

**MATERIALS, APORTACIONS I CONCLUSIONS
DEL CONSELL D'ASSEMBLES TERRITORIALS,
SECTORIALS I EXTERIORS
DE L'ASSEMBLEA NACIONAL CATALANA**

– Cervera, 27 de novembre de 2016 –



CONCLUSIONS FINALS ÀMBIT REFERÈNDUM

1. CAMPANYA

Treballs previs

- Fer campanya pel SÍ, però sense oblidar la participació.
- Calen estudis demoscòpics per segmentar la població i saber on anar. Adequar el discurs, el missatge i els canals a cada públic objectiu.
- Demanar a les AT, AS i AE quines campanyes han fet i quin resultat han obtingut.
- Es veu necessari recolzar-nos en totes les nostres assemblees, però també en professionals experts en cada àmbit.

Públic Objectiu

- Sector del SÍ que té por, per mantenir-los (pressions, ofertes de diàleg...).
- Sector del votant de frontera (CSQP, PSC, indecisos).

Tipus de campanyes

- En una primera fase cal que es visualitzi que es farà el referèndum i donar seguretats en aquells àmbits més sensibles: àrea tributària, Mossos, transitorietat del poder judicial.
- Campanya “desmuntant les mentides” contra la campanya de la por i les mentides i falses promeses. El nostre discurs ha de ser en positiu i sempre de CAVALL GUANYADOR (es proposa crear un logo en aquest sentit).
- Campanya de valors i idees, cal identificar uns valors positius àmpliament compartits (democràcia, justícia social...) amb la República Catalana. Cal crear un llenguatge marc propi, és a dir, no respondre en el llenguatge de l'Estat espanyol.

Campanya a diferents nivells

Nacional

- Compromís dels partits i entitats civils en coherència amb els valors i els principis polítics de les millores socials de la República. Principis, no polítiques, cal defugir els programes polítics.
- Reactivar les Taules pel Dret a Decidir per convertir-les en Taules pel Referèndum.
- Ensenyar models de democràcia exitosa (Suïssa, Islàndia, Dinamarca...).

Territorial

- Actes de petit format anant a tocar diferents sectors (jubilat, dones...), amb persones conegudes al mateix poble o barri i especialistes en l'àmbit.
- Materials i documentació per terra, mar i aire. Cal organitzar bé els nostres materials, documents, així com el seu finançament econòmic.
- Acte de gran format com a tret de sortida.
- Campanya ARA DECIDIM: dona l'opció de sectorialitzar què decidim?
- Fer el PAÍS DE VERD, semblant al país de groc. Fer un missatge publicitari impactant.
- Domassos al balcó, distribuïts directament als socis i simpatitzants en actes i conferències de petit format.
- Speak corners, xerrades de cantonada
- Edició d'un periòdic. Es pot finançar amb publicitat d'empreses.

Sectorial

- Mobilitzar el nostre voluntariat perquè treballin en la seva feina del dia a dia, en la nostra esfera de contactes, sempre amb un relat de CAVALL GUANYADOR.