TREBALL FINAL DE MÀSTER
GESTIÓ CULTURAL

CREACIÓ D'UN CENTRE CULTURAL DE CATALUNYA A PARIS

Dinamització cultural del Casal de Catalunya de París i establiment d'un centre o plataforma de la cultura

Júlia Zamora
Màster de Gestió Cultural
TFM
Març – Juliol 2012

INDEX

A. Primera part: Bases contextuals del projecte 3
1.1. Finalitats 3
1.2. Dinàmiques territorials 5
1.3. Dinàmiques sectorials 9
1.4. Polítiques culturals: Catalunya i França 13
1.5. Anàlisi interna de l'organització: Casal de Catalunya 16
1.6. Orígens i antecedents 20
+ DAFO FINAL 24

B. Segona part: Definició del projecte 25
1.7. Destinataris 25
1.8. Objectius 28
1.9. Continguts 30
1.10. Estratègies 31
1.11. Activitats 33
1.12. Model de gestió 36

C.Tercera part: Producció i avaluació del projecte 38
1.13. Planificació de la producció 38
1.14. Estructura organitzativa 41
1.15. Comunicació 44
1.16. Factors infraestructurals i tècnics 50
1.17. Factors jurídics 50
1.18. Factors econòmics i financers 51
1.19. Avaluació 53

Annexos 56

PART 1: BASES CONTEXTUALS DEL PROJECTE

Presentació del projecte

El nostre projecte consisteix en imaginar i elaborar un pla que converteixi el Casal de Catalunya en un "**Centre Cultural de Catalunya a París**", o més aviat una "**Plataforma de difusió i d'intercanvi de la cultura catalana**". La idea és establir una plataforma cultural que difongui la cultura catalana i serveixi d'**internacionalització i difusió d'artistes catalans o accions culturals sorgides a Catalunya** cap a França, en concret París. Aquests artistes, professionals i projectes, obres i creacions seran contemporànies i de creadors actuals que tenen algun vincle amb Catalunya.

També tenim en compte que a París hi ha la presència de diverses institucions públiques catalanes que en major o menor mesura exerceixen una funció de difusió de la cultura i la llengua catalanes, i de relació a l'internacional. La plataforma del Casal hauria de reunir tots aquests actors que tenen objectius paral·lels o relacionats amb els nostres, i que per tant la cooperació pot ser desitjable i necessària.

Aquests organismes són:

- La Delegació de la Generalitat de Catalunya a França
- L'Institut Ramon Llull
- Institut Català de les Empreses Culturals
- El Centre d'Estudis Catalans de la Universitat Sorbona de París

1.1. FINALITATS

La finalitat del projecte

La finalitat principal i la raó de ser d'aquesta iniciativa és ***esdevenir el centre o plataforma de la Cultura Catalana a París***, mitjançant **la difusió de la cultura catalana** en totes les seves vessants i **promoure un intercanvi cultural,** entre la cultura catalana i altres, en el marc territorial de París.

Aquest centre vol contribuir a la internacionalització d'artistes, inciatives i productes culturals interessants i creatius creats a Catalunya. Això implica al mateix temps contribuir a la diversitat cultural i al diàleg entre les persones mitjançant expressions artístiques i activitats culturals. Ens mou tant la **voluntat de difondre la cultura catalana** en la seva diversitat, així com **servir d'ajuda als artistes i expressions culturals per sortir cap a l'exterior i formar part del diàleg inter-cultural**.

No obstant, aquesta plataforma vol procurar també de coordinar-se i **mantenir el model d'associació intracomunitària** (el lloc de trobada de catalans i catalanòfils) que és el model actual del Casal: organització **activitats dedicades a un públic català o catalanòfil de caire tradicional i social.** En conseqüència es mantindran les activitats com la *troupe* amateur de teatre, i les festes i actes tradicionals i gastronòmics (Sant Jordi, Sant Joan, Nadal, Calçotada, etc). Així com activitats dirigides a un públic familiar i infantil, o vinculades a la llengua...

Així doncs, la **finalitat** principal és consolidar un **centre de la cultura catalana** que **promou aquesta cultura fora de les fronteres a un públic francès i internacional**, així com animar el diàleg i la trobada de les expressions artístiques catalanes amb altres expressions culturals (franceses i d'arreu del món). Anunciem des d'un bon principi que hi ha un **interès especial en promoure el cinema, les arts audiovisuals i la música en preferència,** el teatre, les arts plàstiques en una segona etapa o si trobem projectes que ens interessin, així com també projectes transversals i que impliquen diversos àmbits artístics i culturals i d'altres sectors (educació, social, etc). Aquesta plataforma restarà oberta a tots els sectors i expressions culturals i artístics, mirarem de ser pluridisciplinars i fer dialogar diferents expressions culturals.

APUNT: Projecte fictici

El projecte que estem perfilant i imaginant podria ser aplicat i posat a la pràctica, però som conscients d'algunes limitacions i, per tant, direm que és fictici, i qui sap si amb el temps, l'esforç i la voluntat d'algunes persones, així com els recursos necessaris podrem dur-lo a terme parcial o totalment.

Perquè aquest projecte? Raons per dur-lo a terme

Pensem que aquest projecte té una raó de ser pels següents motius:

- **Catalunya – París: proximitat històrica, cultural i geogràfica**

França és una destinació que milers de catalans han pres al llarg de la història, sobretot des del gran exili de la Guerra Civil espanyola, amb el qual milers de catalans i espanyols van abandonar la seva terra i es van instal·lar a França, alguns per quedar-s'hi per sempre. El fet de ser un país fronterer amb el nostre ha provocat que els intercanvis i les relacions existeixin des de fa segles.

Pel què fa a la situació política actual de Catalunya, recordem el fet històric del *Tractat dels Pirineus*, amb el qual el territori català va ser dividit entre França i Espanya, i així parlem de la Catalunya Nord, que manté (en menor intensitat que en la Catalunya del

sud dels Pirineus) la cultura catalana i la reivindicació política i cultural de la seva singularitat dins de l'Estat francès.

D'altra banda, pel què fa a la proximitat cultural, d'una banda tenim la influència que la cultura francesa ha tingut en la resta d'Europa a nivell cultural, intelectual i política. Des la il·lustració i la creació de l'estat modern, passant pels ideals del romanticisme, fins a filòsofs i pensadors del segle passat, així com la revolució popular del Maig del 68 que va inspirar uns nous ideals de llibertat i pau per un món en guerra.

- **Internacionalització de la cultura, l'art i les idees**

Avui en dia, les raons que mouen a la gent a venir a França són diferents de les de fa més de mig segle: ja siguin raons professionals (màsters, contractes de feina interessants, oportunitats úniques, aprendre llengües), o raons personals (sentimentals, motivació per viatjar i aprendre, seguir la parella o la família, etc), i tants altres motius... El cas és que amb l'accentuació de la crisi econòmica que està vivint Catalunya i tot l'estat espanyol, s'ha constatat que un nombre important de catalans han agafat les maletes i han marxat cap a l'estranger. Segons dades recuperades pel FIEC (Federació Internacional d'Entitats Catalanes), 186.000 és el nombre de catalans que viuen a l'exterior i que estan registrats als consultas, i la resta són catalans que viuen a la resta de l'estat espanyol[1].

Els límits geogràfics avui en dia conten molt menys que ara fa 20 o 30 anys. Amb Internet i les noves tecnologies, les distàncies s'han escurçat enormement i les persones, empreses, projectes i idees es comuniquen mitjançant aquestes noves eines tecnològiques i comunicatives. Si una cosa ha fet Internet és justament brindar moltes possibilitats a la cultura i a la seva difusió, però la vivència en persona de l'art i la cultura (concerts, exposicions, anar al cinema o al teatre) continua sent un factor primordial de l'accès a la cultura. És per aquest motiu la cultura mira més enllà de les fronteres locals, regionals o nacionals, i busca obrir-se i comunicar-se amb nous públics, nous territoris, noves cultures. A més a més, això representa també una font d'ingressos per artistes i professionals del sector cultural, així com un reconeixement per aquests mateixos. Així doncs, constatem que hi ha una necessitat dels artistes de sortir a l'estranger per tal que el diàleg cultural sigui més ampli i ric, i tots poguem gaudir dels beneficis que la cultura ens aporta.

[1] Document del FIEC enviat per e-mail que podeu trobar als Anexos.

1.2. DINÀMIQUES TERRITORIALS

Territori : París, França

París és la capital de la República Francesa i té una població de **2.246.995** el 2011, segons dades de l'INSEE[2]. Ocupant una superfície de 10.540 hectàrees, és la ciutat amb la densitat demogràfica més alta de tot Europa, tal i com constata la *Mairie* de Paris[3] (ajuntament de París) a la seva pàgina web oficial. Si tenim en compte tota l'àrea metropolitana, és a dir, l'aglomeració urbana composada de 412 comunes –ciutats-, la xifra augmenta considerablement: 10.354.675 habitants el 2008[4]. Així doncs, París i la seva metropolis constiteuixen una de les aglomeracions urbanes amb més densitat d'Europa.

París, capital cultural

Però si París destaca per sobre d'altres ciutats no és degut a la seva densitat de població, sinó perquè es considera una **capital cultural** del panorama internacional, i el que és més important, que continua consolidant-se com a tal, gràcies a la gran oferta cultural tan pública com privada, i sobretot a través de les accions i polítiques en matèria de cultura que posa en marxa l'ajuntament. En el capítol de polítiques culturals observarem quines són les accions, marcs legals i polítiques culturals que es duen a terme a París.

Diversitat cultural

Ens trobem en un context multi-cultural, com totes les grans metropolis del món: d'una banda, perquè una part significativa de la població és d'origen estranger; i en segon lloc, perquè hi ha una voluntat del govern, així com de la societat civil per construir cada dia una ciutat cultural, multicultural i oberta.

- **Estrangers a París**. Segons dades de l'INSEE al 2008 a París hi vivien 2.211.297 d'entre els quals **329 922** eren estrangers (i d'entre els quals 11 731 espanyols)[5]. També tenim una altra dada interessant, i és les dades del CERA (Censo de Españoles Residentes Ausentes) que ens permet saber quants catalans majors de 18 anys hi ha registrats al consulat de París, i a data de finals de 2011 hi havia 6.345 catalans registrats. L'únic defecte d'aquesta xifra, que no és menor, és que només hi ha els majors de 18 anys residents a Paris.

[2] INSEE: http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATTEF01214

[3] Mairie de Paris: http://www.paris.fr/politiques/paris-d-hier-a-aujourd-hui/demographie/plus-de-2-millions-de-parisiens/rub_5427_stand_16185_port_11661

[4] Wikipedia "Paris": http://fr.wikipedia.org/wiki/Agglomération_parisienne

[5] INSEE: http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=20&ref_id=poptc02501

Segons el PERE de 2012, el total de catalans residents a França és de 15.667, un 14,78% tenen menys de 16 anys. Pots doncs suposar que la xifra de residents a Paris la pots incrementar en aproximadament un 15% per a agregar els menors de 18 anys. Això fa uns **7.000 catalans** a París[6].

- **Polítiques culturals**. L'Estat francès i l'Ajuntament de París elaboren i posen en pràctica, des de fa anys, polítiques que permten integrar la diversitat a través de la promoció de la pluralitat de cultures que configuren el mapa identitari i cultural de París i de l'internacional.

Cert és que els Estats són els primers responsables de garantir un marc polític i legal per garantir la diversitat cultural en el si de la societat, però la ciutat té un rol molt important a jugar en la creació i l'aplicació de polítiques cultrals, doncs és la primera esfera d'associació de l'identitat individual i col·lectiva, després de la familiar, i abans de la nacional. La ciutat també és el primer nivell de contacte entre els ciutadans i l'administració, la llei, els drets socials i culturals. El seu dia a dia succeeix en una ciutat, en un barri, en un territori més o menys delimitat i és per això que els ajuntaments tenen un paper cabdal.

Oferta cultural

A la pàgina web oficial de la *Mairie* de Paris (ajuntament) podem veure que són moltes les accions i serveis que des de l'administració per tal que aquesta gran ciutat: en primer lloc, l'Ajuntament posa a la disposició dels ciutadanas una sèrie d'equipaments públics que serveixen a la creació, difusió i intercanvi cultural artístic i que poden ser utilitzats i visitats per tothom de forma gratuïta o mitjançant el pagament d'unes tarifes baixes o, en tot cas, raonables. Aquests equipaments i centres estan distribuïts per tots els barris de la ciutats. Aquí anomenarem els més destacats:

- Públics: Museus (d'entre els quals 11 són museus muncipals públics, i la majoria són gratuïts[7] pels menors de 26 anys); Centres culturals o també anomenats "centres d'animation"; Centres culturals mutli-funcionals i pluri-disciplinars (com el Cent Quatre: http://www.104.fr). Però no tots són públics, n'hi ha de privats o de model mixt.
- Privats: Cinemes; Sales de concerts i d'espectacles (n'hi ha de públiques, o semi-públiques)[8]; Centres i espais multi-funcionals; Centres de creació i residències d'artistes; Sales d'exposició; Bars; etc.

[6] Informació cedida pel FIEC (Federació Internacional d'Entitats Catalanes (intercanvi de correus electrònics, a l'Annex)

[7] http://www.paris.fr/accueil/expositions/gratuite-des-musees/rub_9832_actu_100400_port_25338

[8] Sales de concert a París per barris (arrondissements): http://equipements.paris.fr/?tid=75

- Llavors hi ha els **centres culturals / instituts de cultures estrangeres**. De fet, París és la capital que reuneix el nombre més gran d'instituts culturals estrangers. El **FICEP (Forum des Instiuts Culturels Étrangers à Paris)** del qual en parlarem en el capítol següent de dinàmiques sectorials.

L'oferta cultural de París és amplia i variada, tant en els continguts com en les possibilitats d'accés, és a dir, que l'Ajuntament i l'Estat promouen la **democratització cultural** mitjançant la creació i el finançament d'espais i centres culturals com els què hem citat anteriorment.

Hàbits culturals durant el temps d'oci de la població de París

Com ja hem dit anteriorment, la cultura francesa és una cultura que valoritza el saber i el coneixements de les arts, la cultura i la ciència. I París en particular és una gran capital cultural a nivell mundial. Per tal de tenir una aproximació més estadística he anat a mirar a l'INSEE on per exemple veiem quines són les preferències dels habitants de París a l'hora de fer sortides culturals: veiem que un 53% de les sortides són al "cinema", un 36% són per exposicions i museus, i un 31% concerts i obres de teatre[9].

Els mitjans de comunicació en el sector cultural

La cultura i la comunicació són dues cares de la mateixa moneda, doncs sense una no pot haver-hi l'altra: per tal que el públic o receptor pugui accedir al descobriment i gaudi del producte, acció o esdeveniment cultural, primer ha d'haver estat informat o ha d'haver trobat aquest missatge, que al seu temps ha estat emès pel creador, empresa, artista i filtrat per un suport de comunicació o premsa.

Avui en dia, gràcies a Internet, la difusió i recepció d'aquests "missatges culturals" és molt més àmplia i àgil i es pot arribar a molta gent de tantes destinacions com imaginem. No osbtant, aquesta amplitud de la xarxa també ens evoca a l'excès d'informació, i és per això que les revistes online, pàgines web de referència, blogs, diaris digitals i altres suports de caire informatiu o periodístic tenen un gran rol a l'hora de disseminar i triar la informació que difonen.

En el cas de París passa exactament el mateix, i per tant hem intentat identificar alguns dels canals i suports de comunicació més incidents del sector artístic i cultural, i que sovint estan associats al patrocini d'actes o esdeveniments del sector:

- **Pàgines web** dels diferents equipaments (sales, centres culturals, etc).

[9] INSEE: http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATTEF05443

- Revistes especialitzades i "gran públic": ***LYLO*** (tots els concerts que es fan a París i a Île-de-France); ***Télérama*** (actualitats TV, música, cinema, audiovisuals, teatre, etc); ***Courrier International*** (revista amb articles sobre l'actualitat cultural, política i social de tot el món); ***A NOUS PARIS*** (hebdomedari d'actualitat cultural, esdeveniments culturals altres temes); **Cityvox**; www.planconcert.com; etc.
- Pàgines Web: ***Mairie de Paris*** (el web de l'ajuntament dóna moltes informacions sobre els seus equipaments culturals, però també d'altres i d'esdeveniments que patrocina o recolza); ***l'Officiel de l'Espectacle*** (agenda cultural); ***www.paris-art.com*** (totes les galeries, exposicions, i altres esdeveniments d'art); ***Allocine*** (cartellera de cinema).

Anàlisi de l'entorn: DAFO

Utilitzarem el mètode per fer un retrat del territori en el qual volem actuar: en aquest capítol extreure'm les Amenaces i Oportunitats.

OPORTUNITATS	AMENACES
Ciutat molt cultural tant per l'oferta com per la demanda	Gran oferta cultural = competència
Ciutat que promou la diversitat cultural	Ciutat cara: lloguers, transports, restaurants
Públic català i catalanòfil (7.000 catalans a París)	Manca de coordinació entre organismes catalans
Participació del públi francès en activitats de cultures estrangeres	Dificultat per comunicar en els suports de premsa cultural, art, programació
Proximitat geogràfica i bones connexions de transports entre Catalunya i França	Crisi econòmica, frena les ajudes públiques
Creació artística catalana creixent: demanda per venir a França	
Presència d'institucions públiques catalanes	

1.3. DINÀMIQUES SECTORIALS

Principal sector d'activitat

El sector al qual ens volem aventurar és el de la la cultura en tant que valor transversal expressat a partir de diverses manifestacions i àmbits culturals: art plàstic, música, teatre, cinema, literatura, festivals, conferències, activitats dedicades a la família i nens, i moltes altres manifestacions. Però la nostra particularitat i que al mateix temps ens ajuda a delimitar el sector en el qual volem intervenir és el fet que es tracta de **la cultura catalana,** en tant que cultura estrangera i particular, i, per tant, hem

d'emmarcar el Casal en un context particular dins del macrocontext del sector cultural de París: associació que agrupa catalans i catalanòfils i que promou aquesta cultura així com l'intercanvi i el contacte amb altres.

