

TXELL ALCUBIERRE – FIONA BASSOLAS – PAULA CREUHERAS – ONA OSUNA – AINA PONS – AINA RENAU

POSICIONAMENT BARÇA.

PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA

EQUIP FEMENÍ:)

MARKETING

01

Intelligence

02

Posicionament

03

Campanya

01 INTELLIGENCE



CONTEXT DEL FUTBOL

- **El futbol a Espanya és com una religió.** Moltes persones confessen seguir-lo d'aprop i sentir una gran passió: el 64% dels homes i el 51% de les dones, segons les enquestes.
- La **competició principal és La Lliga**, on el Real Madrid i el Barça acaparen l'atenció per davant de la resta d'equips. La Lliga monopolitza mitjans, emoció i negoci.
- La **selecció femenina** s'ha convertit en un referent mundial, i el **48% de les jugadores són del Barça.**
- El futbol femení creix, però **només representa el 15% de la cobertura mediàtica esportiva.**
- Millores recents: **salari mínim de 23.500€/any** i més drets laborals.



- **El Barça Femení és pilar del creixement del futbol femení.**
- **Tot i el prestigi internacional, la visibilitat mediàtica segueix sent limitada.**

CONTEXT SOCIAL

- Espanya: 4t país UE en igualtat, però existeix cansament i polarització.
- El 46% creu que **la igualtat "ha anat massa lluny"**.
- Entre joves, **suport al feminisme baixa** del 64% (2019) al 54% (2023).
- Creix la **percepció de "discriminació inversa"** (52% població / 60% homes joves).
- El **feminisme està dividit** i polaritzat en xarxes.



- **L'esport femení és un camp de batalla polític i cultural.**
- **El relat del Barça Femení ha d'evitar polaritzar però sí inspirar.**

CONTEXT ECONÒMIC

- El **consum en esport, cultura i oci creix**, però més **lentament**.
- El **futbol és líder absolut** del negoci esportiu (80% ingressos de LaLiga).
- Primera Divisió Masculina: 5.049 M€ vs **Primera Divisió Femenina: 15,55 M€**.
- El futbol femení **depèn molt més de subvencions**.



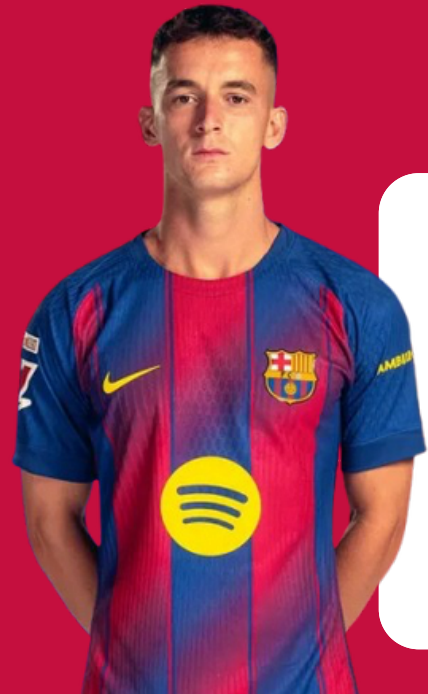
- **El futbol femení genera emoció/social, però encara no negoci.**
- **El Barça Femení és l'únic producte d'entreteniment femení comparable a un equip d'elit.**

CONTEXT POLÍTIC

- Polarització normalitzada.
- **L'independentisme continua**, però més pragmàtic i negociador.
- **Relació Estat–Generalitat**: tensa però estable.

- 
- El Barça Femení és símbol català i també líder de la selecció espanyola, tensió latent d'imaginari.

SOBRE EL CONSUMIDOR



El **públic del futbol masculí** acostuma a ser més tradicional i ritualista, amb un consum mediàtic més convencional. El producte és espectacular, sí, però també més polaritzat i travessat per un ecosistema constant de tensions i dramatismes. Quan comparen les dues modalitats, alguns espectadors afirmen que el futbol femení és menys entretingut, tot i que narrativament es percep com més pur, col·lectiu i inspirador.

