

# ATRESMEDIA comparte

## con su audiencia que otro compromiso es posible

COMPROMISO ATRESMEDIA, la marca paraguas bajo la que se desarrollan todos los proyectos de Responsabilidad Corporativa del grupo de comunicación –Ponle Freno, Constantes y Vitales, Objetivo Bienestar, Hazte Eco, Tolerancia Cero y Crea Cultura– ha puesto en marcha una gran campaña de imagen para compartir junto a toda su audiencia y la sociedad el recorrido y los retos conseguidos.

ATRESMEDIA lleva más de una década trabajando en iniciativas con impacto social. En 2008, el lanzamiento de la iniciativa Ponle Freno supuso un punto de inflexión en la construcción del modelo de Responsabilidad Corporativa de la compañía, puesto que con su creación se dio el salto definitivo para pasar de la sensibilización a la acción y se materializó su verdadero objetivo: que cada iniciativa supusiera una transformación, un cambio real que tuviera repercusión de forma directa y positiva en la sociedad.

Desde entonces, además de trabajar a favor de la Seguridad Vial, ATRESMEDIA ha construido su compromiso alrededor de otros ejes de acción como la iniciativa Hazte Eco por el me-

dio ambiente, Objetivo Bienestar a favor de una vida saludable, Crea Cultura para promocionar la creación cultural y la defensa de la propiedad intelectual, Constantes y Vitales en apoyo a la investigación científica y la prevención médica, y Tolerancia Cero, una iniciativa contra la violencia de género.

Todas estas campañas tienen también su reflejo en acciones internas dirigidas a los trabajadores con “el objetivo de dar coherencia interna a lo que se difunde externamente”, comenta la responsable de Responsabilidad Corporativa de ATRESMEDIA, Susana Gato. Es por ello que la compañía ofrece “el menú Objetivo Bienestar en el comedor de empleados para cuidar la salud de nuestra plantilla, o, en el marco de la celebración del Día Mundial del Corazón, el Grupo ha realizado una formación para empleados en maniobras RCP y el uso del desfibrilador”. Además, coincidiendo con la celebración de la Semana de la Seguridad Vial en ATRESMEDIA, la compañía realizó una formación en educación vial para sus empleados con el objetivo de prevenir y reducir los accidentes *in itinere* y en misión.



Además, ATRESMEDIA impulsa, desde 2005, acciones de Voluntariado Corporativo entre sus empleados y colabora con numerosas entidades no lucrativas con el fin de conseguir juntos una mayor sensibilización e impacto social de los objetivos que promueven. A estas acciones se suman las que se desarrollan desde la FUNDACIÓN ATRESMEDIA, constituida en 2005 y volcada en los niños y adolescentes, cuyas líneas de actuación principal en la actualidad son la “humanización de los hospitales infantiles”, la “normalización de la discapacidad” y la “mejora educativa”.

Con todas estas acciones y con la ayuda de la participación ciudadana, COMPROMISO ATRESMEDIA ha conseguido grandes logros como la creación de la Agencia Estatal de Investigación, la señalización de puntos negros en nuestras carreteras o la recaudación de más un millón de euros para víctimas de accidentes de tráfico, entre otros.

**ATRESMEDIA lleva más de una década trabajando en iniciativas con impacto social**



### Una nueva imagen

La nueva imagen de COMPROMISO ATRESMEDIA se refleja a través de distintas creatividades y comunicaciones. Por un lado, con una campaña a largo plazo en todos los canales de ATRESMEDIA TELEVISIÓN, protagonizada por un *spot* que aglutina todos los proyectos del Grupo. Por otro, la iniciativa también cuenta con un logotipo totalmente renovado y diseñado por el Departamento de Imagen y Creatividad de ATRESMEDIA.

Y finalmente, para completar la nueva imagen de COMPROMISO ATRESMEDIA, el Grupo ha lanzado la página web [compromisoatresmedia.com](http://compromisoatresmedia.com). Desde ella, se accede a todos los proyectos llevados a cabo por la compañía, unidos en una misma dirección: seguir contribuyendo a transformar las intenciones en realidades ■