les dues darreres dècades ha comportat que s'hagin creat certes necessitats que abans no existien. Així, és molt habitual que aquestes entitats necessitin utilitzar una imatge de marca pròpia per a les seves comunicacions, com ara a les pàgines web, als seus locals, en paper de carta, en l'edició de pòsters dels seus actes, etc.

139. En aquests moments no hi ha cap norma establerta amb relació a la imatge corporativa de les penyes oficials del FC Barcelona. Això comporta que es creï certa dispersió de la imatge corporativa del Club, a més que es pot incórrer en infraccions per la manipulació d'aquesta imatge. Les penyes no saben què es pot fer servir i de quina manera, i a més en aquests moments no hi ha cap signe distintiu que garanteixi l'oficialitat de la penya, per la qual cosa qualsevol local o bar pot dir que ostenta aquesta oficialitat sense que sigui veritat.

140. Per tots aquests motius, el Club, conjuntament amb el Consell de Penyes, proposa començar a treballar en la imatge corporativa de les penyes oficials del FC Barcelona. Aquesta proposta ha d'incloure els següents elements:

- Escut de la penya.
- Escut del FC Barcelona.
- Títol de penya oficial.

141. Els avantatges que comporta aquesta proposta són l'oficialització de la penya des del punt de vista gràfic, la integració de la imatge corporativa del FC Barcelona dins del logotip i la unificació de la imatge corporativa del tot el Moviment, mantenint sempre la identitat de cada entitat.

142. Aquesta unificació de la imatge corporativa seria obligatòria per a les penyes de nova creació. Per a les penyes existents, s'oferirien dues opcions:

143. **Opció A:** adherir-se voluntàriament a aquesta proposta. En aquest cas el Club ha d'assumir les tasques de creació del nou escut a petició de les penyes oficials que així ho demanen.
144. **Opció B:** per a aquelles penyes que no s'adhereixin a aquesta iniciativa, s'ha d'incorporar el segell que garanteix l'oficialitat de la penya.
145. A més de la imatge corporativa de les penyes oficials del FC Barcelona, el Departament de Màrqueting també ha de treballar en la imatge corporativa de les federacions de penyes del FC Barcelona per tal que aquestes també ofereixin una imatge unificada.