- **Organismes, centres i institucions franceses o establertes a França**

Centres culturals estrangers

París és, segons informacions de l'ajuntament, la capital que acull el nombre més elevat de centres culturals estrangers. Des de la creació del FICEP, l'Ajuntament de París ha donat un suport indispensable a aquesta organització, així com a la Setmana de les Cultures Estrangeres, que és l'esdeveniment anual que organitza aquesta associació i que permet que aquests centres treballin en xarxa i es promocionin com una mateixa iniciativa, una mateixa identitat construïda a partir de la diferència i la diversitat.

FICEP : Féderation des Instituts Cutlurels Étrangers à Paris

Web: www.ficep.info

El FICEP és una associació creada l'any 2002, única en el món, doncs reuneix 46 instituts culturals provinents d'Amèrica Llatina, la Mediterrània, Europa, Rússia, L'extrem i Mitjà Orient, Índia i Àsia (l'Institut Ramon Llull en forma part). En la seva pàgina web podem llegir: "És la primera vegada que una federació d'instituts i centres culturals, que tenen com a objectiu principal la defensa de les cultures, es crea amb una base sòlida i perenne en el context d'una gran capital. La unió d'actors culturals i l'expressió col·lectiva d'aquests és quelcom que va més enllà de la diplomàcia tradicional i els acords i convenis bilaterals."

Els principals objectius del FICEP són: a) afirmar un espai de relfexió original i multi-lateral de la cultura; b) expressar col·lectivament una concepció de la cultura viva (en acció), tolerant, oberta, dins de l'espai públic francès, europeu i internacional, i distanciada de la banalització mercantil; c) federar projectes d'interès comú posant de relleu la diversitat cultural, com la Setmana de les Cultures Estrangeres; d) representar els seus membres davant de grans organitzacions de vocació internacional, així com franceses, per determinar amb aquestes quines accions dur a terme per dur a terme els objectius.

Més informació: A **l'*Officiel de l'Espectacle*** (revista online que centralitza els esdeveniments i activitats culturals de tots els sectors) també podeu veure un llistat força complet d'aquests dels Centres i Instituts Culturals Estrangers a París[10].

[10] L'Officiel de l'Espectacle: http://www.offi.fr/expositions-musees/centres-culturels-paris.html

- En l'annex trobareu una imatge, extreta de la pàgina web oficial de l'Ajuntament de París, on hi ha tots els centres culturals estranges i la seva disposició en el terriotori.

Catalans

- Delegació de la Generalitat de Catalunya a França:

Des de l'any 1986, el Govern de Catalunya ha anat deplegant una xarxa d'oficines sectorials. No obstant, amb l'entrada en vigor de l'Estatut d'Autonimia, es reconeix la possibilitat d'establir delegacions a l'exterior per a la promoció dels interessos de Catalunya (cinc delegacions en 5 països estratègics: Nova York, Buenos Aires, Londres, París i Berlín). Les delegacions són concebudes com un instrument de gestió de la dimensió internacional de les competències pròpies de la Generalitat i actuen com a coordinadores de les oficines sectorials existents (ACC1Ó, ICEC, Agència Catalana de Turisme, Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament i Institut Ramón Llull). En aquest sentit, les delegació a París assumeix la representació ordinària del Govern de Catalunya en el seu àmbit geogràfic, i treballa per a la promoció dels interessos de Catalunya en tots els àmbits i coordinen les polítiques i els organismes del Govern en l'àmbit geogràfic de cada delegació.

- IRL (Institut Ramon Llull) de París:

L'Institut Ramon Llull té com a finalitat la projecció exterior de la llengua catalana i de la cultura que s'hi expressa en totes les seves modalitats, matèries i mitjans d'expressió, així com la seva difusió i l'ensenyament fora del domini lingüístic tenint en compte totes les seves modalitats i variants.

Objectius de l'IRL:

- Promoure l'ensenyament del català i de la cultura que s'hi expressa a les universitats i altres centres d'estudis superiors.
- Promoure l'ensenyament del català fora de l'àmbit universitari
- Promoure la difusió a l'exterior del coneixement de la literatura que s'expressa en llengua catalana per mitjà del foment i el suport a les traduccions i accions de promoció exterior pertinents.
- Promoure la difusió del pensament, l'assaig i la investigació a l'exterior mitjançanet el foment i el suport a les traduccions a altres llengües, l'organització de trobades, seminaris i intercanvis i altres accions de promoció.
- Promoure i donar suport a les societats de catalanística a l'exterior

- Promoure la **projecció exterior de la creació cultural pròpia** de les seves comunitats autònomes consorciades, en totes les seves modalitats, gèneres i expressions mitjançant les accions i estratègies de promoció exterior adequades, el foment de la internacionalització de les manifestacions artístiques d'excel·lència, el **suport a la circulació a l'exterior d'artistes i d'obres** i la difusió del coneixement del patrimonio artístic propi.
- **Promoure les relacions, els projectes i les iniciatives conjuntes amb institucions i organismos de projecció de la cultura, dins o fora del domini lingüístic.**

❖ ICEC (Institut Català de les Empreses Culturals)

L'Àrea promoció internacional té uns objectius i unes tasques que podrien coordinar-se amb el nostre projecte, sobretot si es tracta de circuits professionals.

Espanyols

❖ Instituto Cervantes de París – www.cervantes.es

Associació sense ànim de lucre creada l'any 1991 pel Govern d'espanyol a fi de promoure la llengua i la cultura del conjunt de països hispanofons.

- Missió principal: ensenyar la llengua espanyola
- Organització i concedéis els certificatsoficials de tots els nivells de llengua espanyola (D.E.L.E).
- Organització d'activitats i actes culturals en col·laboració amb institucions del país d'acollida i altres organismes espanyols o hispanòfons.

❖ Colegio de España – www.colesp.net: Residència per estudiants espanyols i amb unes instal·lacions bones i un públic jove. En els seus espais s'hi realitzen activitats, sovint reservades als estudiants que hi viuen.

❖ Espagnolas en París (Gnolas en París) – www.gnolas.org

L'any 2002 es crea l'associació Espagnolas en París[11], però tot comença amb un grup d'amics que es troben regularment per sopar i menjar pernil i beure vi, i poc a poc el grup s'enriqueix d'amants del cinema i cinèfils. Personalitats de l'espectacle, actors i actrius, directors, periodistes, organisatzadors de festivals de cinema, distribuïdors, programadors, etc. Poques capitals tenen la capacitat de reunier un nòdul de persones

[11] Entrevista del seu programador als Annexos

i professional d'aquestes característiques, espanyols d'orígen o per afinitat, disposats a militar per difondre i fer conèixer el cinema espanyol.

Aquesta associació té dues línies principals d'acció:

- L'organització de premières (estrenes) de pel·lícules espanyoles o llatines.
- L'organització del festival Different! que s'organitza des de l'any 2007 i que programa pel·lícules tan de gran format com de cinema independent.

Gnolas és per a mi un exemple de què amb pocs recursos, voluntaris molt treballadors i un cert professionalisme es poden arribar a fer coses molt interessants i que tenen més incidència en el públic, els mitjans de comunicació i en els circuits professionals.

1.4. POLÍTIQUES CULTURALS: CATALUNYA, FRANÇA I PARÍS

- ***Pla de l'Acció Exterior del Govern de la Generalitat de Catalunya (2010 – 2015)***:

Elaborat per la Secretaria d'Afers Exteriors i aprovat per la Generalitat de Catalunya durant el mandat del Tripartit a Catalunya. Fa dècades que els diversos departaments i organismes de la Generalitat exerceixen amb normalitat la dimensió exterior de les seves competències, però fins ara no s'havia fixat l'objectiu d'integrar en una única estratègia les diverses iniciatives i actuacions exteriors que es porten a terme, per tal de garantir la perdurabilitat i la transversalitat de l'acció exterior de Catalunya".

Aquest text recull la voluntat de "fer un pla de país que determini les estratègies adequades per consolidar Catalunya com un actor internacional, responsable, influent i de prestigi capaç d'afrontar els reptes globals i defensar els seus interessos. En aquest sentit, el Pla de l'Acció Exterior respon a un doble objectiu: d'una banda integra en un únic document la pluralitat d'actuacions exteriors que s'estan duent a terme; i, de l'altra, defineix el full de ruta de l'acció exterior per als propers cinc anys. El pla també té molt amb compte les comunitats catalans a l'exterior, doncs són considerats uns actors molts importants de la diplomàcia pública. El punt 3.4 d'aquest Pla està dedicat exclusivament a aquesta estratègia, de la qual se n'ocupa la Secretaria d'Exteriors, més concretament, l'Àrea de Comunitats Catalanes a l'Exterior.

- **Institut Ramon Llull de París**

Una de les línies d'acció (objectius) d'aquest organisme és la de "donar **suport a la circulació a l'exterior d'artistes i d'obres",** que ens pot servir per ajudar al finançament del nostre projecte. En particular es tracta d'ajudes pels viatges dels artistes catalans que viatgen a l'estranger per fer una actuació, presentació, promoció, concert, etc. També l'IRL coneix molt bé el sector, professional però també "gran públic" i per tant, podria assesorar-nos o col·laborar. A més a més, hi ha un altre objectiu que ens indica que el Casal i l'IRL podrien crear sinèrgies: "Promoure les relacions, els projectes i les iniciatives conjuntes amb institucions i organismos de projecció de la cultura, dins o fora del domini lingüístic".

- **ICEC París**

L'ICEC és creat l'any 2000 amb l'objectiu d'impulsar la creativitat artística i la producció, la distribució i la difusió de continguts culturals, mitjançant el desenvolupament de les empreses culturals, i també fomentar el consum cultural i l'ampliació de mercats per a la cultura catalana.

L'Àrea de promoció internacional: A l'ICEC volem promoure la internacionalització de les empreses culturals catalanes donant suport a la difusió, distribució, promoció i a l'establiment de lligams entre empreses catalanes i estrangeres.

Accions :

- Ofereixen informació, assessorament i contactes als professionals
- Donen suport a les empreses interessades a fer negocis a l'estranger
- Coordinen la presència de les empreses culturals catalanes a fires i mercats internacionals
- Publiquen catàlegs, butlletins i altres sobre les indústries culturals catalanes, per tal d'augmentar la visibilitat internacional
- Desenvolupen polítiques de suport a les empreses, en coordinació amb entitats i associacions culturals

- **Delegació de la Generalitat de Catalunya a França**

Les accions de la delegació que afecten el projecte que volem dur a terme són:

- Impulsar, fer el seguiment i avaluar les accions de promoció exterior de Catalunya.
- Impulsar, fer el seguiment i avaluar el suport a les persones i a les comunitats catalanes de l'exterior.
- Representar, defensar i promoure els interessos generals de Catalunya i donar

suport a entitats i empreses catalanes a l'àmbit territorial de la delegació.

- Promoure la projecció internacional de Catalunya en l'àmbit de la delegació.

També cal tenir en compte que a les oficines de la Generalitat de Catalunya a França, on hi ha totes les organitzacions catalanes amb competències a l'exterior, hi ha dues sales que sempre que el Casal ho desitgi i el calendari de la delegació ho permeti, el Casal pot utilitzar com ja fa en algunes ocasions. Tot i que les dues sales (sala d'actes i una de reunions) no s'adapten a les necessitats de totes les activitats del Casal, sí que permet desenvolupar-ne algunes o almenys comptar amb elles.

- **Agència Catalana de Turisme de París**

L'ACT és potser de tots els actors catalans a París el què menys sinèrgies pot crear amb el Casal, doncs els seus objectius són d'atraure el públic francès per tal que aquest esculli Catalunya com a destí turístic, mentres que el Casal vol que el públic que es troba "sur place" sigui partícip de la cultura catalana i dels intercanvis culturals.

Polítiques franceses en relació a la cultura i la diversitat cultural

Gouvernement de la Culture et la Comunication

http://www.culture.gouv.fr/

Le Ministère de la Culture et de la Communication **(DDAI, DGLFLF)**, dans sa mission d'encourager la création sous toutes ses formes et le dialogue des cultures, a toujours apporté son soutien au FICEP et à la *Semaine des Cultures Etrangères*, en favorisant la rencontre des différents acteurs culturels.

Mairie de Paris (ajuntament)

www.paris.fr

L'Ajuntament de París té diverses línies d'acció per tal de fomentar l'accès a la cultura, l'acció cultural i la diversitat d'expressions culturals en aquest sector. Pel què hem pogut observar i la informació que hem trobat, podem determinar que les principals línies d'acció de París són:

- Finançament d'equipaments culturals (museus, centres d'animation, centres culturals polivalents, sales de concert i espectacle, teatres)
- Ajudes a la creació (residències d'artistes, preus molt baixos, prestació i lloguer de sales a associacions o grups amb projectes culturals)
- Ajudes al cinema (Mission cinema)
- Finançament de festivals (teatre, música, cinema, dansa, etc).
- Suport al FICEP

Polítiques Internacionals

Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, UNESCO, 2005

França acull la ***Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals,*** aprovada per la UNESCO l'any 2005 i ratificada per França (i molts altres països) el 2007. Aquesta convenció és un gran avenç en el reconeixement del dret internacional de l'especificitat dels béns i serveis culturals i de la llibertat dels Estats de conduir les polítiques i d'adoptar les mesures que considerin apropiades per tal de protegir i pormoure la diversitat cultural.

1.5. ANÀLISI INTERNA DE L'ORGANITZACIÓ : CASAL DE CATALUNYA DE PARIS

Casal de Catalunya de Paris

- Web : www.casalparis.cat
- Facebook: www.facebook.com/casalparis.cat
- Tipus : Associació *loi 1901* (Associació sense ànim de lucre)
- Any de creació : 9 de Juliol de 1945
- Finalitat principal / inicial : EL Casal neix amb la voluntat de ser el lloc de trobada de tots aquells catalans exiliats a Paris. Més de seixanta anys després, l'associació continua existint i l'objectiu és més o menys el mateix: fer activitats relacionades amb les tradicions i la cultura catalanes destinades sobretot a la comunitat catalana resident a París.

  Entre els fundadors de l'associació, trobem personalitats com Lluis Nicolau d'Olwer (conseller de la Generalitat de Catalunya, ministre del Govern republicà i ambaixador a Mèxic), l'escultor Joan Rebull o el pintor Antoni Clavé. L'associacio va arribar a tenir 1360 socis el 1964.L'emblema del Casal de París representa un vaixell i la divisa "fluctuat nec mergitur" de la capital francesa, les quatre barres són les de la senyera i l'oreneta és l'ocell dels emigrants.

Història i evolució de l'entitat

Phryné Pigenet és una historiadora franco-catalana que ha escrit una tesina sobre la història i la presència dels Casals catalans a França. Aixi doncs d'aquesta tesina en podem treure diverses informacions, com per exemple que el Casal de Catalunya de París no era ni la primera associació de catalans a París (4 entitats la van precedir des de finals del segle XIX) ni la primera entitat de catalans refugiats a França, ja que el 1947 hi ha 19 casals catalans a França, dels quals només queden el

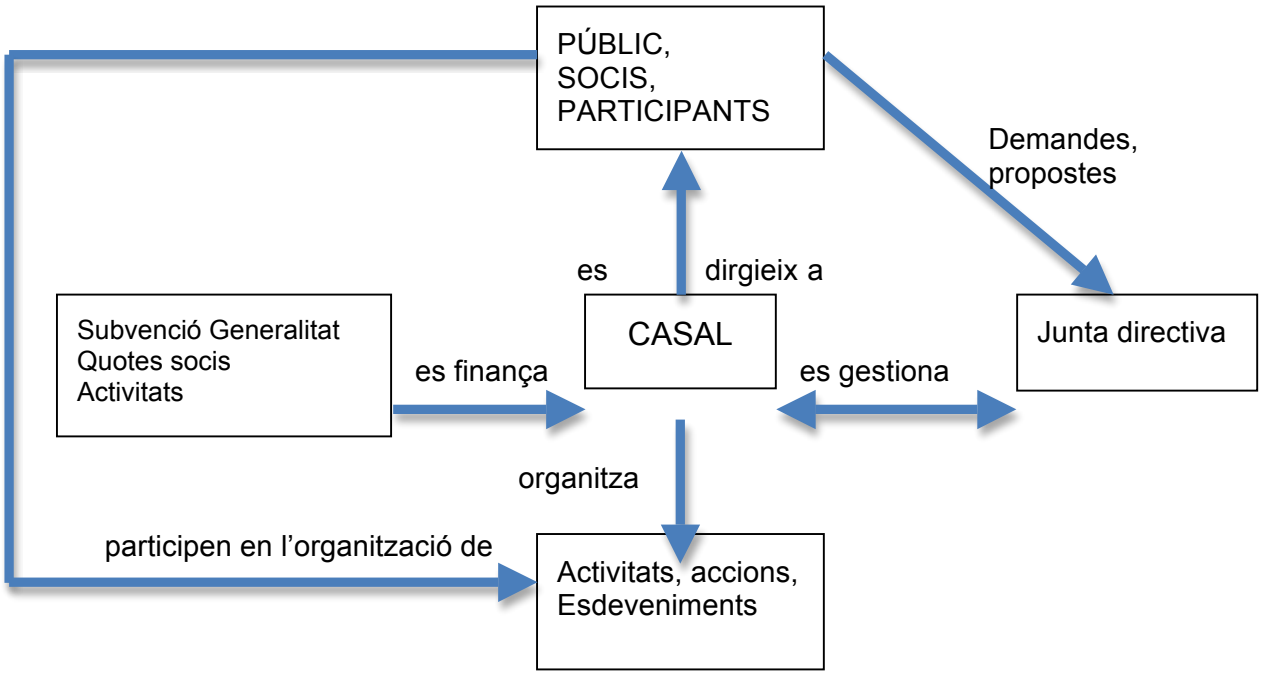
de Marsella i el de Tolosa (no obstant se n'han creat de nous, l'últim de França és el Casal de Nantes.

Tot i que l'equip directiu del Casal comptava amb persones benestants (artistes i professions liberals), que exercien de mecenes del Casal en alguns moments de difcutat financera, la majoria dels socis són de classe popular (treballadors). Pel què fa a l'orientació política, tot i que l'associació es declara apolítica, més enllà de l'anti-franquisme, republicanisme i catalanisme compartit per tots, els dos grups dominants són favorables a ERC i el POUM.

