



## La Fundación Bancaria "la Caixa" homenaja a las entidades que hacen posible su labor social: los imprescindibles

*"Hay personas que luchan un día y son buenos. Hay otros que luchan un año y son mejores. Hay quienes luchan muchos años, y son muy buenos. Pero hay los que luchan toda la vida, esos son los imprescindibles" (Bertolt Brecht)*

- La nueva campaña de publicidad de la Obra Social "la Caixa" quiere reconocer la contribución de las personas comprometidas con los demás y que dedican su vida a luchar por quienes más lo necesitan.
- Los spots recogen el testimonio de representantes de las entidades Save the Children, Cruz Roja Española, el Comité Español de ACNUR, Cáritas, Federación Española de Bancos de Alimentos, Fundación Mensajeros de la Paz, UNICEF, Fundación ONCE, Fundación Vicente Ferrer, Oxfam Intermon, Banc d'Aliments de Catalunya y Casal dels Infants, todas ellas estrechas colaboradoras de la Obra Social "la Caixa".
- "Para la Obra Social, las campañas de publicidad son mucho más que una acción de difusión. Con ellas queremos sensibilizar y movilizar a la sociedad en favor de los colectivos más vulnerables, en este caso dando voz a las personas y entidades con las que colaboramos y gracias a las cuales hemos conseguido llegar a casi 10 millones de personas en 2015. Todos debemos aspirar a construir sociedades más justas e igualitarias y todos somos imprescindibles para lograrlo", explica el presidente de la Fundación Bancaria "la Caixa", Isidro Fainé.

**Madrid, 8 de abril de 2016.** La nueva campaña de publicidad de la Fundación Bancaria "la Caixa" gira en torno a una sola palabra: imprescindibles. Un

concepto nuclear para rendir homenaje a todas aquellas personas y entidades que contribuyen a la labor de la Obra Social "la Caixa".

Con este planteamiento, los spots, un total de 12, recogen los testimonios de representantes de entidades que colaboran con la Obra Social en el desarrollo de programas dirigidos a luchar contra la pobreza infantil, promover la contratación de colectivos vulnerables y fomentar el envejecimiento activo y saludable de las personas mayores, entre otra líneas de actuación estratégicas.

La campaña, que se estrena este domingo, **10 de abril**, en prensa escrita, televisión, radio (y luego se difundirá en otros soportes, como cines y medios digitales / RRSS), cuenta con la colaboración de Save the Children, Cruz Roja Española, el Comité Español de ACNUR, Cáritas, Federación Española de Bancos de Alimentos, Fundación Mensajeros de la Paz, UNICEF, Fundación ONCE y Fundación Vicente Ferrer, en representación de las centenares de organizaciones que colaboran con la Obra Social. Entidades, todas ellas, que permiten a la Fundación Bancaria "la Caixa" desarrollar su papel como cabecera del Grupo "la Caixa" y seguir al lado de quienes más lo necesitan, construyendo una sociedad más justa y con más oportunidades para todos.

Este homenaje a las entidades a través de sus representantes quiere ser también un **reconocimiento a los profesionales** que dedican su día a día a desarrollar los proyectos conjuntos, como técnicos de inserción laboral, trabajadores sociales, educadores, psicólogos clínicos y cooperantes, sin olvidar la labor indispensable de los voluntarios.

"Para la Obra Social, las campañas de publicidad son mucho más que una acción de difusión. Con ellas queremos sensibilizar y movilizar a la sociedad en favor de los colectivos más vulnerables, en este caso dando voz a las personas y entidades con las que colaboramos y gracias a las cuales hemos conseguido llegar a casi 10 millones de personas en 2015. Todos debemos aspirar a construir sociedades más justas e igualitarias y todos somos imprescindibles para lograrlo", explica el presidente de la Fundación Bancaria "la Caixa", Isidro Fainé.

Concebida por la **agencia La Resistance**, la campaña da todo el protagonismo a los testimoniales, acorde con la honestidad y la transparencia que caracterizan la comunicación de la entidad, desde sus orígenes hasta la actualidad. El arranque es una pieza coral que lanza el concepto y muestra a todas las entidades que forman parte de la campaña. El testimonio específico

de cada entidad se concreta en 12 spots de 20 y 30 segundos. Para reforzar la idea de solidaridad y entente, se ha versionado la canción ***With a little help from my friends*** (John Lennon / Paul McCartney), hilo conductor de todas las piezas.

### **Cerca de 10 millones de beneficiarios**

La Fundación Bancaria "la Caixa" ha consolidado su actividad durante 2015 con el objetivo de construir una sociedad mejor y más justa, dando oportunidades a las personas que más lo necesitan. El pasado año, y a través de la Obra Social, ha atendido a 9,9 millones de beneficiarios que han participado en 46.209 iniciativas.

De cara a 2016, la entidad cuenta con un presupuesto de **500 millones de euros**, la misma partida que en los ocho años precedentes y que la consolida como la fundación más importante de España por recursos invertidos en acción social y en una de las más importantes de Europa y del mundo. Los programas sociales continuarán siendo prioritarios este año, con la **lucha contra la pobreza infantil** y el **fomento del empleo** como principales estandartes.

---

#### **Área de Comunicación de la Obra Social "la Caixa"**

Jesús N. Arroyo: 93 404 61 31 / 629 79 12 96 / [jnarroyo@fundaciolacaixa.org](mailto:jnarroyo@fundaciolacaixa.org)

Marina Teixidó: 93 404 40 92 / 609 09 90 23 / [mteixido@fundaciolacaixa.org](mailto:mteixido@fundaciolacaixa.org)

Juan A. García: 91 330 73 17 608 21 30 95 / [jagarcia@fundaciolacaixa.org](mailto:jagarcia@fundaciolacaixa.org)

Sala de Prensa Multimedia: <http://prensa.lacaixa.es/obrasocial>

 [@FundlaCaixa](https://twitter.com/FundlaCaixa)

