

El Govern, l'Ajuntament de Barcelona i el FC Barcelona impulsen la captació d'inversió japonesa a Catalunya

- La delegació institucional catalana organitza aquesta setmana al Japó els actes “Barcelona Catalonia Talks. Business and Barça” en què hi participaran empreses japoneses de diferents sectors per presentar-los els atractius de Catalunya
- La consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, ha destacat que “Catalunya és una destinació molt atractiva d'inversió per a les empreses asiàtiques, concretament la inversió del Japó a Catalunya s'ha doblat en els darrers cinc anys fins arribar als 448,8 milions d'euros”
- El comissionat d'Empresa, Promoció Econòmica i Innovació de l'Ajuntament de Barcelona, Lluís Gómez, ha destacat la importància d'aquesta missió institucional per mostrar “la capacitat empresarial, innovadora i de transformació tecnològica que té com a potencial Barcelona” i “una bona manera per arribar a empreses i empresaris i oferir una imatge moderna, innovadora i superpotent de Barcelona i Catalunya”

Barcelona, 23 de juliol de 2019.- La Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i el FC Barcelona han organitzat conjuntament aquest dimarts l'acte *Barcelona Catalonia Talks. Business and Barça* per presentar els atractius de Barcelona i Catalunya com a destinació de les inversions japoneses. La trobada ha comptat amb la participació d'una trentena d'alts directius d'empreses japoneses de diferents sectors com el farmacèutic i les ciències de la vida, les tecnologies industrials, els videojocs, l'alimentació i begudes o la impressió, entre d'altres.

La consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, ha explicat que **“Catalunya és una destinació molt atractiva per a la inversió de les empreses asiàtiques. De fet, el Japó és el segon inversor no europeu a Catalunya, una inversió que s'ha doblat en els darrers cinc anys fins a arribar als 448,8 milions d'euros”**. Chacón també ha destacat que **“Catalunya, Barcelona, el FC Barcelona i el Japó comparteixen valors com la feina ben feta, la creativitat, la innovació i l'emprenedoria; valors comuns que ens**

ajuden a construir un marc de cooperació institucional i econòmic entre ambdós territoris”.

Per la seva part, el comissionat d'Empresa, Promoció Econòmica i Innovació de l'Ajuntament de Barcelona, Lluís Gómez, ha remarcat la importància d'aquesta col·laboració entre el Futbol Club Barcelona, la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona ***“per promocionar el nostre país i la nostra ciutat a nivell cultural, esportiu i sobretot per demostrar una faceta a vegades menys coneguda de Barcelona com és la capacitat empresarial, innovadora i de transformació tecnològica que té com a potencial la ciutat”***. Per a Gómez, aquestes missions són ***“molt importants per potenciar la marca de ciutat a través de l'atracció que crea el Barça o l'òpera Turandot de l'OBC”***, i és ***“una bona manera per arribar a empreses i empresaris i oferir una imatge moderna, innovadora i ‘superpotent’ de Barcelona i Catalunya”***.

A més de la consellera Chacón i el comissionat Lluís Gómez, l'acte ha comptat amb representants de la junta directiva del FC Barcelona. La directiva del FC Barcelona i responsable del Barça Innovation Hub, Marta Plana, ha explicat que ***“el Japó és un país i mercat d'especial interès per a nosaltres. Tenim sis milions de fans al Japó, fet que el fa el 5è mercat asiàtic en nombre de fans. De fet la regió d'Àsia Pacífic és l'àrea geogràfica on tenim més fans al món, amb més de 100 milions. Per posar-ho en context, si els fans del Barça a Àsia Pacífic fossin un país, seriem el 12è país més gran del món”***. Plana ha destacat que ***“a nivell comercial, al Japó tenim tres partners molt especials pel Club: Rakuten, Konami i Nichiban; que representen el 33% dels nostres ingressos en patrocinis”***.

A les trobades, també hi participen el conseller delegat d'ACCIÓ —l'agència per a la competitivitat de l'empresa depenent del Departament d'Empresa i Coneixement—, Joan Romero, i la directora l'Oficina Exterior de Comerç i d'Inversions d'ACCIÓ a Tòquio, Yuko Kijimoto; així com el director de Promoció Econòmica Internacional de l'Ajuntament de Barcelona, Màrius Rubert, i el seu equip.

La missió institucional catalana acompanya la gira del FC Barcelona al Japó per fomentar les relacions comercials entre ambdós territoris i impulsar la captació d'inversió estrangera. L'acte d'aquest dimarts ha tingut lloc durant la prèvia del primer amistós de l'equip blaugrana a Tòquio.

La delegació institucional catalana organitzarà un segon acte amb empreses de l'àrea de Kobe, coincidint amb el darrer partit de la gira del FC Barcelona al país nipó que tindrà lloc aquest dissabte.

Les relacions comercials entre Catalunya i el Japó

En el marc de la missió institucional, que va començar dilluns i s'allargarà fins dissabte, la delegació catalana visitarà diverses empreses japoneses. Segons dades d'ACCIÓ, el Japó és actualment el primer país asiàtic amb més empreses establertes a Catalunya, amb 254. Els principals sectors d'inversió del Japó a Catalunya en els darrers cinc anys són els vehicles (47,9% del total), els serveis TIC (17,9%) i el comerç (11,2%).

Per la seva banda, l'any 2018 les exportacions de Catalunya al Japó van sumar gairebé 850 milions d'euros, mentre que més de 2.600 empreses catalanes exporten en aquest mercat. Precisament per fomentar la internacionalització de les empreses catalanes al Japó, ACCIÓ va obrir-hi la seva primera Oficina Exterior de Comerç i d'Inversions l'any 1988.

Més enllà de les inversions, el nombre de turistes japonesos que van visitar l'any passat la ciutat de Barcelona va arribar als 155.000, segons dades de l'Ajuntament, esdevenint un dels mercats emissors de turistes més important per la ciutat fora de la Unió Europea, així com un dels més estables i valorats pels professionals del sector turístic. Amb el programa d'activitats previst aquesta setmana es pretén enfortir encara més les relacions econòmiques i empresarials entre ambdós països.