Pel què fa a l'activitat cultural, el Casal a tingut dos grans moments:

a) els anys 40 durant els quals hi havia molts intel·lectuals i artistes que van oferir-se per realitzar espectacles de qualitat: concerts, obres de teatre, coral, conferències. Durant aquest període també comptaven amb la revista *Vincle,* finançada en part per l'associació. Aquest període veu el seu final quan tots aquests intel·lectuals marxen cap a Amèrica o retornen a Espanya, així com de degut a les recriminacions d'una part de la Junta que trobava les despeses de l'associació massa elevades.
b) Amb l'arrivada de nous immigrants, a finals dels anys 50, el Casal retrovà una part de l'anterior època gràcies a l'energia i el dinamisme de la secció jove que va reestablir les conferències-debat, la revista Foc Nou, i van ser creadors de la Festa del llibre català, un acte anual organitzat a la Sorbona, durant els anys 60 amb gran repercussió tant a França com a Catalunya. Els actes de commemoració van tenir sempre un lloc central dins de les activitats del Casal. La celebració dels Jocs Florals, que representaven l'activitat de defensa de la llengua més representativa, doncs els cursos de català no van acabar de funcionar mai bé. Evidentment, les trobades de cafè (més tard al local del Casal), així com les tertúlies setmanals, la ballada de sardanes i el "pà amb tomàquet" perpetuaven la vessant social del Casal.
c) De les dècades 80, 90 i 2000 hi ha menys informació, però pel què m'han explicat alguns membres del Casal, a part dels actes tradicionals (algunes entrevistes abans del mes de Juny. D'activitats remarcables que he sentit a parlar són: un Festival de Cinema organitzat l'any 2007 o 2008.

ORGANIGRAMA - Com funciona el Casal? El Casal funciona de la següent manera:



El Casal és el conjunt de persones que gestionen i que participen en les seves activitats. Els membres més actius i implicats i que tenen poder de decisió són els membres de la Junta, la qual està formada actualment per 10 persones, de les quals 8 ja porten més de 3 anys.

Organització i funcionament: La Junta que ve de ser elegida per els pròxims dos anys és l'encarregada de gestionar i mantenir el funcionament de l'activitat i la comunicació del Casal. La comunicació interna es fa via e-mail (google grup) i es fa una reunió cada mes aproximadament. Tots els membres són lliures de fer propostes, de comentar idees, de fer de mitjancers entre la Junta i gent externa a la Junta que vol proposar alguna cosa al Casal, etc.

Normalment, cada membre té unes tasques, objectius i responsabilitats assignades, però com passa sovint en el món de l'associacionisme, alguns membres assumeixen moltes tasques i altres cap o gairebé cap, i és aleshores quan la gestió del Casal esdevé més problemàtica i feixuga. Malgrat que les tasques que cada membre desenvolupa estan més o menys delimitades, encara hi ha manques d'organització a l'hora de respondre a certes demandes o problemàtiques. A més a més, el Casal pren gairebé totes les decisions de forma sobirana, és a dir, que totes els aspectes més importants s'han de discutir i acceptar per la majoria dels membres (encara que alguns estiguin totalment deslligats de certes activitats). Aquest aspecte

és més aviat positiu i fa que hi hagi molta transparència, però al mateix provoca un ritme de treball molt lent.

Distribució de funcions entre els membres de la Junta:

- Secretari: convocar reunions, escriure el resum de les reunions i enviar-lo a tota la Junta, ocupar-se de la redacció i enviament de e-mails, actualització pàgina web, gestió de la bústia mail.
- Tresorer: gestionar les finances del Casal (entrades i sortides de diners). Gestionar els pagaments i inscripcions d'activitats on es paga.
- Vocals: es reparteixen les reponsabilitats segons l'activitat (per cada activitat hi ha un o dos o tres membres que vetllen perquè l'organització i la realització d'aquesta sigui la correcta).

Com es pot apreciar la repartició de tasques és força desigual, sobretot pel què fa a les funcions del secretari. Són diverses les vegades que alguns membres de la Junta (jo i un altre noi sobretot) han proposat de repartir les tasques del secretari entre altres membres de la Junta, doncs l'actual secretari no compleix amb totes les tasques...

Quines activitats es fan?

Programació: a finals d'any es procura fer un calendari de planificació d'activitats dels proxims 6 mesos (de forma més concreta) i de tot l'any (de forma més indefinida i a ser tractada més tard en properes reunions de junta). De cadascuna d'aquestes activitats s'identifiquen responsables, com comentava anteriorment.

El Casal té diversos tipus d'activitats:

- Activitats gastronòmiques lligades a tradicons: Dinar de Nadal, Calçotada, Dinar de Sant Joan, Dinar 11 de Setembre.
- Activitats culturals: teatre, concerts i xerrades puntuals, Concurs de Sant Jordi, ballada de sardanes, projecció de pel·lícules, etc.
- Trobades socials: trobades quinzenals al bar Pakito
- Informació i suport: a través del web i mails ajudem a una integració de catalans que ens ho demanen a la ciutat
- Gestió de tàndems lingüístics: via e-mail

DAFO organització interna

FORTALESES	RAÓ	DEBILITATS	RAÓ
Coneixement del territori: París	Membres que viuen des de fa anys a París	Junta en situació de feblesa	Cansament, falta d'energia, tradicionalisme
Contactes a París creats amb el temps	Es coneix a molta gent	Mala distribució de les tasques	Falta d'implicació, falta de confiança
El Casal rep moltes propostes	Artistes catalans que volen internacionalitzar-se	Poc coneixement del sector cultural	Cap professional, especialista del sector cultural
Presència creixent a Facebook i activitat constant	Canal de comunicació més àgil i directe	No presència en els mitjans de comunicació locals	No coneixem, no comiquem prou bé
Aliats instituicionals públics catalans	Es poden fer coses en coordinació	Aliats públics catalans en crisi	La dolenta situació financera de la Generalitat
Ajuda de membres externs a la Junta	Amics i socis propers	No tenim cap local o espai propi	No va ser rendible en el passat
		Falta d'eficiacitat en algunes tasques	Quan la gent ens contacta tardem a respondre
		Pàgina web poc activa	Ningú se n'ocupa de forma continúa

1.6. ORÍGENS I ANTECEDENTS

Origen del projecte

La idea de desenvolupar un projecte de dinamització cultural del Casal de Catalunya de París i de poc a poc, i amb l'acord dels membres del Casal, introduir-hi una vessant més cultural i de difusió de la cultura mitjançant l'organització d'actes, accions i activitats pensades per a un públic francès, internacional i, evidentment, català. Aquesta idea sorgeix en el moment en què decideixo demanar una *beques ACC*[12] que atorga la Generalitat de Catalunya per fer una estada com a becària remunerada al Casal de Catalunya de París. L'otorgament d'aquesta beca forma part del Pla de l'Acció Exterior de la Generalitat de Catalunya (el punt 3.4 és "Rellançar les comunitats catalanes de l'exteriorcom a agents de diplomàcia pública"). En fer la demanda vaig proposar un pla de dinamització que, a grans trets proposava: a) la recerca de nous públics (més joves, estudiants a París catalans, etc); b) l'organització d'activitats lligades a la cultura catalana actual (música, cinema, teatre); c) la millora de les vies de comunicació del Casal (xarxes socials); d) creació de dinàmiques d'interrelació entre els diferents organismes catalans; e) la recerca de l'implicació en l'associació

[12] http://www10.gencat.cat/agaur_web/AppJava/a_beca.jsp?categoria=altres&id_beca=16741

dels més joves; etc.

Estat actual

Actualment el Casal es troba encara lluny de poder acomplir els requisits i les característiques del projecte que estem plantejant, doncs és ambiciós i sobretot necessita gent que hi cregui, que tingui la passió i l'empenta per dur a terme. A dia d'avui, la preferència del Casal és tenir autosuficiència, la qual es genera gràcies a les activitats gastronòmiques (Nadal, Calçotada, Sant Joan, Costellada), cosa que fa que els esforços es concentrin en aquesta línia i no pas en buscar vies de finançament per establir una agenda cultural del Casal.

Antecedents

- **CATALANS**

La Maison de la Catalogne

L'antecent més remarcable pel què fa a un projecte de les característiques del què estem ideant ara és la "**Maison de la Catalogne**", un edifici de 3 plantes molt emblemàtic i situat al cor de París, al barri de Saint Germain, al costat d'Odéon i Saint Michel. La Maison va ser creada pel govern de Pujol el 1998 i concentrava diverses entitats de la Generalitat: en aquell momento hi havia Turisme de Catalunya, COPCA, CIDEM i l'IRL, així com un bar-restaurant, i una sala d'exposicions i actes, per tenia una dimensió multi-funcional. L'any 2007 el Tripartit decideix tancar-la argumentant que la preferència és potenciar la projecció de la política de Catalunya a l'exterior.

He trobat un article d'*El País*, del 21 de desembre de 2007[13], que resumeix aquests fets: "La secretaria de Exteriores insiste en hacer una lectura positiva del eventual cierre de la Maison. "Queremos convertir la actual oficina en una verdadera oficina de representación política e institucional, esto es un paso adelante". Eso sí, el cierre de la Maison implicaría la desaparición del escaparate permanente de promoción turística y cultural de Cataluña en París." Sembla ser, segons diu l'article i també per alguns comentaris que he rebut en primera persona per part de gent involucrada professionalment en entitats catalans a París, que la Maison generava moltes despeses i pocs ingressos i que no era gestionada de forma prou eficient.

Aleshores la pregunta què ens hem de fer és la següent: ***és desitjable buscar un model d'espai multi-funcional com el de la Maison de la Catalogene per tal de posar en marxa la plataforma de la cultura catalana o el centre cultural que***

[13] http://elpais.com/diario/2007/12/21/catalunya/1198202841_850215.html

estem imaginant? I en el cas que decidim fer el model de centre cultural amb local, la pregunta seria ***com podríem fer-ho millor i no repetir els errors ja comesos en el passat?*** O més val no tornar a utilitzar un local?

El local del Casal de Catalunya

El Casal també posseïa per a si sol un local que havia estat comprat gràcies a les retribucions i mecenatge d'antics socis. La seva localització no era tan cèntrica com la Maison, sinó que estava cap al nord de París, al districte 17è. Segons m'han informat alguns membres del casal que en aquell moment ja formaven part de l'organització, el local no s'aprofitava, i portava més problemes que no pas avantatges, i sortia car perquè hi havia una persona contractada a temps complert, i no s'aprofitava prou l'espai per a fer-hi activitats. Per tant, el 2007 en assamblea general extraordinària es va decidir de vendre la propietat.

Tant aquesta experiència com la de la Maison de la Catalogne demostren que no n'hi ha prou amb tenir un local i tenir uns objectius interessants per mantenir un centre cultural català amb èxit, sinó que s'ha de tenir una programació atractiva, i un sistema de finançament coherent i sostenible. Un espai gestionat avui s'hauria d'entendre d'una altra manera i no repetir els errors del passat. S'haurien de buscar formes de finançament alternatives, i no dependre tant de la subvenció pública.

- **ALTRES ANTECEDENTS**

La Maison Basque de Paris (Parisenko Eskual Etxea)

Associació amb la qual hem establert relació aquest any curs (2011 – 2012), doncs ens han convidat a gaudir d'una festa basca i d'un sopar magnífic en les seves instal·lacions. Aquesta associació també data de temps enrere i, de fet, acull en les seves instal·lacions, diverses associacions basques de París (coral, dansa, defensa de la llengua, cursos de basc, etc).

Gràcies a la compra d'un gran espai als afores de París (Saint Ouen), doncs abans posseïen uns espais a París però els resultava molt costós, ara tenen unes instal·lacions envejables: una residència per estudiants i joves de menys de 30 anys provinents del País Basc (francès i espanyol) amb capacitat per 60 persones (habitacions compartides i algunes individuals), una sala de festes i concerts, un gran menjador amb cuina equipada (capacitat per 200 persones), sales per fer tallers i altres activitats, una biblioteca, i un pati interior, entre d'altres.

El centre es finança amb la subvenció del País Basc espanyol (20.000 Euros / any). També procuren generar ingressos gràcies al servei de bar que posen en marxa quan

organitzen activitats (sobretot els partits de rugbi), i també gràcies a les quotes dels socis i a les rentes dels estudiants. Hi ha una persona assalariada que gestiona la residència i les tasques administratives. Malgrat això, els seus organitzadors, que són voluntaris, es queixen de la manca de recursos humans que no els permet arribar a un públic més ampli (sobretot públic basc).

L'Institut Suèdois de Paris

http://www.si.se/Paris/Francais/

- *Descripció:* L'Institut suédois a Paris és l'únic centre que posseix Suècia a l'estranger. El centre organitza exposicions, concerts, trobades literàries, projeccions de pel·lícules, teatre i debats i seminaries sobre diverses qüestins culturals i socials. També organitza cursos de suec per a totes les edats, i activitats infantils, o el Festival de música sueca de París, entre d'altres. De fet, organitzen entre 70 – 90 activitats culturals, tenint en compte activitats fora del centre que són organitzades en altres equipaments o per altres entitats.
- *Objectius:* L'objectiu és captar un públic preferentment francès que sigui « progressif » , és a dir, curiós, obert al món i a les avant-gardes, i sobretot volem esdevenir una plataforma de diàlge entre França i Suècia, i promoure el model suec.
- *Públic destinatari:* Sobretot francès, així que rebem un 75% del públic és francès, un 10-15% internacional, i un 5-10% suec.
- *On es troba?* El bell edifici que es troba en un dels barris cèntrics més a la moda, Le Marais, és de propietat i el va comprar el govern suec en els anys 50 seguint el Consell d'Henri Malraux, el ministre de la cultura d'aquell moment.
- *Quantes persones hi treballen?* Treballen un total de 4 persones a temps complet, 8 persones a temps partit (40%, 50%, 70%), i entre 4-5 persones que fan algunes hores i festius per controlar les sales d'exposicions i estar a la recepció.
- *Finançament:* El centre és del govern suec i, per tant, és el centre o instal·lacions, així com gestionat per l'Institut Suèdois d'Stockholm, que és el centre mare del de París, i que al mateix és finançat pel Ministeri d'Afers Exteriors suec. No obstant, en certes ocasions busquen finançament de l'ambaixada o d'altres entitats para-públiques sueques, o empreses privades. A més a més, gràcies a la gestió de les instal·lacions del centre, que comprenen sales d'exposicions, un pati-jardí, sales de cursos, apartaments per llogar (o allotjar artistes i altres convidats), oficina de turisme, bar-cafeteria "Le cafè suèdois", privatitzacions per empreses, poden reunir 20.000 Euros / anuals per finançar les activitats culturals.

[*Més informació als annexos (entrevista per e-mail a la direcció del centre)]

DIAGNÒSTIC DE LES BASES CONTEXTUALS DEL PROJECTE

DAFO Intern

FORTALESES	DEBILITATS
Coneixement del territori: París	Junta en situació de feblesa
Contactes a París creats amb el temps	Mala distribució de les tasques
El Casal rep moltes propostes	Poc coneixement del sector cultural
Presència creixent a Facebook i activitat constant	No presència en els mitjans de comunicació locals
Aliats institucionals públics catalans	Aliats públics catalans en crisi
Ajuda de membres externs a la Junta	No tenim cap local o espai propi
	Falta d'eficiacitat en algunes tasques (web molt poc activa, per exemple)

DAFO Exterior

OPORTUNITATS	AMENACES
Ciutat molt cultural tant per l'oferta com per la demanda	Gran oferta cultural = competència
Ciutat que promou la diversitat cultural	Ciutat cara: lloguers, transports, restaurants
Públic català i catalanòfil (7.000 catalans a París)	Manca de coordinació entre organismes catalans
Participació del públi francès en activitats de cultures estrangeres	Dificultat per comunicar en els suports de premsa cultural, art, programació
Proximitat geogràfica i bones connexions de transports entre Catalunya i França	Crisi econòmica, frena les ajudes i subvencions (les redueix)
Creació artística catalana creixent: demanda per venir a França	
Presència d'institucions públiques catalanes	

A nivell general es considera que aquest projecte, tenint en compte les dinàmiques contextuals, així com la situació actual de l'organització interna tindria fortes dificultats per instaurar un centre cultural / plataforma cultural. Sobretot perquè l'actual Junta no sembla tenir unes ambicions com les d'aquest projecte, així com perquè el texit institucional català no està prou ben coordinat i no reconeix el Casal com un veritable aliat (segurament perquè el Casal no busca a les institucions catalanes com a aliades). Malgrat les dificultats (debilitats i amenaces) que se'ns presenten en la DAFO, procurarem buscar solucions i valorar els punts forts (fortaleses i oportunitats).

	AMENACES	OPORTUNITATS
FORTALESES	**Estratègies defensives** **-** *El Casal hauria d'aconseguir centralitzar un equip disposat a tirar endavant projectes culturals*	**Estratègies Ofensives** (Situació òptima) *- Presentar el projecte ben definit a diverses entitats i buscar patrocinadors.*
DEBILITATS	**Estratègies de supervivència** (situació doblement desfavorable) *- Continuar a estudiar el sector, elaborar propostes, fer més contactes i buscar noves persones involucrades. Fer menys coses, però fer-les bé. Dividir millor les tasques.*	**Estratègies de reorientació** (organització poc preparada tot i que l'entorn està en bona disposició) *- Elaborar i presentar més projectes a ser subvecionats, parlar de tu a tu amb institucions catalanes i organismes francesos.* *- Convèncer a la Junta que una estructura com la que es proposa és interessant pel Casal.*

PART 2: DEFINICIÓ DEL PROJECTE

7. Destinataris

Els destinataris d'aquest projecte són diversos públics al mateix temps, doncs vol ser un espai de difusió i trobada cultural que respongui a les necessitats i desitjos culturals de varis grups de població, tot i que si que considerem que els nostres objectius i activitats aniran dedicats especialment a la població jove (18 – 40 anys).

Descripció del públic

Els nostres destinataris principals són els **joves i adults – d'entre 18 i 40 anys**, o més, doncs la joventut creiem que és una actitud - **residents a París o rodalies** (sigui quina sigui la seva nacionalitat), ja siguin estudiants o treballadors, i que tenen interès per l'art i els projectes de cultura contemporània i/o interès per les cultures del món. **També el públic infantil o familiar seran els nostres destinataris** més endavant, un cop el projecte estigui més evolucinat, per tant, no entra en els nostres plans dels primers 12 – 24 mesos. Aquest públic tindrà una relació forta amb Catalunya, doncs seran pares que volen que els seus fills mantinguin un vincle amb la cultura catalana i la llengua.

