

La Agencia para Estrategias Gubernamentales lanza

la Campaña “Rumanos en Europa”

Bucarest, 18.09.2008. La Agencia para Estrategias Gubernamentales lanza la Campaña “Rumanos en Europa”, con el propósito de presentar una oferta de informaciones alternativa al discurso mediático emocional generado por los actos de infracción cometidos para unos de los ciudadanos de origen rumano en España.

La Agencia para Estrategias Gubernamentales realizo varios estudios sociológicos en España, cual mostraron que: 1) la disminución de la tolerancia hacia los extranjeros es generada principalmente por la infraccionalidad; 2) la percepción negativa de los españoles hacia los rumanos es en buena medida el resultado del discurso mediático; 3) donde hay interacción entre los españoles y los rumanos, la percepción es preponderante positiva.

"Basado en los estudios realizado por la Agencia para Estrategias Gubernamentales, así como resultado de las señales de aviso de la intensificación del problema de imagen de los rumanos en los medios de comunicación españoles, el Gobierno de Rumania ha decidido de que se necesita un esfuerzo de comunicación para corregir la percepción errónea y generalizada hacia los ciudadanos rumanos", afirma el Presidente de la Agencia para Estrategias Gubernamentales. “Las investigaciones han destacado que la única solución viable del problema de imagen de los rumanos de España es el conocimiento. Ese esta el contexto en cual el eslogan de la campaña de comunicación – «Hola, soy Rumano», ha sido validado, explica el señor Alfred Bulai.

El eslogan sugiere que los rumanos son abiertos con los españoles, así como el orgullo de ser rumano, y la dirección creativa de la campaña viene con un complemento del mensaje, exponiendo historias de éxito de los rumanos, presentadas por españoles mismos. La campaña de imagen es una campaña integrada, todos sus componentes (ATL, BTL, PR, en línea) y los mensajes llave están correlacionados de tal modo como para provocar un efecto sinérgico y para contribuir a la mejoría del imagen de los rumanos en España

El contrato para la implementación de la campaña, por valor de 12.168.077,13 lei (sin IVA), ha sido concedido al consorcio dirigido por la empresa Saatchi&Saatchi

Rumania, tras una competición organizada en cumplimiento de las cláusulas de la ley adquisiciones públicas.