



BANCO CENTRAL EUROPEO

Francfort, 4 de abril de 2000

## NOTA DE PRENSA

### LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA INFORMATIVA EURO 2002 FIRMA DEL CONTRATO CON PUBLICIS

Hoy, martes 4 de abril de 2000, el presidente del Banco Central Europeo, *Willem F. Duisenberg*, y el presidente de Publicis, *Maurice Levy*, han firmado el contrato para la realización de la campaña informativa EURO 2002, tras la aprobación otorgada por el Consejo de Gobierno del BCE en su última reunión, celebrada el 30 de marzo de 2000. Como se había anunciado previamente, el 4 de noviembre de 1999, el Consejo de Gobierno seleccionó a Publicis como la agencia encargada de asistir al BCE en una campaña de dos años de duración, para la que se ha presupuestado un total de 80 millones de euros.

Esta campaña de ámbito europeo tiene como objetivo familiarizar a los ciudadanos que residen en la zona del euro y fuera de ella con los billetes y monedas en euros, *nuestra* moneda. Sus objetivos principales son:

- Preparar a los ciudadanos para reconocer los billetes y monedas en euros y, en particular, sus elementos de seguridad
- Familiarizar a los ciudadanos con los diferentes valores nominales (en muchos casos, nuevos) de los billetes y monedas en euros.
- Informar a los ciudadanos sobre los métodos que se utilizarán para introducir los billetes y monedas en euros el 1 de enero de 2002.
- Informar a los ciudadanos sobre el emisor de los billetes y monedas en euros.

La estrategia de la campaña del BCE se basa en el concepto de cooperación con los “difusores”, es decir, bancos, comercios y asociaciones de comerciantes, así como entidades docentes y autoridades públicas, tanto a nivel europeo como nacional. La campaña se desarrollará en dos fases principales. En la primera, que está a punto de comenzar, se contactará con los “difusores” con el fin de que éstos puedan preparar sus actividades de formación e información. En la segunda fase, prevista para el segundo semestre del 2001, se informará activamente al gran público por medio de una campaña de comunicación, para garantizar que la transición a los nuevos billetes y monedas se desarrolle sin contratiempos. Los principales instrumentos de comunicación serán la emisión de anuncios publicitarios en televisión y la distribución generalizada de folletos, además de la difusión de anuncios en radio, prensa y vallas publicitarias.

En el desarrollo de la campaña se adoptarán las medidas oportunas para satisfacer las necesidades concretas de los colectivos más vulnerables. La coherencia de la información quedará garantizada mediante la estrecha coordinación con las instituciones comunitarias y los Estados miembros.

**European Central Bank**

Press Division

Kaiserstrasse 29, D-60311 Frankfurt am Main

Tel.: 0049 69 1344 7455, Fax: 0049 69 1344 7404

Internet: <http://www.ecb.int>

**Se permite su reproducción, citando la fuente**