Categories del públic o destinataris del projecte

Així doncs, les activitats i esdeveniments del "Centre cultural català" volen dirigir-se a un ampli públic, però especialment jove francès i catalanòfil:

- **Joves i adults d'entre 18 – 40 anys francesos** (o internacionals) amb interès per les cultures contemporànies del món. Estudiants o treballadors, amb un cert nivell d'estudis (universitaris la majoria). El nivell adquisitiu no haurà de ser un obstacle per participar a les activitats, però la majoria seran pagant, encara que siguin preus populars o no massa elevats.
- **Catalans i catalanòfils** joves i de totes les edats: aquest públic vindrà perquè se sent lligat a la seva cultura.
- ***Professionals del sector cultural de París***

Tant les estadístiques nacionals de França que en capítols anteriors hem comentat, com la nostra observació i experiència dia rere dia mostren que aquests públics existeixen, i que per tant, el nostre projecte pot resultar de l'interès d'aquests **joves i adults que estudien o treballen a París i que tenen l'hàbit de consumir activitats culturals, d'incorporar les sortides culturals en el seu temps d'oci.** No osbtant, el projecte que estem plantejant implica, si tenim en compte els antecedents i la situació actual de feblesa de l'associació, la **captació d'un "nou públic",** ja que fins ara no s'ha associat la nostra associació a la vida cultural dels habitants de París en general, sinó que es reduïa a catalans i catalanòfils. Ara volem ampliar els horitzons i dirigir-nos a un públic més ampli i més divers.

Població francesa i international amb interès per la cultura diversitat de les expressions artístiques contemporànies i actuals

Aquest és el grup més ampli i el més desconegut per la nostra organització, doncs tot i algunes temptatives de programar activitats per a un públic francès, o mixte (francès i català i d'altres nacionalitats), ja que representa el nostre nou públic, el qual és ampli i divers, doncs com hem apuntat en l'anàlisi territorial, París és una ciutat multicultural on hi viuen persones de diferents nacionalitats.

Població catalana o catalanòfila

Degut a la mundialització, l'obertura de fronteres i la reducció de les distàncies gràcies a les telecomunicacions i l'abaratiment dels transports, així com les circumstàncies econòmiques de la crisi actual els catalans emigren cap a altres països, d'entre ells, França. Així doncs, segons les dades que hem trobat el nombre de catalans que viuen a París i rodalies i força elevat, així com també aquelles amb origens catalans o afinitats vers aquesta cultura.

Aquest públic assistiria a les activitats culturals, però també a les de caire més tradicional i social, detinades a un públic català o catalanòfil. En resum, el centre ajudaria a potenciar el què es fa fins ara, i creiem que atrauríem a part del potencial públic català que fins a dia d'avui no s'interessava a aquesta associació per diverses raons.

Professionals del sector cultural de París

En un altre grau, el nostre projecte també es dirigeix a professionals del sector cultural, doncs gràcies a la nostra programació, alguns dels artistes catalans podrien trobar altres bolos i feines, així com nous projectes i contractes amb distribuïdores o empreses franceses.

Per tal d'atraure aquest públic ens hauríem d'ajudar dels contactes de la Generalitat de Catalunya a França, en especialde l'ICEC, que compta amb una base de dades dels professionals del sector cultural francès.

Destinataris vs Beneficiaris

Aquest projecte va destinat a un ampli públic, entès des de la seva diversitat i pluralitat, amb les característiques específiques que hem definit anteriorment. Els espectadors i participants de tots els esdeveniments i actes culturals i artístics seran els joves i adults residents a París i voltants, ja siguin catalans o d'afinitat per aquesta cultura, ja siguin francesos amb afinitats per les cultures del món i les noves propostes artístiques actuals. En qualsevol demostració cultural el públic que viu o assiteix a l'acte en treu uns beneficis no materials que enriqueixen la seva persona. Per tant, considerem que el públic és essencialment el primer beneficiari d'aquest projecte. Per exemple, si organitzem un concert d'un grup de música de Catalunya, les persones que hi assisteixen tindran unes vivències, sentiran uns sentiments, compartirant un moment de gaudi, o aprendran quelcom. Per tant, podem dir que efectivament aquest públic és beneficiari.

No obstant, també hi ha els altres benefeciaris d'aquest projecte seran els mateixos **artistes, grups i companyies de Catalunya** que gràcies a les noves escenes, nous públics i nou territori podran possiblement fer contactes i tancar contractes. I en el mateix sentit, si mirem l'altra cara de la moneda, els **programadors, bookers, i professionals del sector cultural** en general també sortiran beneficiats del nostre projecte, doncs servirà de plataforma per a conèixer en directe propostes interessants de l'àmbit de les arts i la cultura de Catalunya, i probablement podran interessar-se a contactar aquests artistes per que vagin a les seves sales, centres, cinemes, teatres, galeries, etc.

8. ELS OBJECTIUS

Recordem les finalitats:

1.	Esdevenir el centre o plataforma de la Cultura Catalana a París, mitjançant la difusió de la cultura catalana en totes les seves vessants i promovent intercanvis culturals, entre la cultura catalana i altres
2.	Contribuir a la internacionalització d'artistes, inciatives i productes culturals creats a Catalunya de diferents disciplines i àmbits.

Objectius Generals

1. **Assolir el reconeixement de les institucions públiques catalanes, tant del sector cultural català com francès, així com del públic en tant que centre de la cultura catalana.**
2. **Aconseguir que la població s'interessi als grups, artistes i projectes culturals que proposem al centre. Difusió cultura catalana.**
3. **Establir-se com un espai de diàleg entre disciplines, artistes, i el públic de la cultura catalana i la cultura francesa i diferents cultures.**

Objectius Específics

Objectius Generals	***Objectius Específics***
1. Assolir el reconeixement de les institucions públiques catalanes, del sector cultural català i francès i del públic com a centre amb una programació de qualitat.	- Mostrar la diversitat artística i cultural de la realitat de Catalunya d'avui en dia a través d'una programació completa i continuada - Tenir una cartografia precisa del sector cultural, conèixer i dominar el context en el qual treballem i crear vincles de treballar o cooperació - Trobar un model de finançament sostenible potenciant les noves formes de finançament alternatives (2013 – 2014)
2. Aconseguir que la població s'interessi als artistes i projectes culturals del centre	- Augmentar el nombre de participants en les activitats culturals del centre. - Fer-se conèixer en el territori i a la població (2013 - 2014) - Establir una millor comunicació del centre i de les seves activitats amb el seu entorn (2013 – 2014)
3. Establir-se com un espai interdisciplinari de diàleg entre disciplines, artistes i públic	- Establir col·laboracions amb centres i artistes d'altres cultures establerts a París o França. - Fer que els participants vulguin formar part del centre i de tot el què s'hi produeix

Objectius interns

El Casal, com bé hem indicat amb el DAFO, es troba en una situació de feblesa considerable, i un dels objectius primordials (però que ens reservem a nivell intern) d'aquest projecte és que hauríem de:

- Generar i crear un equip humà que s'ocupi de la creació, de l'assesorament i també de la gestió del centre i de les activitats d'aquest.
- Així doncs, caldria aconseguir fer que professionals del sector, així com artistes i creadors s'interessin al projecte i vulguin aportar-hi els seus coneixements i, en el millor dels casos, el seu treball.

L'ideal seria presentar aquest projecte a l'actual Junta del Casal, i proposar-los de fusionar l'associació amb la nostra plataforma per tal d'establir el Centre de la Cultura Catalana de París. O bé, unir-se en l'objectiu general de difondre la cultura catalana, però separant els objectius específics i el públic destinatari. Seria desitjable que el Casal, veiés aquest projecte un complement a la seva tasca de comunitat intracomunitària, i no pas com una amenaça o quelcom allunyat dels seus objectius i desitjos.

AVALUACIÓ - Com evaluarem els objectius?

- Mètode general d'avaluació **:** Per dur a terme l'avaluació dels objectius utilitzarem el mètode reflexiu que ens permetrà, el primer comparar els objectius assolits en relació al seu context comparant abans i després de l'intervenció; i l'anàlisi transversal

- Temporalització per evaluar el nivell d'assoliment dels objectius: Com que és un projecte ambiciós tant pels seus objectius com pel fet que es vol fer elaborant una programació anual, s'ha considerat que després dels 6 primers mesos (març 2013 – setembre 2013) es podria fer una evaluació, i una altra un cop fet un any (març 2014). Al cap de dos anys de l'inici del projecte es realitzarà una avaluació dels objectius generals i de les finalitats.

- Llista d'indicadors quantitatius i qualitatius: Per avaluar un projecte o una activitat, també hem de determinar quins indicadors ens ajudaran a mesurar si els objectius proposats es compleixen o no, un cop contrastem i estudiem la informació que ens aporten.

Indicadors quantitatius

- **Analitzar i quantificar la participació (assitència, venta d'entrades, participació):** Una part important de l'avaluació es farà a partir del recompte d'assistents en les diferents activitats i accions que desenvolupi el centre.

- **Comptar la presència del centre en la premsa escrita**, digital i altres suports de difusió d'informació, per exemple revistes especialitzades en art i culura, etc.
- **Nombre de patrocinadors obtinguts**: s'hauria d'assolir tancar entre 1 i 4 acords amb empreses i/o institucions que vulguin ser patrocinadors o esponsors, o també co-organitzadors de les activitats del centre.
- **Finances:** fer un balanç entre les despeses i els ingressos al final de cada activitat, i del pressupost general.

Indicadors qualitatius

- Analitzar els artistes i projectes de la programació i veure el grau de qualitat, originalitat, reposta del públic, de la premsa, etc.
- Fer un seguiment dels suports de comunicació i premsa que han difós les nostres activitats i que han fet comentaris
- Valorar la relació establerta amb els organismes públics i privats catalans i francesos
- Nivell d'implicació dels participants en la vida cultural del centre: venir més d'una vegada (fidelització públic) possibilitat de ser socis, mecenes, amics o participar en campanyes de crowfunding, fer propostes de grups o artistes que volen venir, etc
- Fer una enquesta per conèixer els gustos i les preferències del nostre potencial públic, i saber les opinions de la nostra programació.

9. Els Continguts

La cultura catalana: particularitat, diversitat, universalitat

Tal i com hem exposat en la introducció del projecte i en la descripció dels objectius, el tema central del nostre projecte és la cultura catalana (i fer-ne la seva difusió) en totes les seves expressions artístiques contemporànies, especialment: el **cinema, l'audiovisual, la fotografia, la música, les arts plàstiques, les arts escèniques, el teatre, la literatura i altres propostes culturals educatives, o transversals, que ens proposin artistes, centres de creació, associacions, emprenedors, etc.** Així doncs, volem construir, mitjançant una transversalitat, un centre interdisciplinari que es basi en propostes contemporànies originals i de qualitat, d'un sector artístic basat a Catalunya més independent o alternatiu, com a requisits imprescindibles.

Els continguts que es programaran en el centre seran un reflex de la **diversitat** implícita que defineix i caracteritza la cultura catalana, en especial avui en dia, ja que

les societats dels països desenvolupats tenen com una de les principals característiques: la diversitat i la convivència de diferents cultures i maneres de fer i de crear. Creiem que del territori català emergeixen obres, idees, missatges i propostes culturals que conviden a la reflexió, tant per la seva particularitat

Volem potenciar tots els artistes de les últimes dècades del segle passat, però sobretot artistes emergents, ja siguin artistes consolidats en el territori català i que encara no tenen reconeixement internacional, i quan diem internacional diem sobretot europeu; o bé, artistes que considerem de gran interès però que pel fet de formar part d'una dimensió més alternativa i, per tant, menys comercial i més difícil de sortir a l'exterior.

Creiem que aquesta elecció de potenciar una esfera artística i cultural més independent pot ser la més encertada, doncs és la que defineix millor el panorama cultural actual a Catalunya, però al mateix temps defineix la situació social, política, econòmica i moral que estem travessant, expressada i interpretada de diferents maneres i per diferents persones. A més a més, sovint aquests artistes més independents, o encara no consolidats, no tenen el suport dels organismes públics (IRL, ICEC, Generalitat) i es mouen per xarxes associatives o de petites empreses (espais culturals alternatius, galeries petites, etc). Per tant, en tant que associació o centre de la cultura catalana a l'estranger ens correspondria organitzar activitats en aquest sentit i amb aquest esperit.

10. ESTRATÈGIES

Per tal de no oblidar els objectius mirarem de discernir les estratègies a dur a terme, tot classificant-les segons els objectius i el tipus d'estratègia que és (continguts, política, espai, temps, agents, comunicació, econòmica).

Objectiu General 1: "Assolir el reconeixment per part d'institucions, empreses i públic com a centre de la cultura catalana

Objectiu Específic 1.1: *Mostrar la diversitat artística i cultural de Catalunya*
Objectiu Específic 1.2: *Tenir una cartografia precisa del sector cultural, conèixer i dominar el context en el qual treballem*
Objectiu Específic 1.3:*Trobar un model de finançament sostenible potenciant les noves formes de finançament*

Com fer possible l'assoliment o l'obtenció d'aquests objectius?

Estratègies

1. **Aconseguint el suport de les institucions públiques catalanes**, sobretot relacionades amb cultura, o amb França. Així com el suport d'institucions públiques franceses, i si s'escau espanyoles. ESTRATÈGIA POLÍTICA
2. **Establint relacions i contactes amb artistes, associacions i empreses** del sector cultural i artístic de Catalunya i de França. ESTRATÈGIA D'AGENTS
3. **Rodejant-se de professionals i experts** del sector on actuem que puguin assessorar i liderar les preses de decisions. ESTRATÈGIA DE CAPITAL HUMÀ
4. **Oferint una una programació original i de qualitat** que reflecteixi el panorama cultural, artístic i polític actual a Catalunya. ESTRATÈGIA DE CONTINGUTS
5. **Assolint un model de finançament transparent i desitjable basat no només en les subvencions** públiques, sinó amb patrocinadors (sponsors), campanyes de micro-mecenatge, acords amb institucions i mitjans de comunicació, etc. ESTRATÈGIA ECONÒMICA

Objectiu General 2: "Aconseguir que la població s'interessi als artistes i projectes culturals del centre"

Objectiu 2.1: *Augmentar el nombre de participants en els activitats del centre*
Objectiu 2.2: *Fer-se conèixer en el territori i a la població*
Objectiu 2.3: *Aconseguir una millor comunicació del centre i de les seves activitats amb el seu entorn i el públic*

Com fer possible l'assoliment o l'obtenció d'aquests objectius?

Estratègies

1. **Fent difusió del centre i del seu programa** en diferents canals d'informació, comunicació i publicitat, tant . ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ
2. **Engresacant al públic a participar de manera activa**: oferint-los l'opció que ens diguin quins artistes els agraden, participant en actes interactius, potenciant la comunicació en les xarxes socials, etc. ESTRATÈGIA DE PÚBLIC
3. El públic també pot esdevenir més actiu tot **participant al finançament del centre o de certs projectes que es realitzin** en aquest, ja sigui sent socis o amics i obtenint alguns avanatatges, o bé, finançant parcialment projectes o activitats amb els quals creuen (crowfunding). ESTRATÈGIA DE PÚBLIC I DE PREUS
4. **Tenint una programació continuada en el temps:** pel fet de ser un projecte ambiciós però novell, preferirem fer diverses activitats dividides per temes i per mesos o trimestres. ESTRATÈGIA DE TEMPS

5. **Utilitzant un llenguatge dinàmic, clar i original** per tal de captar al màxim de persones. ESTRATÈGIA POLÍTICA (COM UTILITZEM EL LLENGUATGE)

Objectiu General 3: "Establir-se com un espai interdisciplinari de diàleg entre diferents disciplines, i entre artistes i públic"
Objectiu 2.1: *Establir col·laboracions amb centres i artistes d'altres cultures o tendències*
Objectiu 2.2: *Fer que els participants vulguin formar del centre i participar en tot el què s'hi produeix*

Com fer possible l'assoliment o l'obtenció d'aquests objectius?

Estratègies

1. **Informant sobre les nostres activitats a tota la xarxa de centres culturals** (de cultures estrangeres, de París, o altres centres i associacions del sector), tindrem més opcions d'establir relacions i propiciar el treball en xarxa i accions conjuntes. ESTRATÈGIA D'AGENTS
2. **Treballant i projectant un esperit obert i i de trenall col·lectiu** en els nostres missatges, continguts i comunicacions per tal que el públic s'engresqui a participar. ESTRATÈGIA D'IDENTITAT I COMUNICACIÓ
3. **Programant artistes i productes amb un grau d'originalitat i de qualitat elevats.** ESTRATÈGIA DE CONTINGUTS

11. ACTIVITATS

El Centre Cultural o plataforma cultural de Catalunya volem que sigui un espai interdisciplinari, i per tant s'elaborarà una programació anual que contindrà com a mínim una activitat de les següents cada mes:

Activitats Principals

1. Concert d'un músic o grup de música: rock, pop, indie, jazz, rumba catalana, ska, etc.
2. Exposicions d'arts plàstiques, fotografia, video instal·lacions, perfromances artístiques, etc.
3. Projeccions de pel·lícules en diferents formats possibles: festivals, setmanal/ mensual, cicles, etc.
4. Conferències sobre literatura i altres temes i disciplines.
5. Obres de teatre i arts escèniques.
6. Tallers d'art: teatre, música i art.

Activitats Complementàries i derivades

1. Servei de bar
2. Classes de català
3. Informació universitats catalanes
4. Retransmissió de partits del F.C. Barcelona

Descripció de les Activitats Principals

Com que aquest és un projecte de llarga durada i que té diversos objectius paral·lels, encara no podem concretitzar un programa d'activitats específic, però si que podem definir quin tipus d'activitats voldrem realitzar. A continuació les expliquem:

1. Concert d'un músic o grup de música

La música és un llenguatge internacional i capaç de transmetre emocions, sentiments, idees i reivindicacions, tant si el públic parla la llengua dels músics com si no. La música és un art que tota persona, sigui d'on sigui, pot apreciar. Aquesta és una raó per la qual confiem que potencia la vinguda de grups de música a París és justificable i desitjable. Una altra raó de pes que ens fa pensar que participar activament en la internacionalització d'artistes catalans i l'organització de concerts té sentit és el fet que el panorama musical català està en creixement i cada dia són més els grups que fan possible que poguem parlar d'un nou moviment de música catalana, sobretot en els estils del rock alternatiu o indie, el folk, el jazz, entre d'altres.

