



Sobre riesgo de accidente de peatones

Tráfico adjudica su campaña divulgativa para verano con una inversión de 3,3 millones de euros

13-jun-02.- La Dirección General de Tráfico ha adjudicado, mediante concurso público, a la agencia de publicidad Vitruvio Leo Burnett S.A. la creación y producción de su campaña de concienciación específica respecto a conductas y riesgos de los peatones que se emitirá durante el verano, a la que se destinará un presupuesto de 3.305.000 euros.

A partir de este momento la mencionada agencia iniciará la producción de la campaña destinada a difundirse por televisión y prensa escrita, durante el periodo comprendido entre el 15 de julio y el 15 de septiembre, coincidiendo con la época de mayor intensidad de circulación en las carreteras.

Como en años anteriores, con esta campaña de concienciación la Dirección General de Tráfico pretende trasladar a los ciudadanos los consejos y recomendaciones sobre un aspecto específico de la circulación. En esta ocasión el objetivo es incidir en que el peatón es el sujeto de la circulación más vulnerable frente a los vehículos.

Se intenta crear un clima de especial sensibilización en la sociedad sobre las consecuencias derivadas de los accidentes de circulación que sufren los peatones y, en la medida de lo posible, procurar que estos no se produzcan.

Los accidentes sucedidos durante el año pasado, en ciudad y carretera, produjeron en España unas 900 muertes de peatones por atropellos.
