



Buenos Aires, 23 de julio de 2014

Junto al Ministerio del Interior y Transporte y la ANSV

YPF promueve conciencia sobre el uso del casco

El ministro del Interior y Transporte de la Nación, Florencio Randazzo; el presidente y CEO de YPF, Miguel Galuccio; y el titular de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, Felipe Rodríguez Laguens, lanzaron hoy una nueva campaña de educación sobre seguridad vial que permitirá incrementar el conocimiento sobre las ventajas del uso del casco y lograr un cambio de hábito en la sociedad.



Es una campaña integral de comunicación, que articulará acciones educativas, publicitarias, y de concientización en la red de estaciones de servicio.

“La seguridad de nuestra gente es una prioridad y uno de los ejes más importantes de nuestra gestión. Este concepto de seguridad que transmitimos a los trabajadores, queremos transmitirlo a nuestros consumidores”, afirmó Galuccio durante el encuentro.

Las más de 1500 estaciones de servicio YPF, presentes en todo el país, serán una de las piezas clave de la campaña. La compañía capacitará a su personal para que promuevan entre los clientes el uso obligatorio del casco.



En el marco del Plan de Seguridad Vial Motos, la ANSV creará, en diferentes municipios, 100 escuelas de seguridad vial exclusivas para motos y lanzará un sistema virtual de educación con el fin de obtener la licencia de conducir. Además, instalará tráileres para la guarda de motos secuestradas en operativos de control.

Para reforzar la llegada de la campaña al público masivo, YPF lanzará un nuevo spot publicitario sobre la importancia del uso del casco. Se trata de un comercial animado, moderno, con música juvenil, interpretado por los personajes de "Ases al Volante", que protagonizaron la anterior campaña, "Ponete el Cinturón".

Además, y como parte de su presencia en Tecnópolis, YPF inauguró en la megamuestra una sala cinematográfica con forma de casco y una pantalla de 180°, en la que se proyectan videos educativos dirigidos principalmente a los niños y a las familias.

"Ases al Volante" se lanzó, en conjunto con la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV), en el verano de 2012, y llegó a los más chicos con un lenguaje simple y divertido para que sean ellos los que instalen la temática en el ámbito familiar.

Por esta campaña, YPF fue galardonada, en noviembre de 2013, con el premio Mercurio a la excelencia en Marketing, que anualmente entrega la Asociación Argentina de Marketing (AAM).