El què ens agradaria fer és organitzar concerts de manera regular, potser cada 3 mesos per tal de fer una programació musical trimestral. En vista que el Casal no compta amb un local, i tampoc estem segurs que la plataforma aconsegueixi tenir-ne un, els concerts seran organitzats en sales de concert de París i llavors proposaríem una co-producció a la sala, de tal manera que els artistes puguin rebre un catxet i la sala també cobri la seva part. D'aquesta manera els costos redueixen i també es converteix en un esdeveniment més visible a nivell de comunicació i de programació musical de la ciutat. No descartem que, en algunes ocasions proposem artistes i que les sales resultin interessades en contractar-los per la seva banda. Llavors nosaltres podríem donar altres serveis o simplement fer el gest de ser intermediaris. Pel transport i l'allotjament, es financiarien amb subvencions (IRL) i patrocinadors.

2. Exposicions d'arts plàstiques, fotografia, video instal·lacions, perfromances artístiques

L'altra disciplina que ens interessa especialment és la de les arts plàstiques i l'art contemporani: pintura, fotografia, video instal·lacions, perfomances, i altres formats d'aquest camp. El què ens proposem amb aquesta activitat és estar en contacte amb

artistes i galeries catalanes, així com amb galeries i centres d'exposició d'art contemporani de París.

No obstant, aquest és un camp més complexe i més delimitat per les exigències financeres que implica la contractació de l'artista, el transport de l'obra i les condicions que demanen un i altre. Així doncs, a menys que el Casal compti amb una sala adaptada per exposar obres d'aquest tipus, ens hauríem de limitar a fer de mitjancers o a establir acords i col·laboracions amb alguna galeria de París. Però insistim que per a fer possible la realització d'aquest tipus d'activitats necessitem que en l'equip de la plataforma hi hagi algún expert, artista o galerista.

3. Projeccions de pel·lícules en diferents formats possibles: festivals, setmanal/ mensual, cicles de cinema

Un altre tipus d'activitat que volem potenciar i programar de manera periòdica és la projecció de pel·lícules d'autors catalans o produïdes a Catalunya. El cinema "made in Catalonia" està en creixement, i exemples en són la creació dels premis Gaudí, els premis Goya i internacional que han rebuts diverses pel·lícules catalanes, la participació en festivals internacionals, etc. No obstant, aquestes pel·lícules acostumen a ser grans produccions en l'escala nacional, i per si soles ja compten amb una sortida comercial a l'estranger. La nostra funció seria de promoure aquelles que tenen menys projecció però que són de qualitat, també podríem organitzar les estrenes en col·laboració amb cinemes francesos, o cooperar amb l'associació de Gnolas en Paris, que organitza "premières" i un festival de cinema espanyol independent. Per últim, també es poden organitzar cicles de cinema amb pel·lícules catalanes d'anys anteriors, però que segueixen sent d'actualitat i poc conegudes i distribuïdes a França.

4. Conferències sobre diferents temes i disciplines

Si tenim local, es poden organitzar conferències sobre diferents temes mirant de finançar el viatge (si necessari) dels coneferenciants, gràcies a ajudes públiques i a patrocinadors de la plataforma.

5. Obres de teatre i arts escèniques

Les obres de teatre no són la nostra prioritat, doncs com és evident el teatre creat i produit a Catalunya és en llengua catalana, i això implica que la major part del nostre públic no podria venir a aquesta activitat. Per contra, les companyies que presenten espectacles *d'arts vivants* com circ, dansa, o altres formats transversals d'aquest camp, sí que podrien acostar-se al públic de París.

6. Tallers d'art: teatre amateur, música i art

El Casal ja ha organitzat una activitat de teatre durant tot el curs 2011-2012 que ha consistit en preparar una obra de teatre catalana traduïda al francès per representar-la davant d'un públic francès i català. Els joves de la troupe era de diferents nacionalitats, i la idea era fer entre un taller de teatre i constituir una troupe amateur de teatre. Hem comptat amb la direcció i suport d'un jove voluntari que s'ha encarregat de dirigir la troupe. No obstant, de cara al curs que ve, es voldria contractar algú que pugui ensenyar als membres de la troupe les tècniques d'interpretació, doncs el director que teníem aquest any no és actor i no és el seu camp. Entre ell, el director, i una actor que ens ensenyi més tècniques, aquesta troupe no pot fer que millorar. Ara bé, les inscripcions pujaran de preu per tal de poguer remunerar el director i el professor per la feina que fan.

Per les obres, s'ha pensat de posar-se en contacte amb l'Institut del Teatre i altres entitats catalanes que vulguin cedir-nos les seves obres per tal que les traduïm i les representem.

12. MODEL DE GESTIÓ

Model de gestió i justificació de l'elecció

El projecte de dinamització i de concepció de **centre cultural que estem plantejant es vol emmarcar dintre del Casal de Catalunya de París**, entitat jurídica existent (associació *loi 1901*, que vol dir associació sense ànim de lucre), per tant volem dur a terme una **gestió directa** del nostre projecte.

La nostra idea seria definir-nos i posicionar-nos com una **plataforma cultural** annexa al Casal, que es coordina en les seves accions conjuntes amb el casal (sobretot les de caire associatiu, social i tradicional) i que coopera en diversos aspectes. I, per tant, que conserva la mateixa forma jurídica. Ara bé, s'haurien de definir acuradament les competències de la plataforma i les obligacions d'ambdues branques per tal de dur a terme una gestió interna del programa, les tasques i els objectius sense perjudicar-se mútuament o que hi hagi conflictes d'organització o de lideratge de projectes.

Creiem que el nostre projecte pot inserir-se en l'associació existent del Casal, per diverses motius: en primer lloc, perquè creiem que per tal d'acomplir amb l'objectiu de difondre la cultura catalana, és desitjable **unir forces entre tots els organismes implicats amb aquesta cultura cultura a París**. Actualment no existeix una cohesió

real entre totes aquestes entitats catalanes (que hem ennumerat en capítols anteriors), ans al contrari, cadascú acompleix els seus objectius (en ocasions molts propers els d'uns i altres), i per tant considerem que esdevenir una altra entitat jurídica, paral·lela al Casal és poc desitjable, doncs pot causar confusió en el públic i pot perjudicar a una bona comunicació interna dels projectes i desitjos de cadascú.

En segon lloc, creiem que el nostre projecte **comparteix objectius amb el Casal**, de fet, doncs recoredem que l'objectiu principal d'ambdós és la difusió de la cultura catalana. No obstant, som conscients que hi ha algunes diferències, i la major és l'elecció dels destinataris als quals dirigir-se, els membres de la junta actual del Casal pensen en un públic català o catalanòfil, mentres que el centre cultural vol dirigir-se sobretot cap a un públic francès i internacional, sense oblidar el públic català i catalanòfil. Aquest és doncs un dels punts que separa les aspiracions i missions del Casal actual amb el projecte que estem imaginant i que volem dur a terme. També creiem que pot haver-hi divergències en un pla administratiu i de finances, doncs per a fer un projecte ambiciós com el nostre s'ha de ser valent i prendre alguns riscos, i veient la situació econòmica actual, la presa de decisions en termes econòmics pot esdevenir un malson si no es tenen les coses clares i es divideixen les tasques i les aprovacions de pressupostos de manera separada segons les accions que es vulguin dur a terme. És a dir, que si el Casal s'ocupa d'unes activitats, s'encarrega dels seus pressupostos (despeses i ingressos), de la mateixa manera ha de fer la plataforma.

Els agents del projecte

Si una cosa volem aconseguir amb aquesta projecte és reunir tot el **conjunt d'actors implicats en la creació, la gestió i la difusió de la cultura catalana a París**. Aquesta tasca ja es duu a terme, però no de la manera que nosaltres l'entenem: esdevinint el mirall de la cultura catalana a París. Sóm conscients que un projecte com aquest gestionat amb una estructura associativa on els seus components són voluntaris, almenys al principi, és complicat d'arribar a esdevenir-se com un centre cultural actiu i de referència. No obstant, creiem que només es pot intentar fer quelcom d'aquesta talla amb gent motivada i que coneix les diferents esferes del gran i divers món cultural. Els recursos humans de l'associació són essencials per a dur a terme aquest projecte, és més, creiem que és la condició *sine qua non*, i per aquest motiu els primers temps, de definició del programa, s'hauria d'anar constituint un grup de persones preparades per a gestionar-lo de manera amateur però amb professionalisme.

Per tal de delimitar bé les tasques i missions de cadascú, la idea és crear **grups de treball** o equips segons els interessos de cadascú i fer una divisió racional i clara de les feines a desenvolupar per cadascú. Cada persona s'encarrega d'un projecte o activitat diferent. Després s'hauria de crear un equip o una persona encarregada de la comunicació (mail, web i facebook), la qual ha d'estar al corrent de tot el què es fa. Serà essencial comptar amb una persona o un equip de direcció que gestioni el calendari, els aspectes administratius, etc. I algú encarregat de centralitzar i gestionar les finances del centre, potser contractar els serveis d'una gestoria o contable per tal d'agilitzar el procés.

PART 3: PRODUCCIÓ I AVALUACIÓ DEL PROJECTE

13. Planificació de la producció

Tasques a realitzar

Recordem que aquest és un projecte ambiciós, doncs ens proposem de donar un gir al Casal Catalunya tot fent que esdevingui una plataforma o centre cultural. És per aquesta raó que dividirem les tasques entre aquelles que es fan "ABANS" de posar en marxa les primeres activitats del projecte, les que es faran "DURANT", i si s'escau aquelles que es fan DESPRÉS, normalment d'avaluació o de recapitulació econòmica.

Com que és un projecte amb diverses activitats, dividirem l'equip en equips o departaments temàtics, juntament amb la direcció que s'ocuparà de vetllar perquè tot funcioni, de validar i de distribuïr les tasques:

1) Música i concerts
2) Art i exposicions d'arts plàstiques
3) Cinema i festivals
4) Literatura i conferències
5) Teatre i arts escèniques
6) Troupe de teatre

Amb aquest esquema mirarem també d'organitzar el cronograma de les tasques per activitat, és a dir, que de l'activitat "concert de música" identificarem unes tasques a realitzar, i de la qual hi haurà com a mínim un responsable de l'equip. Si no hi ha un reponsable per un departament, no es podrà realitzar cap activitat: principi.

Pel què fa a la comunicació, que es podria encabir en aquest apartat perfectament, només mencionarem les tasques de comunicació, que després seran detallades en l'apartat d'elements de comunicació i pla comunicatiu.

Inici activitats del centre	Preparació projecte : abans	Avaluació primera etapa
Març 2013	Octubre 2012 – Febrer 2012	Gener 2014

PREPARACIÓ (PRE-PRODUCCIÓ) DEL PROJECTE:

- Creació de l'equip
- Reunió amb possibles integrants del futur equip
- Segona reunió amb l'equip defintiu i detecció d'un responsable per cada equip
- Creació associació: Definició conjunta del model, objectius
- Pluja d'idees
- Distribució de tasques
- Contactar amb artistes, associacions, productores, sales, etc
- Elaboració programa
- Crear la plataforma com a entitat jurídica (si s'escau)
- Convocar reunió amb entitats i organismes catalans o francesos públics amb els quals veiem possibles col·laboracions
- Presentar projecte a empreses – patrocinadores i partners

CRONOGRAMA DE LA PRODUCCIÓ

Tasca	**Temps ***	**Persona**	Octubre				Novembre				Des		Gener				Febrer			
Creació de l'equip	8	Direcció	■	■	■	■	■	■	■	■										
Reunió possibles integrants equip	1	Direcció			■															
2a reunió amb l'equip defintiu	1	Tot l'equip						■												
Pluja d'idees	2	Tot l'equip						■	■											
Definició model i objectius	3	Tot l'equip						■	■	■										
Distribució tasques i cronograma	2	Tot l'equip								■	■									
Contactar artistes, associacions	3	Per equips										■	■	■						
Elaboració programa	5	Tot l'equip												■	■	■	■	■		
Reunió entitats catalanes	2	Direcció													■	■				
Reunió empreses i patrocinadors	2	Direcció															■	■		
Reunió mensual avaluació	12	Tot l'equip	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Preparar comunicació i imatge del centre	6	Equip com. + direcció													■	■	■	■	■	■
Balanç pressupost final	1	Direcció																		
Avaluació final	1	Direcció																		

- Temps per setmanes
- El balanç i l'avaluació final es farà al final de la primera etapa (6 mesos) i al final d'any

Comentari del gràfic:

Aquest seria doncs el cronograma general de la producció de la Plataforma cultural del Casal - Centre de la Cultura Catalana, però sobretot de la pre-producció, doncs com es tracta de crear tot un equip, un concepte i una programació nova hem de passar diverses etapes prèvies abans de poder concretar la producció de les activitats. Així doncs serà la guia o planning fins que no s'hagi determinat l'equip humà que ho durà a terme, així com la programació.

Com es pot veure en el cronograma, es farà una reunió mensual (quedant per sopar o, en el pitjor dels casos, fent això via skype). Pel què fa a la programació, deixem 3 mesos perquè tots els departaments tinguin temps de tenir una proposta confirmada.

La resta de tasques són bàsicament decisions conceptuals i funcionals (molt important) que es decideixen en les primeres reunions i que deixem per escrit.

Organització de les activitats: per equips

Degut a l'estat inicial (de concepció) en el qual es troba el projecte, no podem detallar les tasques a desenvolupar per cada activitat. No obstant, si que podem elaborar un exemple de planificació d'activitat, que servirà de model. Calculem que per tal d'organitzar una activitat cada coordinador d'equip necessitarà entre 3 i 4 mesos.

En la següent taula exposem un exemple de cronograma d'una activitat.

Exemple: Organització d'un concert d'un grup de Catalunya

Tasques	Temps	Persona	Des	Gen	Feb
Recerca de grups de música					
Proposar de venir actuar a un grup					
Fer validar a la resta de l'equip					
Proposar fer una co-producció del concert a una sala de París					
Buscar patrocini o sponsor					
Preparació contactes i condicions					
Difusió i comunicació activitat					
Acollida del grup					
Estar presents en el concert					

Previsió de l'avaluació de la planificació

Indicadors per avaluar la planificació:

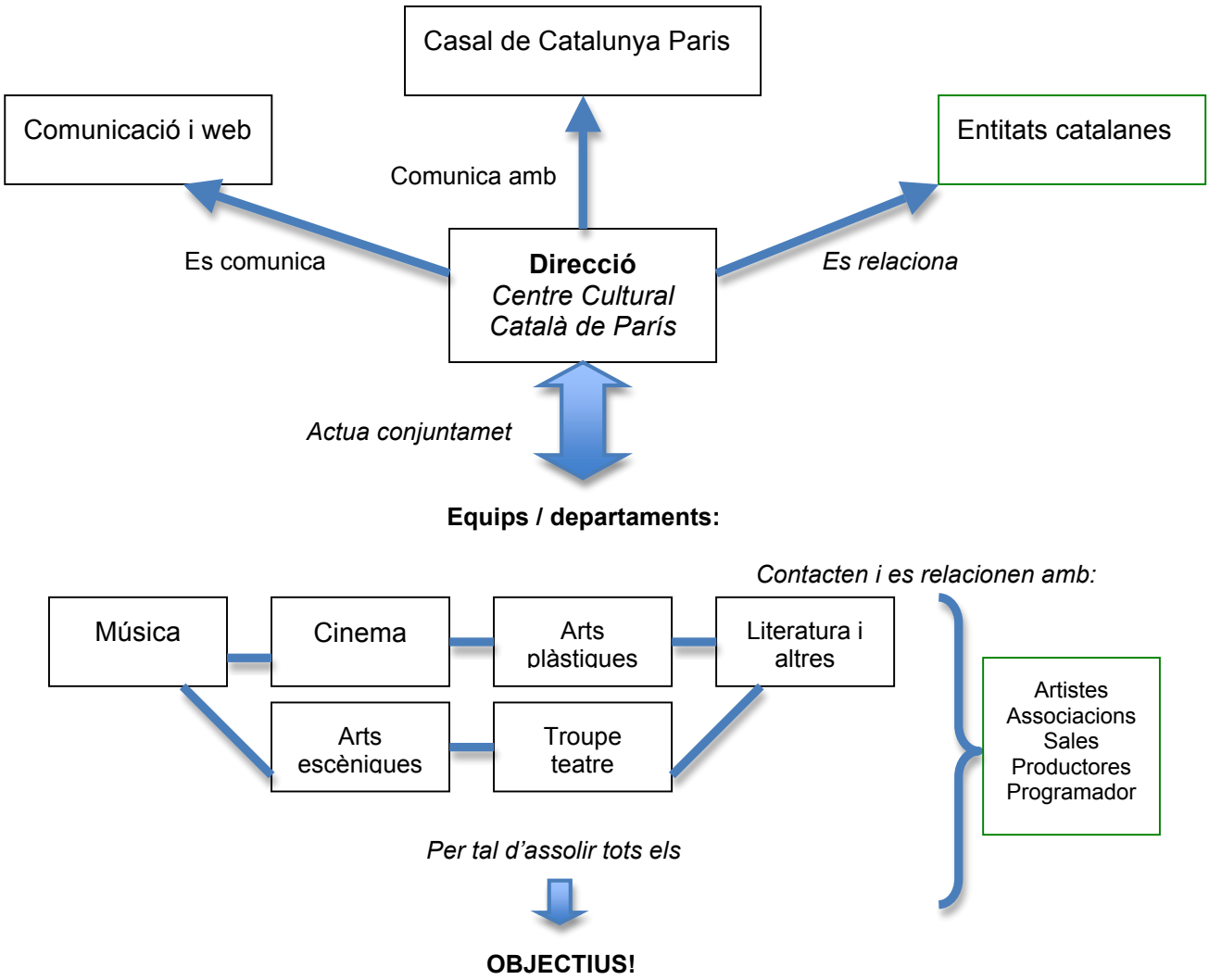
- Complir amb el cronograma i realització de les tasques que aquest indica

- Reunions mensuals (quedant per sopar o, en el pitjor dels casos, fent això via skype) per tal de fer un seguiment del seu compliment, mantenir la transperència i garantir el flux d'informacions entre els diferents membres i departaments (equips).
- Redacció d'informes i enviament d'aquest a tot l'equip per tal d'informar en quin punt es troba el treball.