El **públic del futbol femení** és ampli, divers i molt més heterogeni que no pas el que sovint es pressuposa. Hi conviuen dones, homes joves, famílies i criatures, i en general és un entorn que valora especialment els referents i els valors per sobre del soroll mediàtic. També és un públic amb més implicació digital, especialment a Instagram, TikTok i Twitter. Per a moltes nenes i noies joves, les jugadores esdevenen figures aspiracionals i un mirall on reflectir-se. En conjunt, l'afició del femení es construeix des d'allò emocional, valorial i aspiracional.



Pel que fa a **nens i nenes**, el canvi és profund. Les nenes, finalment, disposen de referents reals i propers, mentre que els nens creixen normalitzant que les dones també poden ser les protagonistes d'aquest esport. D'aquesta manera, el Barça Femení no només esdevé un equip d'elit, sinó també un model educatiu i cultural amb un impacte que va molt més enllà de la competició.

SOBRE LA CATEGORIA

DINS EL FUTBOL FEMENÍ

- **Lliga F:** creix, però desigual.
- El Barça Femení és **l'únic equip realment competitiu a escala europea.**
- **Partits nacionals:** poca tensió (massa previsibles).
- **Partits europeus:** entreteniment d'èlit real.



- **El Barça Femení és la categoria. És el producte estel·lar del futbol femení.**

SOBRE LA CATEGORIA

EN RELACIÓ AMB EL FUTBOL MASCULÍ

- No competeix per imitar-lo, sinó per **redefinir-lo**.
- Aporta emocionalitat, inspiració i valors.
- 91.000 persones al Camp Nou → prova de poder cultural.

EN L'ENTRETENIMENT EN GENERAL

- Competeix amb sèries, videojocs, xarxes i altres esports.
- Però té **narrativa**, **valors** i **sentiments** únics.
- DAZN, RTVE, Disney+: fan la marca més accessible.

- 
- **La seva força no és només guanyar: és inspirar.**

SOBRE LA MARCA

PERSONALITAT I VALORS

- **Identitat**

- **Arrels blaugrana:** humilitat, esforç, respecte, treball en equip.
- **Estil propi:** joc associatiu, pressió alta, ADN Barça.

- **Valors diferencials**

- Excel·lència i ambició màxima.
- Empowerment i referència social.
- Visibilitat de la dona en l'esport.
- Connexió amb la formació i identitat local.
- Voluntat de transformar el futbol femení globalment.



TENSIONS INTERNES DE LA MARCA:

- **Ambició infinita vs limitacions de pressupost.**
- **Èxit massiu vs risc de perdre essència.**
- **Lideratge mundial vs dependència institucional.**

SOBRE LA MARCA

POSICIONAMENT ACTUAL I DESITJAT

• Actual

- Domini total a Espanya i potència europea.
- Marca vinculada a valors, igualtat i inspiració.
- Gran impacte social (rècords d'assistència).
- Plantilla curta i limitacions per normativa econòmica del club.

• Desitjat

- Ser el **gran referent europeu del futbol femení**: no només guanyar, dominar.
- Ser un projecte **sostenible, autònom i de futur**.
- Normalitzar el seu consum igual que el masculí.
- Continuar inspirant generacions a través de l'excel·lència i els valors.



PROPÒSIT DE MARCA:

- ***“Transformar el futbol i la societat inspirant a través d’una excel·lència que eleva.”***

INSIGHT CENTRAL

**El Barça Femení no és només el millor equip.
És una nova manera de ser el millor equip.**

La seva competitivitat sana, intel·ligent i col·lectiva és exactament el que les fa extraordinàries.

02 POSICIONAMENT

Per a les persones que estimen el futbol i creuen en un esport que inspira, el FC Barcelona Femení és l'equip d'elit que està redefinint què vol dir competir: guanya amb excel·lència, lidera amb humilitat i demostra que els valors també poden serampions.

Concepte central

**EXCEL·LÈNCIA
QUE INSPIRA.**

Tagline sintetizat

COMPETIR PER
SER MILLORS.
SER MILLORS
PER INSPIRAR.

