

En prensa escrita, radio, publicidad exterior y online

La Comunidad de Madrid impulsa una campaña de promoción de la actividad física y contra el sedentarismo

- La campaña está sustentada en cuatro ejes para reducir conductas sedentarias, motivar el uso de centros deportivos, prevenir enfermedades y promover la práctica deportiva
- Desde finales de octubre y durante el mes de noviembre se incluirán mensajes en medios de comunicación para animar a la práctica deportiva

12 de septiembre de 2020.- La Comunidad de Madrid inicia una campaña de promoción y concienciación del deporte y lucha contra el sedentarismo a través de inserciones en medios de comunicación. Desde finales de octubre y durante todo el mes de noviembre se difundirán mensajes que animan a hacer deporte y llevar una vida saludable tanto en publicidad de gran formato en distintos puntos de la ciudad como en medios de comunicación.

El objetivo de la Consejería de Deportes es trasladar a la sociedad los efectos positivos a nivel físico y psicológico de la práctica deportiva, especialmente tras meses de inactividad a consecuencia de la pandemia de COVID19. De esta manera, tanto en lonas situadas en puntos estratégicos, en transporte público o en prensa, radio y publicidad online, se podrán leer lemas y consignas animando a practicar deporte con regularidad y de forma segura, respetando las actuales medidas sanitarias.

Bajo el lema 'Actívate, práctica deporte seguro', la campaña fomenta también el uso de la mascarilla a la hora de practicar deporte para prevenir contagios y evitar la propagación del virus. Desde la Consejería de Deportes se anima a la población a reducir la conducta sedentaria, llevar una alimentación equilibrada y adaptar el entrenamiento a las actuales medidas de seguridad y normativa vigente.

Con motivo de la campaña se han colocado 85 elementos de publicidad exterior entre MUPIS, lonas, decoración de autobuses y exterior de estaciones en los intercambiadores de Moncloa, Plaza Elíptica y Plaza de Castilla, así como en otros puntos estratégicos de Madrid.



Comunidad
de Madrid

Medios de Comunicación

En lo que concierne a medios de comunicación, en prensa escrita se realizan 10 inserciones publicitarias cabeceras deportivas como AS, diario MARCA, El balón in the game durante cuatro semanas. También se insertan banners y mega banners en medios a nivel nacional en su edición digital como EIPais.com; EIMundo.es; ABC.es; ElConfidencial.com; 20minutos.es; EIEspañol.com; OkDiario.es; Eldiario.es; LaRazón.es; Huffingtonpost.es; Público.es; Periodistadigital.com; Vozpópuli.com; EsDiario.com; Libertaddigital.com; LaInformación.com; EIPlural.es; ElIndependiente.com; Moncloa.com; ElConfidencialDigital.com; ElImparcial.es; DiarioCrítico.es; Gaceta.es; Qué.es; y en medios de información local como Madridiario.es; Madridesnoticia.es; Elcierredigital.com; MadriPress.es; Cronicamadrid.es; Madridactual.es; y Políticalocal.es. Por último, en la edición web de medios deportivos se podrá encontrar publicidad en MARCA.com, AS.com y Wolters Kluwer.

Además, en radio se insertan 528 cuñas de 20 segundos a diario en los programas Hora 14 en el circuito SER Comunidad de Madrid; El Larguero y Carrusel Deportivo de SER Madrid; Herrera en Cope, el Partidazo y Tiempo de Juego de COPE; Es la mañana de Federico, KM0, Fútbol es Radio, En casa de Herrero y El primer palo de Es Radio; A diario, t4 y Marcador de Radio Marca y Más de Uno y El transistor de Onda Madrid.

La campaña de publicidad fue aprobada el pasado 1 de julio en Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid. En su intervención posterior, el vicepresidente y consejero de Deportes, Transparencia y Portavoz del Gobierno regional, Ignacio Aguado, explicó que se trataba de un plan cuyo objetivo es la promoción del deporte, y la lucha contra el sedentarismo, así como para destacar los efectos físicos y psicológicos de la práctica de actividad física en la salud. Aguado también desarrolló que la campaña se estructuraría en base a cuatro ejes: “El primero va orientado a reducir las conductas sedentarias en la Comunidad de Madrid, el segundo eje a motivar el uso y disfrute de centros deportivos, a concienciar sobre los beneficios de la actividad para prevenir enfermedades y el cuarto eje es transmitir la necesidad de que esta práctica se lleve a cabo de forma adecuada y de manera regular”.