14. Estructura organitzativa i de RR.HH

Organigrama

Per tal d'explicar el funcionament i l'estructura de l'equip humà del projecte, utilitzarem el següent organigrama:



Estructura de l'organització

- **Model de funcionament**

Busquem un **model de treball** que sigui **horitzonal**, on tots els membres són únics i indispensables perquè el projecte tingui un sentit d'unitat, així com la mateixa direcció (vers els mateixos objectius). Per tal d'aconseguir que això sigui possible, com es veu en l'organigrama es designen **7 equips** (o millor dit departaments, doncs no sabem quants integrants podrem arribar a tenir), d'entre els quals hi ha la comunicació, i un equip directiu. Tot i que hem situat la **direcció** en el centre de l'organigrama i com a punt **d'interconnexió entre els departaments i entitats o organismes externs (entitats catalanes)**, doncs creiem que és desitjable identificar un punt de filtració de l'informació i una mínima jerarquia a l'hora de comunicar amb l'exterior i de representar l'associació, així com per identificar un líder o responsable.

Els equips, per la seva banda, també comunicaran amb l'exterior (professionals, artistes, sales, productores) per tal de dur a terme els seus objectius i activitats. La direcció – més aviat coordinació - estarà formada per 2 / 3 tres persones que hauran liderat la creació de la plataforma, ja sigui pel nivell d'implicació, com per la seva personalitat, qualitats per treballar en el projecte, etc. El cas és que pot haver-hi encarregats dels departaments que vulguin al mateix formar part de la direcció, de fet és molt probable que passi, doncs no creiem que l'equip serà molt nombrós.

Quines són les funcions de la direcció aleshores?

La direcció **coordina:** rep demandes, propostes i queixes, i té la **visió general** per **distribuïr tasques**, analitzar possibles problemes i resoldre conflictes. La tresoreria i la gestió de les finances de l'associació també serà evidentment gestionada per un membre de la junta dircetiva. Pel què fa a prendre decisions de funcionament o de caire més representatiu, no caldrà fer passar la informació a tot l'equip, ara bé, si es tracta de decisions que ocupen algún dels departaments sí que es farà. També si són decisions estructurals o canvis significatius s'informarà a tot l'equip i es buscarà un feedback. La idea és comunicar però sense fer anar més lent el projecte o saturar-lo d'informació.

- **Comunicació i transmissió de les informacions entre l'equip**

Un projecte d'aquestes característiques ha de saber complir amb dos condicions (dos objectius) molt importants i essencials, però a vegades contradictòries:

- Transperència de l'informació i comunicació fluïda entre l'equip
- Delimitació dels canals de comunicació per tal de no saturar les vies de comunicació entre els dieferents membres

Per tal d'aconseguir aquest doble objectiu es necessita estructurar molt bé l'associació i, sobretot, els canals de comunicació que permetran que aquest grup de persones pugui rebre i enviar informació sense saturar el ritme de treball. Tenim algunes idees estratègiques que ens permetran establir una **comunicació transversal i horitzontal**:

- Assignar tasques concretes a cadascú però donar al mateix temps l'oportunitat de donar idees a la direcció i de participar en altres departaments
- **Crear una INTRANET interna** i una xarxa o servidor intern que concentri tots els departaments i que permeti incorporar tota la informació de tots els departaments, documents, calendari i cronogrames necessaris per la planificació i producció de les activitats (més enllà dels e-mails i googlegroups).
- Dirigir tots els dubtes a la direcció i posar en còpia dels e-mails importants a la direcció.

- **Estil de direcció: motivació de l'equip**

La nostra primera prioritat és que **tots els components s'identifiquen amb l'associació**, amb els seus **objectius**, i que sigui justament aquest procés d'identificació el **punt de motivació** per formar part de l'equip i dur a terme el projecte. D'altra banda l'equip de direcció s'encarregarà de transmetre missatges positius que aniran enfocats cap a la valoració de cada individu dins del conjunt, és a dir, que es destacarà la **creativitat de l'equip**, i es definirà com ideologia la voluntat de dur a terme un projecte col·lectiu de filantropia vers la societat.

- **Composició de l'equip**

El grup ideal de la plataforma cultural seria que hi hagi una persona encarregada per cadascún dels equips **(6 equips + equip comunicació + direcció + possibles ajudes i participacions externes)**, tal i com es veu en l'organigrama. Comptem que de cada equip hi ha una persona encarregada / responsable que, si ho troba necessari pot buscar el suport i la col·laboració d'altres persones (de l'associació o externes però de la seva confiança). En tot cas, el/la responsable és qui mantindrà contacte directe amb la direcció i el departament de comunicació. Un problema que ens podem trobar, és que no hi hagi proutes persones amb la motivació i els coneixements com per dur a terme les tasques. En aquest cas ens trobarem que una mateixa persona s'encarregui de 2 departaments, o que la direcció gestioni un o més d'un departament també.

- **Avaluació del treball en equip**

- Reunions mensuals per saber l'estat en el qual es troben els projectes en actiu: així doncs aquells que estiguin duent a terme un projecte (ja sigui en els seus

inicis – conceptualització-, en la seva planificació, o en la post-producció) han de fer un petit informe sobre la gestió del projecte en qüestió. Al final de cada activitat també es presentarà una evaluació i unes conclusions.

- Redacció d'informes: Per cada reunió hi haurà algú encarregat de fer un resum sobre tot el comentat, i si en algun cas no hi ha cap voluntari per fer-ho, serà la direcció qui se n'haurà d'encarregar.

15. La comunicació

Un projecte d'aquestes característiques, sobretot si es tracta d'una associació que d'entrada no compta amb un local i que pretén incidir en una ciutat on l'oferta cultural és enormement gran i diversa, no pot tenir èxit si no s'aconsegueix dur a terme una comunicació eficient.

APUNT: Som conscients que no tenim gaires mitjans (econòmics, humans), de fet que l'associació es gestionarà de manera voluntària pels seus integrants, també la situació econòmica actual fa que les subvencions i els patrocinadors seran menors que ara fa uns anys. Tenint això en compte, hem pensat estratègies de comunicació "low cost" o gairebñe gratuïtes, doncs en una etapa inicial no podem contractar un professional.

A continuació presentarem els elements del pla de comunicació que encara és molt general degut a la situació d'avant-projecte en la qual es troba el projecte no podem entrar en detall.

- **Definició de l'imatge**

Anem per parts. En qualsevol pla o estratègia de comunicació s'ha de tenir clar què i de quina manera es vol comunicar, així que és primordial decidir quina imatge es vol transmetre a l'exterior (entorn, públic, "no públic", entitats, aliats). Nosaltres concebem la nostra imatge a partir dels nostres objectius de difusió de la cultura catalana contemporània, de l'ajuda a l'internacionalització, i de la promoció de l'intercanvi cultural i artístic que es pot produir gràcies a l'activitats que organitzarem a París.

La imatge que volem transmetre és la d'un organisme que té una **voluntat social d'acostar la cultura catalana a la població resident a París** i rodalies. És a dir, transmetre que el principal valor que ens motiva a treballar no és altre que fer possible la vinguda d'artistes i projectes culturals, donar-los a conèixer i fer gaudir a la gent. També volem que, amb el temps i amb l'organització de diferents activitats i performances, el públic hi reconegui una **programació de qualitat i interessant** i que vulguin repetir i seguir la nostra actualitat, **esdevenir un referent en la temàtica**.

- ***Com aconseguir això?***

- Primer de tot tenint una pàgina web amb tota informació sobre els objectius i la voluntat de ser de l'associació.
- Aconseguint que les primeres activitats tinguin una gran acollida i ressó mediàtic amb certa influència.
- Aconseguint el suport d'agents: persones, entitats, associacions i organismes properes a nosaltres o als objectius que perseguim (ho detallem més abaix).
- Tenint sempre una o dues persones en l'equip de comunicació

Relacions amb l'entorn

- **Relacions internes amb l'equip**

Com hem comentat en l'anterior apartat del model de funcionament de l'entiat, l'equip està dividit per departaments o subequips i cadascú és responsable del, però és desitjable que uns i altres cooperin en diversos aspectes. Pel què fa a la relació amb l'equip de comunicació, que és la primordial, doncs els missatges que passin en intern han de sortir cap a l'exteior per tal que arribin al públic de la manera com volem. Com es veu en l'organigrama, he separat el departament de comunicació de la resta d'equips perquè aquest ha de tenir una relació molt estreta amb la direcció. Els missatges i informacions que es vulguin fer arribar al responsable de comunicació no cal que passin pel mailing o l'Intranet de tot l'equip, això sí la direcció ha de validar i donar suport a aquest departament i, si cal, fer d'intermediari amb la resta de persones.

- **Relacions amb usuaris i col·lectius implicats en el projecte**

Per tal de realitzar la nostra tasca i dur a terme els objectius, l'entitat fomentarà i cuidarà molt la seva relació amb diversos agents:

- Públic català i catalanòfil
- Institucions catalanes a París (Delegació, ICEC, IRL)
- Contactes del sector cultural a París: programadors, directors de sales de cinema o música, etc
- Equipaments culturals a París
- Artistes, productores i associacions d'art o culturals

- **Relacions amb els mitjas de comunicació**

Procurarem, a partir de la primera activitat informar a diversos suports i mitjans de comunicació escrita i digital, sobre l'activitat que organitzem i la nostra entitat, d'una manera breu, atractiva i original. Es podria enviar en forma de comunicat de premsa, o simplement via e-mail

1. **Pàgines web** dels diferents equipaments (museus, sales, centres culturals, etc). Estar programats en una sala de concerts, en un cinema, espai cultural o centre d'art fa que aquests equipaments difonguin l'activitat que hem co-prouduit, de la mateixa manera que nosaltres també els hi fem difusió del seu centre per la nostra banda.
2. Revistes especialitzades i "gran públic": ***LYLO*** (tots els concerts que es fan a París i a Île-de-France); ***Télérama*** (actualitats TV, música, cinema, audiovisuals, teatre, etc); ***Courrier International*** (revista amb articles sobre l'actualitat cultural, política i social de tot el món); ***A NOUS PARIS*** (hebdomedari d'actualitat cultural, esdeveniments culturals altres temes); www.planconcert.com; etc.
3. Pagines web: ***Mairie de Paris*** (el web de l'ajuntament dóna moltes informacions sobre els seus equipaments culturals, però també d'altres i d'esdeveniments que patrocina o recolza); ***l'Officiel de l'Espectacle*** (agenda cultural); ***www.paris-art.com*** (totes les galeries, exposicions, i altres esdeveniments d'art); ***Allocine*** (cartellera de cinema).

- **Relacions amb els patrocinadors**

La relació amb els patrocinadors ha de ser preferencial, cuidada i constant. A part de sguir tots els protocols d'imatge que impliquen posar el logo de l'empresa que participa en el finançament de la nostra entitat (o el què és més probable) o d'alguna de les nostres activitats, en tots els suports i missatges comunicatius que efectuem, així com en la nostra pàgina web i dossiers de presentació. D'aquesta manera queda constància que l'empresa X participa en el projecte X.

D'altra banda, també s'ha d'oferir als patrocinadors, sponsors o partners una comunicació preferencial en el sentit que se'ls ha d'informar d'una manera personalitzada de tot el què fem, i de l'evolució de l'activitat o activitats que gràcies a la seva participació estem duent a terme.

- **Relacions amb altres organitzacions culturals del mateix camp d'intervenció**

Com ja hem exposat en la primera part del projecte, hem identificat diversos agents i organismes que exerceixen tasques semblants a la nostra, ja sigui pel contingut, pels objectius, o pel mode de funcionament. Recordem qui són:

- Institucions catalanes a París (la Delegació de la Generalitat, l'ICEC, l'IRL i en menor mesura ACC1Ò i el Centre d'Estudis Catalans), ens podem donar suport

en la realització de les activitats, sobretot estructural i econòmic, però també estratègic i de contactes del sector cultural.

- Institucions espanyoles culturals (Instituto Cervantes, Colegio de España)
- Associacions culturals de cultures d'Espanya: Maison Basque de París, Espagnolas en Paris, Casa de Galícia. Amb aquestes institucions pretenem sobretot cooperar i organitzar coses conjuntament. Per exemple, Espagnolas en Paris és una associació que fa difusió del cinema espanyol i llatí (organitza estrenes en cinemes i un festival), i més que buscar la competitivitat, els hi plantejaríem de treballar junts, aprofitant la seva experiència.
- Centres Cultures Estrangers a París: de moment l'IRL està inscrit en aquesta federació, així que s'hauria de discutir si és desitjable que

<u>Pla de difusió</u>

Exemple activitat: Concert d'un grup pop català a París

1. **Públics destinataris**

Cada activitat tindrà un públic diferent, doncs no és el mateix públic aquell que assisteix a concerts de pop, jazz i rock, que aquell que s'interessa per l'art contemporani. No obstant, creiem que hi haurà una línia de públic que es repetirà, però en els concerts, per exemple esperem un públic més jove (menys de 40 anys) que no pas en altres activitats com les exposicions o el cinema.

Així doncs, el públic seria:

- Joves residents a París de diferents nacionalitats (majoria francesos), estudiants o treballadors
- Catalans i catalanòfils residents a París
- Professionals del sector

2. **Missatge que es vol transmetre**

El projecte, de manera general, vol acostar diferents manifestacions de la cultura contemporània que es genera avui en dia, i en els darrers 20 anys a Catalunya; per tant, el missatge que volem transmetre és el **del valor de la cultura contemporània en totes les seves expressions possibles, i la particularitat de les expressions artístiques de Catalunya.** Sabem que la cultura no entén de fronteres (és universal) i que el repte de les cultures nacionals és una eina política forta, i és justament per això que volem difondre la pluralitat de la cultura "made in Catalonia", i si els artistes que creen a Catalunya i que ho fan en català (en el cas del cinema i la música) doncs se'ls ha de poder valorar a l'estranger, essent considerats catalans dins del marc pluri-cultural que representa Espanya.

3. **Canals de difusió**

Degut als pocs recursos amb els quals comptem (al menys en una primera etapa), no ens plantegem fer campanyes de comunicació gaire extenses. És per això que potenciarem els canals de comunicació:

- Internet: pàgina web de l'associació i les xarxes socials (facebook, twitter, linkedin) per tal de fer-nos conèixer i interactuar amb el públic i els possibls "no públics"
- Revistes especialitzades sobre la programació cultural de la ciutat (en versió impresa i versió paper): per tal de propiciar una difusió més gran de les nostres activitats a un ampli i potencial públic
- Mailing i newsletter: crear una base de dades que ens permeti dirigir-nos directament al públic que ja ens segueix
- TV3 té un correponsal a París, i se li podria proposar de venir, tot i que aquest és un altre tipus de difusió destinat a fer conèixer sota la notícia que un artista X ha fet un concert a París.
- La pàgina web de l'Ajuntament de París també ofereix un servei de difusió de les activitats de les associacions.

4. **Temporalització de la difusió**

- Establir un calendari a seguir per tal de comunicar les activitats.
- *Abans de les activitats*: Crear una dinàmica de comunicació amb el públic que ens segueix, anar a buscar el potencial públic i explicar-los què volem fer i presentar el programa
- *Llençament activitats*: difondre i comunicar sobre l'activitat a nivell més ampli, buscant la premsa (les revistes i webs especialitzats que hem identificat)
- *Després*: fer un comunicat per compartir amb els participants com ha anat

5. **Pressupost previst**

Malgrat que no poguem dedicar molts recursos per tal de contractar un expert, sí que es pretén reservar una part del pressupost a la difusió de les activitats que fem, sobretot a nivell a d'impressió de flyers, cartells i pòsters, i també si és necessari encarregar a professionals el disseny d'aquests pòsters i flyers.

Pensem que pel **primer any 1.000 Euros** poden resultar molt fructífers si els utilitzem amb seny.

6. **Previsió del mètode d'avaluació**

Per tal d'analitzar si assolim els objectius i finalitats relacionats directa o indirectament amb la comunicació cal fer una avaluació de diferents aspectes de la comunicació i mitjançant diferents indicadors:

- Públic: Analitzar si ens hem donat a conèixer i hem augmentat el públic, i si el públic ha participat en les nostres activitats és aquell al qual ens dirigiem, o bé és un altre o amb matissos i, si és el cas perquè és així.

Indicadors: Comptabilització de les entrades / pre-inscripció a les activitats / venya per Internet / Llançar un qüestionari en el nostre mailing, web, en el moment de fer-se soci, en comprar una entrada.

- Reconeixement de les institucions catalanes: avaluar si tenim un cert reconeixement i si existeix una relació i si és bona (cooperació, diàleg, interès, etc).

Indicadors: Valorar l'assistència dels representants de les diferents institucions en les activitats que orgnitzem; valorar també la comunicació establerta (e-mails, trucades, reunions, propostes mútues, bona relació, etc)

- **Analitzar la presència del centre i les seves activitats en la premsa**

Indicadors:: Fer un seguiment i arxivar tots els suports de premsa tradicional i digital que han fet ressó de les nostres activitats i de la nostra associació / Analitzar el funcionament a les xarxes socials.

- Presència i dinàmica del centre en les xarxes socials

Indicadors: Compabilitzar quants amics tenim a les xarxes socials (facebook, twitter, linkedin)

- Imatge que es transmet: és la imatge que desitgem transmetre?

Indicadors: Fer un qüestionari per conèixer les opinions del públic sobre el centre i conèixer les seves propostes / donar l'opció d'escriure en un llibre d'opinions després de cada activitat on la gent pugui deixar comentaris / tenir un espai al web on la gent pugui donar-nos la seva opinió

- Relació amb altres entitats

Indicadors: Fer un balanç sobre el nombre d'entitats amb les que estem en contacte i amb les que farem alguna activitat conjunta / Analitzar si rebem informació i invitacions d'altres entitats

- Avaluació del procés del pla de comunicació: Seguiment del cronograma i les tasques de comunicació. Es segueix amb fidelitat? Funciona bé l'equip de comunicació?

Indicadors: Aconseguim comunicar tot i amb temps i efectivitat? / El web està actualitzat? / Els recursos humans són suficients?

16. Factors infraestructurals i tècnics

De la mateixa manera que ens passa amb d'altres aspectes del projecte, aquest és un factor que encara no podem conèxier en detall i sobre el qual no podem determinar una llista concreta. Tenim l'avantatge que a nivell de gestió i administració de l'entitat, en un principi no ens plantegem tenir un local d'oficines. I passa el mateix per les activitats, tampoc gaudim d'un local propi on desenvolupar les activitats i esdeveniments del programa.