Per plantejar un nou posicionament per al FC Barcelona Femení, calia recuperar l'actual marc conceptual del projecte, que reforçava determinats valors esportius però que no acabava d'expressar amb claredat la singularitat del model de l'equip ni la seva aportació transformadora al futbol i a la societat. Mancava una articulació explícita de la seva manera única d'entendre la competitivitat i del paper que exerceixen com a referent global.

Per aquests motius, es proposa evolucionar i reforçar el posicionament de marca a partir d'una nova idea central que sintetitza el que el Barça Femení és avui i el que vol seguir essent:

“Competir per ser millors. Ser millors per inspirar.”

Aquest posicionament recull dues idees essencials:

En primer lloc, **promou un nou model de futbol**, competitiu però sa, emocional però no tòxic, comunitari i inspirador.

D'altra banda, motiva a **l'excel·lència i hegemonia amb valors**, no perquè les victòries siguin fàcils o còmodes, sinó perquè, malgrat la pressió, la fama i l'èxit, l'equip continua fidel a principis que el fan únic.

Aquesta combinació és el que converteix el Barça Femení no només en un equip d'elit, sinó en un exemple global d'una nova manera d'entendre la competició: exigent, col·lectiva i educadora.

UNA COMPETITIVITAT SANA COM A SENYAL D'IDENTITAT

El Barça Femení ha demostrat que és possible competir al **màxim nivell** mantenint la **humilitat**, el **respecte** i la **cohesió**. No competeixen per destruir l'altre, sinó per **créixer**, **aprendre** i **elevant-se**.

Aquesta manera de competir és el seu principal tret diferencial i allò que la nova proposta de posicionament fa explícit. El Barça Femení representa un model de competir que **contradiu** molts tòpics del futbol. **Competeixen per guanyar, però ho fan sense ego, sense toxicitat i sense individualisme excèntric**. Han demostrat que es pot ser el millor equip del món mantenint valors, humilitat i respecte.

Aquesta competitivitat exemplar és un actiu diferencial i, per tant, una raó sòlida per ancorar-hi el posicionament.

L'EXCEL·LÈNCIA NO ÉS UN FI, ÉS RESPONSABILITAT

L'equip no només guanya: educa i inspira a través del seu rendiment. La seva hegemonia esportiva és inseparable de la seva manera d'arribar-hi: treball col·lectiu, compromís, esforç i una cultura de valors que no s'ha trencat ni en els moments de màxima exigència.

UN RELAT SOSTINGUT PER LA HISTÒRIA I PELS FETS

El Barça Femení ha trencat barreres estructurals, culturals i mediàtiques. Ha convertit el que abans semblava extraordinari, és a dir, estadis plens, Champions, referencialitat global... **en un nou estàndard.**

INSPIRAR A TRAVÉS DEL RENDIMENT

Ser millor **no és només guanyar**, també és **inspirar** i **elevant** l'esport. El posicionament reforça la idea que cada victòria, cada gest i cada partit és una oportunitat per transformar la percepció del futbol femení i per mostrar que es pot arribar a tot mantenint valors sòlids.

CONNEXIÓ AMB ELS VALORS DEL CLUB

Aquest posicionament **actualitza** l'esperit del "**més que un club**". El Barça Femení promou avui aquesta idea amb més força que ningú: **educa competint, inspira liderant i transforma amb exemple**. Aquest posicionament reforça el llegat del club, però també el renova, mostrant com el femení és un motor alternatiu i complementari alhora d'aquest esperit.

Volem que el Barça Femení sigui el referent mundial d'un nou model de competitivitat: valenta, exigent i col·lectiva, però sobretot sana.

Un equip que demostrï que la força del grup pot superar qualsevol límit, i que l'excel·lència és més poderosa quan està al servei d'una visió compartida. Un model que demostrï que es pot aspirar a tot: a títols, a reptes i impacte sense haver de renunciar als valors ni a la humilitat.

