

## FETS - Banca ética



# Campaña de promoción y difusión de la Banca Ética y las Finanzas Éticas y Solidarias

## Antecedentes

FETS es una asociación de segundo nivel que agrupa entidades catalanas del Tercer Sector y la Economía Social y Solidaria, que quieren promover la financiación ética y solidaria en nuestro país. Desde su creación en 1999, FETS trabaja para visualizar que la banca ética es un proyecto tangible y real más allá de una idea o de un eterno proyecto. Sus objetivos de campaña eran los siguientes:

La comunicación de la banca ética así como su funcionamiento trabajan con el concepto de **transparencia** como pilar fundamental con tal de conseguir que los futuros **clientes confíen y depositen** sus ahorros. Además de difundir la Banca Ética en general, también se hizo hincapié en las entidades de finanzas éticas como Triodos Bank, Fiare, Coop57, Oikocredit y Acció Solidària contra l'Atur.

## Estrategia

Para llevar a cabo la estrategia de campaña se creó en FETS un **Departamento de Comunicación ad-hoc** que recogía los sub-departamentos de **Creación y Producción, Estrategia Web, Community Manager, Gabinete de Prensa** que llevaron a cabo las diversas acciones de **Relaciones Públicas, Investigación de Mercados y Proveedores** que gestionaron el desarrollo de la web y la sala de prensa virtual, la campaña gráfica y la campaña audiovisual.

## Objetivos de la campaña de comunicación

**META:** Incrementar la notoriedad pública de las finanzas éticas. A partir de esta meta se especificaron los siguientes objetivos:

### Objetivos internos:

- Promover que las entidades de finanzas éticas y organizaciones con los mismos valores se unan a la asociación FETS, como socios o bien como entidades colaboradoras.
- Mantener a nuestros públicos internos (socios, colaboradores, trabajadores, accionistas) mediante e-mailing y otras publicaciones creadas por FETS como las newsletters.

### Objetivos externos:

- Dar a conocer qué es la banca ética al usuario.
- Dar a conocer el tipo de productos financieros que existen en el mercado, y ponerlos en valor.
- Dar visibilidad a las entidades bancarias que cumplen con los principios de la banca ética, para que los interesados sepan dónde acudir.
- Convertir a FETS en un referente como promotor de las finanzas éticas y solidarias, aportando valores de confianza a las entidades que lo componen.



Spot de la campaña para la Banca Ética  
(Escanea el código QR con el móvil para visualizarlo)



Serie producida como acción de bartering en el Canal 33  
(Escanea el código QR con el móvil para visualizarlo)

## Acciones orientadas al gran público

### Spot televisivo

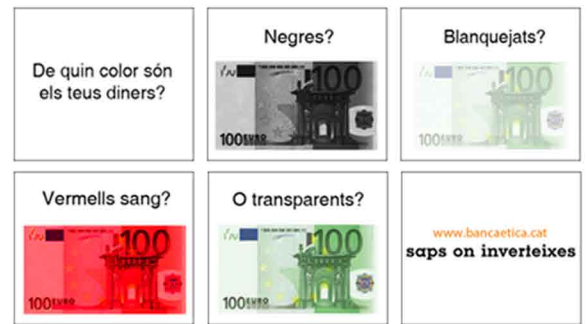
Se decidió planificar en la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (TV3 y otros canales de televisión y sitios web con vídeo pre-roll y banners) ya que era el soporte idóneo para llegar a la población catalana. El Spot Banca Ética fue Premiado como Mejor Spot en Publifestival 2012.

### Prensa escrita

Además del spot televisivo, también se hizo publicidad en prensa escrita, concretamente en un soporte de gran difusión como El Periódico de Catalunya y otros con menos tirada pero con un perfil de lector más crítico como el diario Ara o la revista Opcions (sobre consumo responsable).



Anuncios gráficos en prensa escrita



Banners de la campaña "¿De qué color es tu dinero?"



Publirreportaje en el diario digital Vilaweb

## Medios digitales orientados a públicos afines (por valores) a la banca ética

Campaña de banners display en la red publicitaria Cat Media y en blogs relacionados con la ética, economía solidaria, comercio justo... que permitan la publicidad o patrocinio de artículos.

### Bartering

El bartering es un anglicismo que hace referencia al sistema de intercambio publicitario mediante el cual una cadena de televisión cede parte de su tiempo de emisión publicitario a un anunciante a cambio de que éste le proporcione un programa ya producido. Sin embargo, este intercambio no lo tomamos como un producto publicitario ya que nuestro objetivo no era comercial, sino más de concienciación social hacia la banca ética.

Junto con la productora Quepo, produjimos la serie Capital Humà (Capital Humano) emitida en televisión por el Canal 33 y disponible en YouTube donde recogía experiencias de empresas cooperativas financiadas con la Banca Ética. Además, el capítulo "Abrera" fue premiado en el Festival de Video SICOM y la Diputació de Barcelona en 2012.

*"Los ahorros en manos de la banca ética prácticamente se duplican en 2012"*



*"La banca ética aumenta un 23% la captación de ahorros y un 22% la concesión de créditos en un año"*