- Infraestructures per a la realització de les activitats

Doncs tenim vàries opcions:

a) llogant l'espai;

b) fent pactes de col·laboració o intercanvi amb persones, institucions o entitats que tenint una sala adaptada a les diferents necessitats que podem requerir les nostres activitats (cinema, concert, exposició, conferència);

c) Gaudint d'un prèstec desinteressat o a molt baix cost.

17. Factors jurídics

Forma jurídica del projecte

La plataforma de la Cultura Catalana o Centre Cultural Català que estem definint tindrà la forma jurídica d'una associació sense ànim de lucre, que a França s'acull a la legislació de 1901 relativa a la creació d'associacions (una gestió molt senzilla on només cal redactar uns estatuts i ennumerar com a mínim dos representats)[14]. No obstant, queda per decidir si aquesta plataforma es consolidarà com una entitat independent del Casal de Catalunya, i crearem els nostres propis estatuts, o bé mirarem de fusionar-nos amb el Casal i determinar l'autonomia i els punts en comú. Creiem que, malgrat al voluntat de posar en comú esforços i de procurar crear una xarxa catalana més cohesionada, per qüestions administratives, de gestió de recursos, de pressupost i de representació, serà més pràctic crear una associació nova. Això si, mirarem d'anar de la mà amb el Casal per tal de fusionar els nostres públics i col·laborar.

Contractes i acords amb altres organitzacions

Com que un dels nostres objectius és cooperar amb altres organismes, així com buscar el suport de l'administració i el sector privat (sponsoring), és molt possible que

[14] Pàgina web del Ministeri d'Esports, de la juventud, de l'educació popular i de la vida associacionista de França: http://www.associations.gouv.fr/1010-declaration-initiale.html

la millor manera de delimitar quin tipus de cooperació es desitja i com s'establiran les relacions.

18. Factors econòmics i financers

Finançament del projecte

APUNT IMPORTANT: La plataforma cultural que volem crear no té ànim de lucre, sinó una ambició cultural, ens presentem com a mitjancers del què seran activitats cultrurals que, aportaran beneficis econòmics als artistes o gestors del producte cultural, així com a les sales que acullin aquesta activitat, per sobre de tot. Això fa que les despeses i els ingressos seran gestionades directament per tercers (ja siguin les sales, o organismes públics que ens concedeixen les subvencions).

Com a gestors culturals – intermediaris, bookers - que fem possible l'activitat, procurarem extreure una comissió significativa que més tard serà reinvertida en la mateixa associació (comunicació, disseny, i despeses de funcionament vàries). És a dir, que per mitjà de patrocinadors i de subvencions crearem el pressupost del projecte. Recordem que l'equip humà serà format per un grup de persones que ofereixen el seu treball voluntàriament, com es diu en francès, de forma *benèvole.*

Per tal d'exemplificar el model econòmic i el pressupost anual que ens plantegem, farem el pressupost del què suposarà l'organització de 3 activitats, una projecció d'una pel·lícula catatala en estrena (o mosatra o petit festival) + un concert d'un grup català en una sala de concerts de París + gestió de la troupe de teatre, doncs com anunciavem en la definició del projecte, tenim un especial interès en la música, el cinema i l'audiovisual; i també, la promoció de pràctiques artístiques en el marc de l'associació, com és el cas de la troupe.

<u>Pressupost estimat</u> (any civil gener 2013 – desembre 2013)

Despeses previstes i destí

CONCEPTE	IMPORT
CONCERT DE MÚSICA (grup a seleccionar)	
Viatge grup de música	800 Euros
Allotjament músics	300 Euros
Catxet músics	1.500 Euros
CINEMA (pel·lícules a seleccionar)	
Viatge director + membe de l'equip (productora o actors)	300 Euros
Allotjament	100 Euros

Subtítols pel·lícula	500 Euros
TROUPE DE TEATRE	
Ajuda econòmica al director	800 Euros
Material decorat i vestuari	400 Euros
Lloguer sala representació	600 Euros
Pica-pica despedida temporada	1.000 Euros
COMUNICACIÓ I DIFUSIÓ	
Impressió material difusió (flyers i pòsters)	800 Euros
TOTAL DESPESES	**7.200 Euros**

Ingressos i la seva procedència

CONCEPTE	IMPORT
CONCERT DE MÚSICA (grup a seleccionar)	
Viatge grup– Subvenció IRL o sponsor privat (Vueling)	800 Euros
Allotjament músics – Sponsor Hotel	300 Euros
Catxet músics – Sala de concerts que programa	1.500 Euros
CINEMA (pel·lícules a seleccionar)	
Viatge equip – Subvenció IRL o sponsor privat (Vueling)	300 Euros
Allotjament equip pel·lícula – Sponsor Hotel	100 Euros
Subtítols pel·lícula – Subvenció Generalitat	500 Euros
TROUPE DE TEATRE	
Ajuda econòmica al director – Subvenció Generalitat	800 Euros
Material decorat i vestuari – Subvenció Generalitat	400 Euros
Cobrament entrada representació	800 Euros
Sponsor per l'acte (marca aliments o beguda catalana)	300 Euros
COMUNICACIÓ I DIFUSIÓ	
Impressió material difusió – Subvenció Generalitat	1.000 Euros
ALTRES: INGRESSOS PROPIS	
Comissió del catxet del grup	200 Euros
15 - 20% del total d'entrades de cinema venudes	200 Euros
TOTAL DESPESES	**7.600 Euros**

Ingressos (7.100 Euros) – Despeses (6.700 Euros) = <u>400 Euros</u> de superàvit

Total aportat en forma de subvencions de la Generalitat: 3.700 Euros

Total aportat per les subvencions de l'IRL: 1.200 Euros
Total aportat pels sponsors sector privat: 700 Euros

Comentaris

En primer lloc, volem comentar que hem preparat un pressupost modest, per tal de poder fer una primera avaluació del funcionament de l'equip, així com dels resultats obtinguts. Si aconseguim programar les 3 activitats en 6 mesos, es podria fer una avaluació i, si n'estem satisfets i ho volem continuar fent (sempre millor), es prepararà un altre pressupost.

Pel què fa al concert, en general hi ha dues maneres d'organitzar un concert amb la nostra ajuda: a) és lloga una sala i després amb la venta d'entrades es paga el catxet dels músics; b) es proposa el grup a una sala per tal que aquesta l'inclogui en la seva programació, i així ella mateixa s'ocupi del seu catxet. En aquest darrer cas, en vista que hem aconseguit programar el grup, es pot demanar al grup de rebre per l'associació una comissió del seu catxet.

19. Avaluació del projecte

- **Plantejament de l'avaluació**

Funció de l'avaluació

Per què avaluem? És la pregunta que ens hem de fer. Un projecte, per petit que sigui, si té la voluntat de tenir continuïtat requereix d'una avaluació per tal de veure com ha funcionat, què ha anat bé, què ha anat malament, i com es podria millorar si es requereix. En conseqüència, és el moment, després del desenvolupament de l'activitat (del tipus que sigui), més important de xoc amb la realitat i de veure què estem aconseguint. L'avaluació també serveix per veure si el públic té la imatge i la percepció del projecte que desitgem transmetre, entre d'altres.

Etapes de l'avaluació del projecte "Centre de la cultura catalana"

L'avaluació la dividirem en diferents fases:

- Fase del disseny: és en la que ens trobem ara, i que detallarem quin mètode d'avaluació durem a terme i quins indicadors i instruments utilitzarem.
- Fase descriptiva: és la fase que durem a terme mentres el projecte es produeix, i consisteix a recopilar, ordenar i sistemitzar tota la informació que ens aporten els indicadors i els instruments de mesura.

- Fase comparativa o de valoració: analitzarem tota la informació i la contrastarem amb amb els objectius que ens havíem proposat, per tal de veure en quin punt s'assoleixen els nostres objectius.
- Fase del procés o analítica: és on detactarem si s'han produit alternacions o canvis i per quines causes. Elaboració d'un DAFO.
- Fase de comunicació de l'avaluació
- Fase de presa de decisions: què fer per mantenir els bons resultats, millorar-ne d'altres i canviar o replantejar certes accions o continguts?

❖ **Avaluació dels objectius o de resultats**:

MÈTODE D'AVALUACIÓ: Per a dur a terme l'avaluació dels objectius (generals i específics) utilitzarem diferents mètodes que són complementaris: el **mètode reflexiu**, que permet comparar un context abans i després d'haver-hi intervingut; i també utilitzarem el **mètode transversal** que ens permetrà comparar entre diferents intervencions en un mateix context.

Aquesta avaluació calcularà l'eficàcia ens permetrà analitzar: a) grau d'assoliment dels objectius; b) altres resultats observats; c) raons que han permès assolir o que han impedit els objectius; a) anàlisis comparativa entre plantejament inicial i les propostes de futur.

INDICADORS I INSTRUMENTS: Per avaluar els objectius, utilitzarem en cada activitat i de manera general els següents instruments i indicadors: **indicadors quantitatius** (comptabilització de persones, venta d'entrades, nombre d'activitats, nombre de seguidors a les xarxes socials, nombre de visites al web, presència a la premsa i revistes especialitzades); i també **indicadors qualitatius** (enquestes al públic, observació, valoracions a la premsa o d'agents externs, comentaris de la gent, etc) que ens permetran fer una anàlisi de l'assoliment dels objectius.

TEMPS: Cal temporalitzar l'avaluació dels objectius. D'una banda, s'ha d'avaluar després de cada activitat realitzada; i d'altra banda, després dels primers 6 mesos (març 2013 – setembre 2013), i al cap d'un any és realitzarà l'avaluació general de continguts (doncs es farà una avaluació de totes les activitats i accions realitzades).

AGENTS QUE REALITZAEN L'AVALUACIÓ: Durem a terme una avaluació interna, serà el mateix equip que avaluarà el projecte al final del primer període definit. Amb la redacció d'informes finals decada activitat es medirà el grau d'assoliment dels objectius.

❖ **Avaluació de la definició del projecte:**

En aquest punt analitzarem si la definició del projecte és adequada en relació a les

demandes i al context.

- Idoneïtat dels destinataris: quin tipus de públic ha vingut? És el públic que ens esperàvem?
- Elecció de continguts: els continguts han permès assolir alguns dels objectius que ens proposàvem?
- Estratègies i accions: S'han dut a terme les estratègies planificades? Han funcionat per aconseguir els objectius?
- Activitats: S'han dut a terme totes les activitats programades? Anàlisi de la seva realització, pre-producció i post-producció.
- Model de gestió: funciona? Perquè?

❖ **Avaluació del procés:**

Aquesta és l'AVALUACIÓ DE L'EFICIÈNCIA, aquella que analitza la relació establerta entre l'assoliment dels objectius i els recursos utilitzats: l'ús dels mitjans materials, econòmics, humans amb els quals comptem per dur a terme les activitats.

Elements a tenir en compte per fer l'avaluació del procés:

- Planificació: Seguiment del compliment del cronograma de tasques
- Anàlisi de l'organització i del funcionament de l'equip
- Gestió dels conflictes per part de la direcció
- Comunicació: S'ha seguit el pla de comunicació? Hem aconseguit els objectius de comunicació que ens proposàvem?
- Resposta destinataris
- Relacions amb altres agents/institucions
- Ús de les infraestructures
- Aspectes positius i negatius del projecte
- DAFO interna
- Balanç econòmic: Fer un balanç econòmic de tots els ingressos i les despeses que han generat les diferents activitats del projecte.
- Ajust i control pressupostari

❖ **L'avaluació de l'impacte general o de les finalitats**

Mesurar l'impacte de la finalitat última del projecte a llarg termini (al cap de 2 anys com a mínim):

- Com ha impactat el projecte en el seu context general? I el cultural i social? Ha canviat aquest?
- Polítiques culturals a mantenir / modificar. Propostes.

Annexos

Mapa dels Centres Culturals Estrangers de París

CENTRES CULTURELS éTRANGERS - Paris.fr 07/05/12 12:53

Rechercher dans tout Paris.fr Accueil

CENTRES CULTURELS ÉTRANGERS

Précisez votre recherche :

PAR NOM **À PROXIMITÉ DE**

PAR ARRONDISSEMENTS

1ER
Terra Foundation for American Art

3E
Centre culturel Suisse
Instituto de México à Paris
Institut suédois

4E
Centre Wallonie-Bruxelles
Centre culturel de Serbie

5E
Institut finlandais en France
Institut du Monde Arabe
Centre culturel Irlandais
Centre Culturel d'Egypte à Paris

6E
Centre culturel Tchèque
Institut Hongrois de Paris
Centre culturel d'Iran

7E
Centre culturel de Taiwan à Paris
Maison de l'Amérique Latine
Institut culturel Italien
Institut culturel Néerlandais
Centre culturel canadien
Centre culturel Britannique
Centre Culturel de Chine
Forum culturel autrichien à Paris
Centre Culturel Arabe Syrien de Paris
Institut Culturel Roumain (ICR-P)

8E
Centre Culturel Bulgare
Institut Polonais
Institut Estonien en France
Instituto Cervantes de Paris
Maison du Danemark

9E
Centre de Recherches sur la Diaspora Arménienne
Centre Culturel Anatolie

10E
Institut Kurde de Paris

12E

15E
Maison de la Culture du Japon
Centre Culturel Algérien

16E
Goethe-Institut de Paris
Centre culturel Coréen
Centre de Russie pour la Science et la Culture à Paris (CRSC)
Délégation générale du Québec à Paris
Instituto Camões à Paris

http://equipements.paris.fr/?tid=83 Página 1 de 2

Resum de la història del Casal de Catalunya de París, Phryné Pigenet

Brève histoire du Casal de Catalunya de Paris par Phryné Pigenet

Né le 9 juillet 1945, le casal de Catalunya n'est ni la première association catalane de Paris (4 casals, foment ou centre catalans l'ont précédé depuis la fin du XIXème siècle), ni la seule entité catalane de France qui comptera jusqu'à 19 casals en 1947. Mais avec l'afflux de réfugiés et la durée de l'exil, il fut l'organisation qui regroupa probablement le plus grand nombre d'adhérents -1350 adhérents recensés entre 1945 et 1964, soit près de la moitié des 3000 Catalans de la région parisienne inscrits comme réfugiés à l'OFPRA- et une des rares qui subsiste avec le centre catalan de Marseille et le casal de Toulouse.

Pour expliquer cette longévité et cet enracinement dans la communauté d'origine, il convient de rappeler que le casal comme ses homologues ne furent pas de simples rassemblements de natifs d'une même province, mais revendiquaient un double héritage républicain et catalaniste. La faiblesse de l'Etat espagnol de la Restauration, en obligeant la société civile à se substituer à ses carences, a favorisé l'émergence d'une multitude d'associations d'obédience syndicale, politique, culturelle, coopérativiste ou catalaniste. Ces réseaux d'athénées, casinos et casals développeront une sociabilité et une culture populaire qui assureront le succès de la République en 1931. Nés hors de l'influence étatique, ayant acquis une expérience autogestionnaire, dotés de cadres militants qui émigreront lors des périodes de dictature, ils n'auront aucun mal à s'implanter hors de la Péninsule, en transposant à l'étranger leurs objectifs culturels, sociaux et politiques. La durée du régime franquiste, la dureté de sa répression, son anticatalanisme et l'ampleur de l'exode assureront la longévité des entités catalanes tranchant avec leurs devancières plus éphémères et moins vigoureuses.

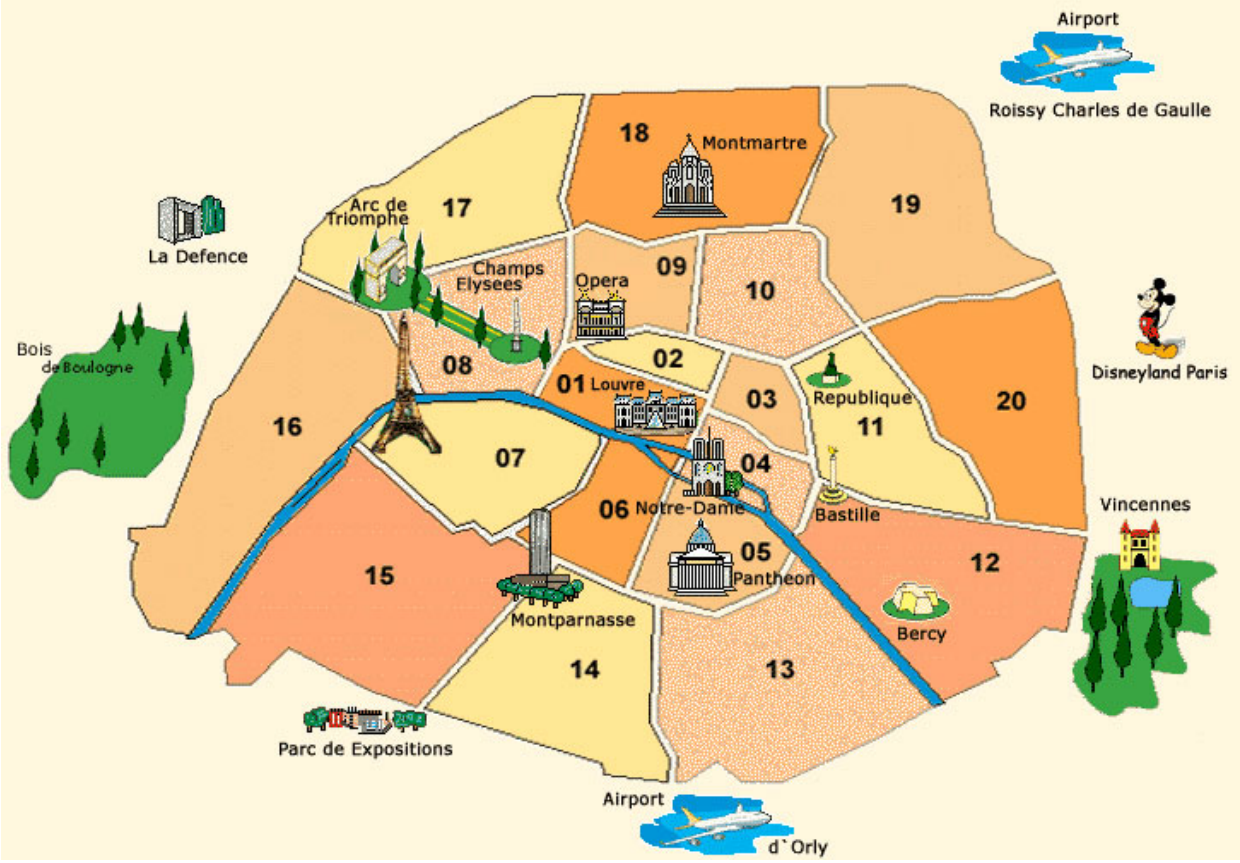
L'originalité de l'association parisienne tient à son implantation dans la capitale. Sa composition sociologique s'en ressent. De nombreux intellectuels, écrivains, plasticiens, musiciens, chanteurs, journalistes adhèrent à l'association, du moins à ses débuts. L'un d'eux, Lluis Nicolas d'Olwer, en sera le premier président avant son départ vers l'Amérique. Mais, à cette exception près, peu s'engagent dans le fonctionnement de l'entité. On peut ainsi s'étonner que le Casal ait réussi le tour de force de n'organiser aucune exposition de peinture alors qu'elle comptait en son sein plusieurs dizaines d'artistes peintres dont certains étaient déjà reconnus comme Antoni Clavé. Les cadres dirigeants se recrutent plutôt parmi les commerçants et professions libérales, bien implantés dans la capitale, certains depuis les années vingt et n'hésitant pas à jouer les mécènes dès que l'entité se heurte à des difficultés financières. En revanche, la composition reste populaire : près de la moitié des adhérents sont ouvriers ou employés. Ils restent les plus attachés à l'association qui peine à fidéliser ses membres.