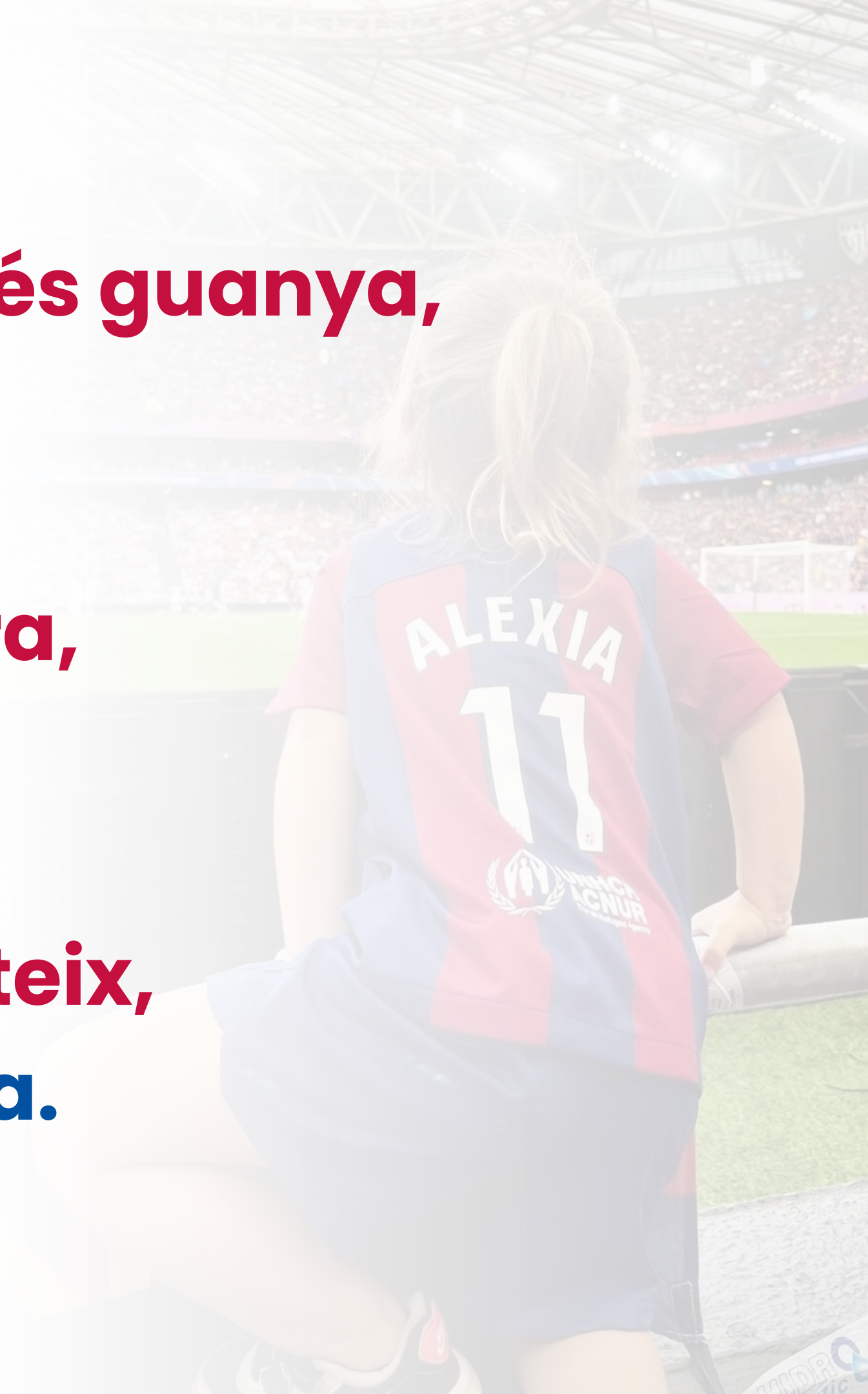
A més a més, també volem que sigui el **símbol que trenca barreres amb naturalitat, futbol, treball i autenticitat.**

Que continui transformant l'esport, inspirant noves generacions i fent que **allò que abans sorprenia ara sigui absolutament normal.**

**Que sigui l'equip que no només guanya,
sinó que ensenya.**

**Que no només inspira,
sinó que educa.**

**Que no només competeix,
sinó que transforma.**



Barça femení

03 CAMPANYA

Planificació estratègica

Grup 10



LA PRÉVIA DE LA CAT

Un espai social i cultural inspirat en les prèvies del Barça masculí, però adaptat al que busca el nostre públic: un moment per compartir, connectar i viure el Barça Femení més enllà del futbol.

