

Campaña que protege el agua

En ceremonia encabezada por el Presidente de la República, Felipe Calderón, celebrada el 19 de octubre en la residencia oficial de Los Pinos, la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) presentó la Campaña: Cultura del Agua, "Nuevos Hábitos", con el lema: "El agua es como de tu familia, protégela". La apoyan más de 160 empresas con diversas acciones y en la que hay una alianza nacional también con la participación del sector oficial, medios de comunicación, cámaras empresariales, la academia, organizaciones civiles y sindicales, entre otros.

El presidente Calderón comentó que hace 50 años cada mexicano accedía a 18 mil metros cúbicos de agua, cinco veces más de la que hay ahora, por lo que exhortó a usarla racionalmente, a protegerla. Por su parte, el titular de CONAGUA, José Luis Luege Tamargo habló del problema que se enfrenta en el suministro del vital líquido y de la importancia de crear conciencia, una nueva cultura y hábitos en el consumo del agua.

La campaña fue realizada por la agencia que tiene en la dirección general a Nicolás Vale y como vp creativo a Polo Gardea, Vale Euro RSCG, que es la responsable del concepto creativo. El mismo día de su presentación entró al aire, y estará en diversos medios en una estrategia de 360 grados: TV, medios impresos, radio, cine, internet,

publicidad exterior y móvil, contenidos en programas electrónicos y contacto educativo en escuelas, entre muchos otros.

Esta campaña ha contado con la colaboración del Consejo de la Comunicación, con el cual, señala Salvador Villalobos -presidente ejecutivo del Consejo- esta Comisión ha venido trabajando desde el año 2005, y se han involucrado desde la definición de la estrategia, la producción, difusión y en los procesos de evaluación previa y posterior a la difusión de campañas, a la vez que motiva a sus agremiados a sumarse a estos esfuerzos. Esta alianza, agregó, potencia la campaña con una difusión mucho

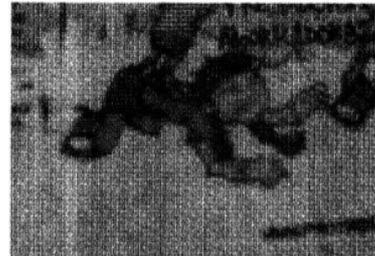
más amplia y un posicionamiento mayor del mensaje.

En esa presentación, Marcos Achar Levy, vicepresidente del Consejo de la Comunicación, destacó: "Esta campaña es un punto de partida para generar un cambio de actitud sobre el cuidado del agua, y un ejemplo para el mundo de cómo uniendo esfuerzos y voluntades de todos los sectores de la sociedad, se puede implementar una gran cruzada dirigida al ahorro de este vital líquido".

Importantes empresas apoyan la difusión de la campaña a través de sus productos y redes de distribución y venta, cuyo valor califican en el Consejo como incuantificable. Entre ellas Grupo Modelo, que ofreció llevarla a través de todas sus unidades de reparto y más de

600 mil puntos de venta; Sabritas, que apoyará la impresión de un millón de pósters y su distribución en puntos de venta; P&G, que difundirá los mensajes en sus productos de limpieza; Alpura lo hará con "Aquatips" en sus camionetas

de reparto en el centro del país; Burger King instalará en sus baños mingitorios secos -esto es, que no requieren agua- e implementará la campaña en sus 108 tiendas; Domino's Pizza imprimirá mensajes en dos millones de cajas de pizzas, y COMEX colocará pósters de "Aquatips" en todas las tiendas de sus productos, entre otros no menos relevantes.



José Luis Luege y Felipe Calderón.