Il est vrai que malgré un apolitisme déclaré, l'association n'est pas neutre. Par delà l'antifranquisme, le républicanisme et le catalanisme partagés par tous, les orientations sont décidées par les deux groupes partisans dominants, l'ERC et le POUM, au détriment de leurs concurrents politiques, anarchistes, communistes ou indépendantistes qui finiront par quitter l'association ou s'y investiront peu.

L'activité culturelle du casal a connu deux grands moments. Les années 40 lorsque beaucoup d'intellectuels et d'artistes prêtèrent leurs concours à la réalisation de spectacles de qualité, tels que concerts, mises en scène théâtrales, chorale, conférences… Durant cette période, la revue Vincle, financée en partie par l'association, cherchait à atteindre un lectorat élargi à la France entière. Cette période prit fin avec le départ de l'intelligentsia catalane vers l'Amérique ou son retour en

Espagne, coïncidant avec les récriminations d'une partie de la direction qui trouvait les dépenses de locations de salles, de décors, de costumes trop dispendieuses. Avec l'arrivée de nouveaux migrants, à la fin des années 50, le casal retrouva une partie de l'allant qu'il avait perdu grâce au dynamisme de la section jeune qui renoua avec la pratique des conférences-débat, publia une revue Foc Nou qui cherchait des lecteurs et des contributeurs dans un large rayon géographique, politique et culturel et dont les membres les plus actifs furent à l'origine de la fête du livre catalan, manifestation annuelle organisée à la Sorbonne, dans la décennie 60, à fort retentissement tant en France qu'en Catalogne. En revanche, la commémoration conserva toujours une place particulière dans les activités de l'association. Quatre dates et deux hommes furent au centre de ces célébrations annuelles : la proclamation de la République (le 14 avril 1931), le soulèvement du peuple catalan contre le putsch franquiste (le 19 juillet 1936) que l'on commémorait en allant fleurir la tombe du soldat inconnu avec le drapeau de la légion des Volontaires Catalans de la 1ère Guerre mondiale, la perte des libertés catalanes (le 11 septembre 1714) et le soulèvement à portée sociale contre le gouvernement du « bienno negro » (6 octobre 1934). Si la préférence du Casal de Paris alla toujours à Macia, Companys, bien que plus contesté, ne fut jamais oublié. Les fêtes à connotation plus religieuse comme la Sant Jordi firent rarement partie du calendrier festif de l'association. La défense de la langue se concrétisa essentiellement dans la participation active au succès des Jeux Floraux plutôt que dans la mise en place de cours de catalan qui ne connurent qu'une réussite épisodique et exercèrent une faible influence sur la seconde génération. Dans des cafés d'abord, puis dans le local acquis rue de Berzélius, la tertulia hebdomadaire, ponctuée de sardanes, de « manillas » et de « pantomaquet » perpétua la sociabilité acquise dans la patrie d'origine.

Mapa de París il·lustrat (per *arrondissements*)



Els arrondissements són els diferents barris, que s'organitzen per números (de l'1 al 20) i que constitueixen la ciutat actual de París. L'ordre dels números és de forma circular seguint la direcció de les agulles del rellotge, començant per l'1 al barri on hi ha el Louvre, la rue de Rivoli i altres, fins al barri 20 anomenat Belleville i que té un gran nombre de població asiàtica. passant d'un costat a l'altre del riu Sena que divideix la ciutat en dos: la rive gaûche (la riba esquerra) i la rive droite (la riba dreta)

Intercanvi d'e-mails amb el FIEC (Federació Internacional d'Entitats Catalanes)

Jo vaig escriure, el dia 6 de maig de 2012 a l'adreça del FIEC (Federació Internacional d'Entiats Catalanes):

Hola bona tarda,

Em dic Júlia Zamora i sóc voluntària del Casal de Catalunya de París. En aquests moments estic fent un màster sobre gestió cultural, i estic elaborant una proposta de projecte cultural pel Casal de Catalunya de París, i per això necessitaria saber quants catalans hi ha a París (aproximadament). He contactat també a la Generalitat per demanar-los el mateix, però he pensat que potser el FIEC també tindria dades d'aquest tipus.

Imagino que és difícil tenir una xifra exacta d'això (no hi ha cap cens especific de catalans a París o França), però potser vosaltres teniu accès a informacions o estudis que em podrien facilitar la feina. Em podrieu facilitar algun document o algunes dades estadístiques sobre això? Seria de gran utilitat pel treball, doncs em permetria justificar de manera més "oficial" que a París hi ha molts catalans. :)

Espero que em pogueu ajudar quan tingueu un moment! Moltes gràcies per adelantat!

Cordialment,

Júlia Zamora

I em van contestar, el dia 10 de maig, l'Antoni Montserrat Moliner, del Centre Català de Luxemburg i de la Secretaria Adjunta de la FIEC el següent e-mail:

Benvolguda Júlia Zamora,

Des de la FIEC difonem periódicament les xifres totals de catalans residents a l'exterior. Com potser saps aquestes xifres provenen de dues fonts: el PERE (Padrón de españoles residentes en el extranjero) i el CERA (Censo de residentes ausentes). Ambdues són gestionades per l'INE (Instituto Nacional de Estadística) espanyol. No hi cap cens propi fet des de Catalunya (l'IDESCAT refon i difon les xifres de l'INE). Les xifres es presenten desagregades normalment per comunitats autònomes o per provincies (això permet conéixer els residents catalans) però l'INE no les difon després desagregades per ciutats o consolats sinó només per països. Es a dir que és molt fàcil tenir anualment les dades totals dels residents catalans a França però més complicat tenir-les desagregades per la demarcació consular de París.

Hi ha una excepció a aquesta regla del INE que és que sí que publiquen les dades del CERA, és a dir les dades del nombre d'electors majors de 18 anys, per consolats i per comunitats autònomes cada cop que hi ha eleccions. Nosaltres difonem periòdicament aquestes xifres. En el cas concret de Paris són les següents per catalans residents a Paris amb dret de vot:

17.10.1999	*5.478*
25.05.2003	*5.486*
14.06.2006	*5.554*
07.06.2009	*5.688*
04.10.2009	*6.019*
20.11.2011	*6.345*

Font: Oficina del Censo Electoral - INE (http://www.ine.es/ss/Satellite?L=0&c=Page&cid=1254735788988&p=1254735788988

&pagename=CensoElectoral%2FINELayout)

L'únic defecte d'aquesta xifra, que no és menor, és que només tens els majors de 18 anys residents a Paris. Si mires el PERE de 2012 veuràs que en el total de catalans residents a França, 15.667, un 14,78% tenen menys de 16 anys. Pots doncs suposar que la xifra de residents a Paris la pots incrementar en aproximadament un 15% per a agregar els menors de 18 anys. Això et donaria uns 7.000.

Tingues també en compte que aquesta xifra només recull la dels catalans inscrits als consolats espanyols. Els que estan a la recerca d'alguna cosa, en activitat temporal o que simplement no es volen inscriure al consolat no hi ha manera, com pots imaginar, de tenir cap estimació fiable.

No dubtis en contactar-nos si necessites alguna informació o aclariment suplementàri.

Cordialment,

Antoni Montserrat Moliner
Centre Català de Luxemburg
Secretaria Adjunta de la FIEC

Entrevista a José Maria Riba, membre de l'associació GNOLAS EN PARIS

17 d'abril 2012, París

Podries presentar-me i definir l'associació "Gnolas en París"? Com i quan va començar? Podries presentar-te y explicar-me la teva funció dins de l'associació?

EspaGnolas en Paris neix el 2002, coma conseqüència de les trobades setmanals d'un grup d'amics que queden per xerrar, menjar embotits espanyols i beure vi. Després de diversos anys de reunir-se comencen a plantejar-se a fer alguna cosa conjuntament relacionada amb el cinema:
El nom de Gnolas vol reinvidicar una mica la figura de les "porteras españolas", tòpic degradant que els francesos tenien de les espanyoles dels anys 60 – 70, i nosaltres la reprenem i la reivindiquem.
Jo sóc un d'ells, i ja fa anys que hi sóc, perquè cinema és una passió, i també els horaris de la meva feina em permeten dedicar-me a l'associació, on faig de programador. No obstant, jo també he fet faig feina en el sector del cinema, doncs jo he nascut a París, sóc de pare lleidetà i de mare gallega, i durant uns anys va viure i treballar a Sant Sebatian, en el festival de cinema.
Tornant a la creació de l'associació, aquest grup eclèctic d'espanyols, francesos i d'altes nacionalitats, sobretot artistes, periodistes, gestors culturals, i d'altres professionas es plantegen la idea de dur a terme un projecte al voltant del cinema espanyol, per tal de fer-lo arribar al públic de París i, per tant, internacional.

Quantes persones formeu l'equip? Tots voluntaris? Som un grup força variable de persones, al voltant de 10. I sí, efectivament tots sóm voluntaris, tant com per les "premières" com pel "Festival Different" (encara que pel festival, dos mesos abans que aquest comenci hi ha una persona dedicada quasi a temps complert (i se li paga quelcom simbòlic, si és que se li paga). Però tots ho fem perquè ens agrada i perquè ho fem bé, tot i fer-ho sense cobrar.

Quants socios teniu? Cap ni un. No funionen per mitjà de socis. Tenim gent que ens segueix i dóna suport, tenim una molt bona relació amb les sales de cinema *Majestic Passy* (à Passy, districte 16 de París és on hi havia la comunitat espanyola més gran de París i per això té uns simbologia especial poder fer les estrenes i els actes en aquest cinema), el *Nouveau Latina* i el cinema *Chaplin*, i aconseguim una mica de finançament de les institucions públic.

A quanta gent arribeu per e-mail (newsletter)? Per facebook teniu molts seguidors, més de 1.400! Actualment en la llista de mail tenim a unes 4.000 persones. I pel facebook jo no me n'ocupo però la noia que ho fa està a tope!

Les vostres principals línies d'acció són: a) las avant-premières ; b) el Festival Different! Explica'm com funcionen i quina és la resposta del públic, mitjans de ocmunicació, administracions i professionals?
Barregem gran públic (espectadors) i públic professional (programadors, distribuïdores, directors de cinemes, periodistes, etc). Aquests segons són un destinatari important de les nostres activitats, doncs són els que faran possible que les pel·lícules es programin en les cartelleres dels cinemes francesos.

Avant-première (amb o sense distribuïdor –sense i conviden a distribuïdores perquè vinguin) són durant tot l'any; en canvi, el Festival és un cop l'any. Aquesta és una gran diferència.

Com va anar la primera edició del Qué Festival Different, el 2008? Avui en dia cumpleix amb les vostres expectatives? Va anar bé, però cada edició va millor. Hi ha pel·lícules que funcionen molt bé, i d'altres que són més aviat cinema d'autor o independent i que programem durant el festival justament perquè ens agraden i perquè en les premières no funcionarien. Cal dir que tot i que aquest festival va dirigit als professionals en primer lloc (i clar tampoc n'hi ha tants, i el cinema espanyol tampoc és tan exotic com per atraure moltíssima gent).
El primer any hi havien 10 persones per sessió de mitja i l'edició anterior ja hi havia 40 persones (depèn de la pel·lícula n'hi havia més o menys).

Pel què fa als *partenaires*, comptem amb ajudes públiques i també algun sponsor empresarial com Agatha Ruiz de la Prada.

En el cas de les avant-premières que organitzeu, quin és el teu balanç? Les projeccions de *premières* al Majestic Passy funcionen molt bé, que són els dilluns (un cop al mes), i en les quals sol haver-hi unes 200 persones per sessió. Per fer les "Lundis au cinéma" apostem més aviat per pel·lícules més grans, produccions més fortes per les quals apostem, ja que sabem que seran fàcils de ser comprades pels professionals del sector a París; o bé, perquè ja tenen contractes tancats amb distribuïdores franceses i aleshores nosaltres organitzem la première

Finançament: com financieu el festival, i les estrenes? Em podries dir algunes xifres del pressupost que implica una première i el festival?
Les premières (*Les Lundis au cinéma*):
Para las premières cobramos una entrada de 10 euros que incluye la sesión de la pel·lícula, el debat con el director i un aperitivo al final con vino i productos provinientes de España. Després, pel què fa al viatge i l'allotjament dels directors i actors que venen a presentar les pel·lícules rebem subvencions i ajudes de l'estat espanyol, així com també de Catalunya o Galícia si les pel·lícules provenen d'allà.
Festival *Different!*
El pressupost del festival varia cada any, i ells segons els diners que aconsegueixen poden organitzar una cosa o una altra. Pel festival, com pots veure en el programa de l'any vam comptar amb forces ajudes econòmique del sector públic: Ministeri de la Cuultura d'Espanya, l'Instituto Cervantes de París, ICEC, CatalanFilms i l'Institut Ramon Llull. També el Consorcio Audiovisual de Galícia, l'Etxe Pare (Institut Basc), la Comunitat de Madrid, i pel què fa a França, la regió Iledefrance-films, la Mission Cinéma Paris Films (ciutat de París). Llavors hi ha diversos sponsors privats, com són Canal+ Club a França, la marca Agatha Ruiz de la Prada, Air Europa, i Viatges El Corte Inglés, així com la revista QuéTalParis, o la pàgina web www.cinespagne.com, entre d'altres. Tot i que no tots donen diners.

Quins creus que són els punts febles o de més risc de GNOLAS en Paris?
S'ha de pensar en promocionar el cinema espanyol de manera contiuada, i per fer això falten efectivament mitjans materials. De moment, amb els voluntaris i molt esforç i passió d'aquestes, la cosa va funcionant, però evidentment que amb més mitjans es podrien fer més coses o millor.

Teniu pensat de fer projectes nous?
Cada pel·lícula i cada edició del festival és un nou projecte, però a línies generals el format dels *Lundis au cinema*, i el *Festival Different* seguiran sent la nostra línia d'acció.

Entrevista per e-mail a l'Institut Suèdois de Paris

El meu e-mail:
Bonjour,

Je m'appelle Julia Zamora, je suis d'origine espagnole (Catalogne) et j'habite et travaille sur Paris depuis un peu moins de 2 ans. Je réalise un projet de final master sur la conception et mise en place d'un centre culturel catalan a Paris (c'est un projet) et je me suis inspiré de votre institut. Je suis aussi bénévole dans l'association des catalans de Paris - Casal de Catalunya de Paris - et nous organisons des petites activités culturels mais nous n'avons pas un local, ni des employés ni les idées pour faire des choses plus intéressants (comme vous faites par exemple).

J'ai beaucoup aimé la programmation de l'Institut Suédois, je suis venue une fois pour voir une expo d'une artiste suédoise très intéressante (dont j'ai oublié le nom), et votre bâtiment est vraiment joli. Enfin, j'ai adoré! Et en plus je suis allé à Stockholm il y a 2 ans et j'ai trop aimé!
Par rapport à votre organisme, je me suis posé quelques questions, et si vous aurez l'amabilité de pouvoir me répondre je vous assure cela va beaucoup m'aider!

Questions (réponses curtes - Je pense que cela vous prendra environ 10 minutes):

Les respostes:

Equipe et financement

- Combien d'employés êtes vous? 5 personnes à temps plein et 8 personnes à temps partiel (50, 70 ou 80 %). Il y a aussi 4 -6 personnels extra qui viennent garder les expositions et gardent la réception le weekend.

- Comptez-vous avec des stagiaires? Et bénévoles?
Nous avons toujours 1 personne en stage et parfois 2 (stagiaire presse/com et stagiaire projet). Pas de bénévoles

- Quel est votre budget annuel pour les activités culturels (à peu près)?
Environ 200 000 euros entièrement autofinancé par les locations de nos espaces

- Quels sont vos revenus (bar, billetterie) ? (appartements/café suédois/office du tourisme/entreprises pour des privatisations et par les cours de suédois)

- Financement: gouvernement suédois et d'autres? Le centre est 100% financé par le gouvernement? Le lieu et les salaires sont financés par l'Institut suédois à Stockholm, qui est notre maison mère, et qui lui-même est financé par le ministère des affaires étrangères suédois. Parfois nous cherchons d'autres financements pour des activités spécifiques comme par exemple le festival de musiques actuelles ÅÄÖ. Nous faisons donc des demandes à l'ambassade, à des organisation para-publiques suédoises…

Public, activités

- Quel est votre objectif principal? Atteindre un public cible français qui soit « progressif » c'est-à-dire curieux, ouvert sur le monde, à l'avant-garde et ensuite surtout d'être une plateforme de dialogue entre la France et la Suède, de promouvoir le modèle suédois.

- Combien activités par an faites-vous? Environ entre 70 et 90 activités par an mais pas seulement chez nous. Il y a aussi des activités organisées. A l'occasion de festivals ou de salons un peu partout en France.

- Quel est le public? Suédois, français, international? Pourcentages? 75 % francais, 10-15% reste du monde, 5 à 10 % de suédois.

- Que changerez vous pour améliorer (si'l y a des choses à améliorer)? Pour garder le même rythme et la même qualité d'activités, il nous faudrait plus de moyens à la fois financiers et humains.