

Campanha

Renault previne com humor

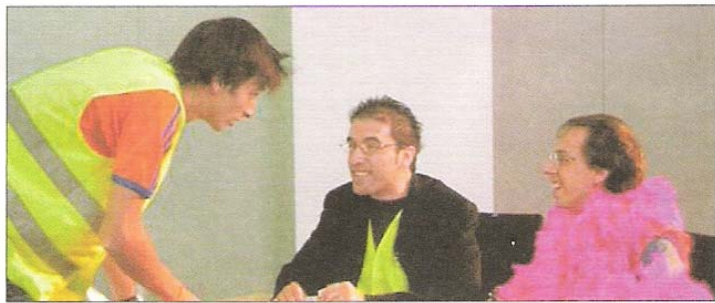
Os humoristas Marco Horácio, Manuel Marques e Bruno Nogueira são os rostos do projecto de prevenção rodoviária que a Renault vai desenvolver. Global Citizen e Reputation trabalham no projecto

NATIVIDADE SIMÕES

A prevenção rodoviária é o tema do projecto que a Renault vai desenvolver nas próximas semanas, uma iniciativa a que a marca automóvel deu a designação de “Alto Risco”. Desenvolvido pela Global Citizenship e promovido pela Reputation, o projecto tem como objectivo sensibilizar os jovens entre os 18 e os 29 anos para a segurança rodoviária, valorizando o comportamento responsável ao volante. A divulgação da iniciativa está a ser efectuada com a colaboração dos actores/humoristas Marco Horácio, Manuel Marques e Bruno

Nogueira uma vez que estes são intervenientes num filme com sketches humorísticos alusivos a estereótipos de jovens condutores. De cariz essencialmente infor-

tempo que têm como prémios a oferta de cursos de condução e t-shirts alusivas à campanha. Ao longo das nove semanas de duração, a missão “Alto Risco”,



O humor como forma de comunicação

mativo, a campanha “Alto Risco” é desenvolvida em parceria com a Mega FM, estação que vai emitir depoimentos de jovens condutores e realizar passa-

através da Mega Tour, também vai marcar presença nas universidades, de Norte a Sul do país, nas quais vai distribuir suportes informativos.