Aquest espai, que pot tenir lloc abans o després del partit segons l'horari, està pensat per a noies de 18 a 25 anys que valoren la cultura, la creativitat i la comunitat.



La **Cat**, la mascota del Barça i figura molt present entre les jugadores i el públic jove, es converteix en la protagonista d'aquesta prèvia, aportant personalitat, simbolisme i un punt de connexió emocional.

L'ambient es construeix a través d'una selecció musical en **català** combinada amb estils actuals que agraden al target, creant una atmosfera jove i identitària.



La **prèvia de la CAT** es celebrarà durant les hores prèvies o posteriors a cadascun dels partits de Lliga i Champions del primer trimestre de la temporada 2026-2027, per a veure la rebuda de la festa.

Es posaran parades i en muntaran espais musicals a fora de l'estadi Johan Cruyff pels partits de Lliga. Hi haurà un espai habilitat a l'exterior de l'estadi. Pels de Champions, el muntatge de la prèvia de la Cat es farà també al Johan Cruyff si es juga allà, o bé a l'Estadi Olímpic Lluís Companys, o bé al nou Camp Nou Spotify, quan l'equip femení ja el pugui estrenar.

A La Prèvia de la Cat hi trobarem DJ sets, tallers per customitzar samarretes, murals participatius, espais per deixar missatges positius i microxerrades amb referents femenins de l'art, el disseny, l'skate o l'activisme. Tot plegat reflecteix els interessos reals del públic: cultura, estètica, música, urbanitat, entreteniment i vida social.

LA PRÈVIA DE LA CAT



L'objectiu no és fer una festa més, sinó crear una experiència que faci sentir les noies part de la història del Barça Femení sense necessitat de parlar de futbol.

Convertim la prèvia en un moment que parla d'identitat, inspiració i comunitat, posicionant el Barça Femení com un referent cultural, empoderador i genuí per a una generació que busca espais on sentir-se representada.







JUSTIFICACIÓ VERS POSICIONAMENT

La Prèvia de la Cat trasllada el posicionament del Barça Femení també **fora del camp**. Competir per ser millors en la manera d'inspirar i enriquir la **comunitat** de l'equip.

LA PRÈVIA DE LA CAT

El posicionament del Barça Femení, “Competir per ser millors. Ser millors per inspirar”, té molta coherència i connecta profundament amb la nostra proposta de campanya: La Prèvia de la Cat.

Hem creat un espai cultural i social que ofereix una estona agradable, inspiradora i enriquidora més enllà del futbol. Aquesta prèvia promou un espai sa, segur i col·lectiu, on es construeix comunitat a través de la música i la cultura.

D'aquesta manera, La Prèvia de la Cat trasllada el posicionament del Barça Femení fora del camp. Competir per ser millors també en la manera d'inspirar i enriquir la comunitat de l'equip. Es tracta d'un ambient lliure de toxicitat, que reflecteix el tipus de joc que practiquen les jugadores del Barça Femení: intel·ligent, col·lectiu i competitiu alhora respectuós.

LA PRECOSA LA FEMENINA

L'espai que proposem disposa dels valors del club: humilitat, esforç, treball en equip i educació. A més, reforça la idea que **el Barça Femení és molt més que un equip, sent un referent que inspira una nova manera de viure el futbol i gaudir-lo en comunitat.**

La decisió de basar aquest espai en la mascota del Barça aporta un lligam directe amb el que és la totalitat del club i els seus valors.

Aquest fet reforça la idea clau del Barça de "més que un club".



GRÀCIES!