



Tráfico adjudica su campaña divulgativa anual con una inversión de 13.800.000 €

27-feb-03.- La Dirección General de Tráfico ha adjudicado, mediante concurso público, a la agencia de publicidad LORENTE EURO RSCG, la creación y producción de su campaña anual en materia de prevención de accidentes, a la que destinará un presupuesto de 13.823.278 €.

A partir de este momento la mencionada agencia iniciará la producción de la campaña destinada a emitirse por televisión, cines, internet, periódicos y revistas coincidiendo con el inicio de la Semana Santa, época de especial intensidad de circulación en las carreteras, y durante el resto del año 2003.

El objetivo de la campaña para este año es concienciar a los conductores y demás usuarios de las ventajas que, en caso de accidente, tiene la correcta utilización del cinturón de seguridad y los sistemas de retención infantiles. Sus destinatarios son los ciudadanos mayores de 14 años que pueden ser usuarios de las vías en su condición de conductores o viajeros de vehículos.

En la estrategia de comunicación queda excluida la radio, ya que la Dirección General de Tráfico lleva a cabo, en este medio, una acción divulgativa específica, independiente con cada cadena radiofónica de cobertura estatal.

Como en años anteriores, con esta campaña divulgativa la Dirección General de Tráfico pretende trasladar a los ciudadanos los consejos y recomendaciones sobre una conducción segura y prudente, intentando crear un clima de especial sensibilización en la sociedad sobre las consecuencias derivadas de los accidentes de circulación y, en la medida de lo posible, procurar que estos no se produzcan.
