



PRIMERA JORNADA DE BONES PRÀCTIQUES DE GESTIÓ
EN EL MÓN CASTELLER. L'OBTENCIÓ DE RECURSOS

fem que surtin els números

Badalona 1 de juny de 2013



AMB EL SUPORT DE:



AMB LA COL·LABORACIÓ DE:



Les colles castelleres també noten la situació de crisi econòmica, amb un important descens dels ingressos, especialment aquells que provenien de fons públics. Des de la Coordinadora de Colles Castelleres de Catalunya (CCCC) considerem necessari facilitar a les colles eines per tal d'aconseguir vies de finançament alternatives, sempre dins el respecte als valors socials del fet casteller. Per aquest motiu aquesta primera edició de la Jornada de Bones Pràctiques de Gestió en el Món Casteller està enfocada sobretot a l'obtenció de recursos, amb la voluntat que esdevingui una convocatòria anual que en el futur pugui abordar altres qüestions d'interès econòmic, jurídic o organitzatiu que puguin facilitar la feina als membres de les juntes de les colles.

PROGRAMA:

09:30 Recepció participants

10:00 Inauguració de la jornada, a càrrec de:

- Lluís Puig, director general de Cultura Popular, Associacionisme i Acció Cultural de la Generalitat de Catalunya
- Joan Pedrerol, director del complex petroquímic de Repsol a Tarragona
- David Fibla, president dels Castellans de Badalona
- Representant de l'ajuntament de Badalona

10:15 Presentació de l'estudi "Diagnòstic de les formes de gestió i organització de les colles castelleres de Catalunya", a càrrec del doctor Jaume Gené (URV)

11:00 Pausa-cafè

11:30 Com buscar una empresa col·laboradora, a càrrec d'Irene Borràs, directora de Causes that change the world

12:30 Taula rodona: Presentació de bones practiques en la captació de recursos, a càrrec de representants de diverses colles

13:30 Cloenda, a càrrec d'Alfonso González Bondia, president de la CCCC

Dinar

Com buscar una empresa col·laboradora

Com treballar la col·laboració privada.

Irene Borràs

El món casteller s'ha acostat a les empreses de forma intuïtiva i poc sistematitzada. Cal entendre les relacions amb les empreses com una relació d'iguals, on tots hi guanyen. Una relació on les empreses es vulguin sumar, també, a fer pinya.

Abans de començar

Cal entendre les relacions amb les empreses, sent conscient de les necessitats i expectatives de cadascuna de les parts. Tot i els recursos i pautes que es puguin obtenir cal ser conscients que, igual que per fer un castell, cal esforç i coordinació.

10 punts per aconseguir una empresa col·laboradora:

1. Què volen les colles castelleres.
2. Què volen les empreses.
3. Formes d'acostar-se a les empreses.
4. Proposta clara i concisa.
5. Identificació d'empreses potencialment interessades.
6. Acostament a les empreses.
7. Prestacions i contraprestacions.
8. Tancament de la relació.
9. Agraïment.
10. Som-hi! (Sense fer llenya).

TAULA RODONA DE BONES PRÀCTIQUES DE GESTIÓ:

Enric Seritjol (Xiquets de Tarragona): Buscant l'equilibri en les vies de finançament

Els Xiquets de Tarragona treballen el finançament de la colla a partir de tres àmbits o potes: els ajuts públics (Ajuntament, Diputació, etc), els ajuts privats (convenis de col·laboració amb entitats privades), i el finançament propi (quotes, marxandatge, i activitats lúdiques festives).

Carles Gallardo (Castellers de la Vila de Gràcia):

Treball conjunt davant l'administració

L'experiència de la creació de la Coordinadora de Colles Castelleres de la Ciutat de Barcelona, tot i que no exempta de dificultats i recels, demostra que la transparència i la negociació conjunta poden donar millors resultats davant l'administració. Amb la creació de la Coordinadora, les colles de Barcelona van aconseguir un major suport econòmic i en altres àmbits per part de l'ajuntament de la ciutat.

Núria Queralt (Castellers de Badalona): Aportacions en "espècies"

Hi ha altres maneres de buscar finançament privat més enllà de demanar diners a canvis d'aparèixer en cartells o a la web. Des de Castellers de Badalona es van plantejar qui produïa allò que la colla necessitava (menjar per les colònies de canalla, material esportiu pels assajos, pintura del local, etc.) i van decidir plantejar-los la situació com un intercanvi material: "Tu ens dones material esportiu i jo et faig un taller o una actuació el dia de la teva festa."

Jordi Fornells (Capgrossos de Mataró): Ingressos per marxandatge

Des de sempre, els Capgrossos de Mataró han estat una de les colles més actives pel que fa a la creació i venda de marxandatge propi, fins al punt que aquesta font d'ingressos ha acabat convertint-se en el 15% del pressupost total, aproximadament. El producte estrella és la samarreta i altres peces de roba que es renoven cada temporada.

Miquel Olària (Bordegassos de Vilanova): Experiència de micromecenatge.

Els Bordegassos van fer possible la diada del 40 aniversari de la colla, el 2012, gràcies a una campanya de micromecenatge, aconseguint prop de 3000 euros a base de petites aportacions. Les claus: fixar una xifra total assumible, pensar en recompenses atractives, marcar tarifes populars i ser molt actius en la campanya a nivell de xarxes socials, entre d'altres.