



Relatório da Campanha

“Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente”



Fevereiro de 2020

Índice

1. Enquadramento	3
2. Parceiros	4
3. Lançamento da Campanha	6
4. Meios utilizados.....	9
4.1. Televisão	10
4.2. Rádio	12
4.3. Imprensa Regional	13
4.4. Imprensa dos Parceiros	14
4.5. Multibanco.....	15
4.6. Folhetos.....	16
4.7. Cartazes/MUPIs/Pendurantes	17
4.8. Autocolantes.....	21
4.9. Painéis de Mensagem Variável	21
4.10. Meios Digitais	22
5. Sinistralidade no período da Campanha.....	28
6. Conclusão.....	29

1. Enquadramento

O combate à sinistralidade rodoviária é a prioridade da ANSR. No entanto, este combate só será vitorioso se os vários intervenientes do sistema, bem como toda a sociedade assumirem o seu compromisso e responsabilidade nesta causa, num trabalho conjunto para uma visão e objetivo comum.

No final do ano de 2019, a ANSR lançou um desafio a vários parceiros para se juntarem à campanha de segurança rodoviária “*Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente*”, no período de 18 de dezembro de 2019 a 5 de janeiro de 2020, com o objetivo sensibilizar todos os Portugueses para que nessa quadra festiva adotassem comportamentos seguros nas suas deslocações, chegando a salvo à ceia de Natal e à passagem de ano.

Juntaram-se a esta campanha **37 parceiros** que aderiram desde o primeiro minuto em torno deste desígnio nacional: salvar vidas.

Sob a assinatura “*Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente*”, a campanha teve dois momentos: um primeiro focado no Natal, em que o tema explorado foi a reunião da família e dos amigos enquanto fator determinante para umas festas felizes, e um segundo, para a passagem de ano, orientado para um público mais jovem, alertando para os comportamentos de risco durante as deslocações para as festas, tendo como pano de fundo um acidente rodoviário.

2. Parceiros



A ANSR lançou um desafio a 37 parceiros para se juntarem à campanha de segurança rodoviária “Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente”, os quais aderiram no desígnio nacional: Salvar Vidas.

Lista:

- 1 ACAP - Associação Do Comércio Automóvel De Portugal
- 2 ACP - Automóvel Club de Portugal
- 3 AFESP - Associação Portuguesa De Sinalização e Segurança Rodoviária
- 4 ALTICE - Altice Portugal - Telecomunicações, SI/TI e Inovação
- 5 ANCIA - Associação Nacional Centros Inspeção Automóvel
- 6 ANECRA -Associação Nacional das Empresas do Comércio e da Reparação Automóvel
- 7 ANEPC- Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil
- 8 APCAP - Associação Portuguesa das Sociedades Concessionárias de Autoestradas ou Pontes com Portagens
- 9 APSI - Associação Para a Promoção da Segurança Infantil
- 10 ARAC - Associação Dos Industriais De Aluguer De Automóveis S/ Condutor
- 11 Ascendi
- 12 ASF - Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões
- 13 BP - BP Portugal
- 14 Brisa - Autoestradas de Portugal

- 15 CANAL 11
- 16 CARRIS - Companhia Carris de Ferro de Lisboa
- 17 CML - Câmara Municipal de Lisboa
- 18 CMP - Câmara Municipal do Porto
- 19 Cruz Vermelha Portuguesa
- 20 CTT - Correios de Portugal
- 21 EMEL - Empresa Municipal de Mobilidade e Estacionamento de Lisboa
- 22 FERTAGUS
- 23 GALP - GALP Energia
- 24 GNR - Guarda Nacional Republicana
- 25 IMT - Instituto da Mobilidade e dos Transportes
- 26 INEM - Instituto Nacional de Emergência Médica
- 27 IP - Infraestruturas de Portugal
- 28 Liga dos Bombeiros Portugueses
- 29 Metropolitano de Lisboa
- 30 Metro do Porto
- 31 PRP - Prevenção Rodoviária Portuguesa
- 32 PSP - Polícia de Segurança Pública
- 33 Região Autónoma da Madeira
- 34 RTP - Rádio e Televisão de Portugal
- 35 SPINERG - Soluções para Energia
- 36 STCP - Sociedade de Transportes Coletivos do Porto
- 37 TSF - Rádio Notícias

3. Lançamento da Campanha

No dia 18 de dezembro de 2019, a campanha foi publicamente lançada num evento que teve lugar na Área de Serviço da Galp na A5, com a presença de Sua Ex.^ª o Ministro da Administração Interna, Dr. Eduardo Cabrita, de Sua Ex.^ª a Secretária de Estado da Administração Interna, Dra. Patrícia Gaspar, para além de vários representantes dos diversos parceiros.



Representantes das várias entidades presentes no lançamento da Campanha

A abertura da sessão de lançamento da campanha “*Nestas festas, o seu melhor presente é estar presente*”, esteve a cargo do presidente da ANSR, Rui Ribeiro, que apresentou cada um dos 37 parceiros e agradeceu a participação e envolvimento de todos no desígnio nacional: Salvar vidas.



Presidente da ANSR, Rui Ribeiro

Foi efetuada a apresentação do planeamento das operações de fiscalização da GNR e da PSP, por parte do Tenente Coronel Paulo Gomes e do Subintendente Virgílio Sá, respetivamente.



Tenente Coronel Paulo Gomes da GNR



Subintendente Virgílio Sá da PSP

Seguiram-se as intervenções do presidente dos CTT, João Bento, e do Presidente do Conselho de Administração da Brisa, Vasco Mello, dois dos 37 parceiros da ANSR, que salientaram a importância da segurança rodoviária nas suas organizações.



Presidente dos CTT, João Bento



Presidente do Conselho de Administração da Brisa, Vasco Mello

Por fim, a sessão foi encerrada por Sua Exa. o Senhor Ministro da Administração Interna, Dr. Eduardo Cabrita, que reforçou a ideia de ser inaceitável qualquer vítima mortal nas estradas.



Ministro da Administração Interna, Dr. Eduardo Cabrita

Na sessão foram apresentados os *spots* de vídeo da campanha, referentes, respetivamente, ao período do Natal e do Ano Novo.

O lançamento teve a participação de mais de 100 pessoas, entre os quais os diversos parceiros e vários órgãos de comunicação social.



Sessão de lançamento da Campanha “Nestas Festas, o Seu Melhor Presente é estar Presente”

4. Meios utilizados

A campanha contou com uma estratégia de meios diversificada, englobando os meios tradicionais da televisão, rádio, imprensa regional, caixas de multibanco e digital, bem como com todos os suportes disponibilizados pelos 37 parceiros para a divulgação através de cartazes, pendurantes, MUPIs, folhetos, painéis de mensagem variável da rede rodoviária, frotas de automóveis, televisões internas, entre outros.

Estima-se que o **alcance total** da campanha tenha ficado perto das **200 milhões de visualizações**, uma vez que, para além da informação registada, desconhece-se a audiência dos *spots* televisivos divulgados no âmbito da parceira com a RTP, Canal 11 e Região Autónoma da Madeira, bem como o alcance da imprensa e rádio regional, não sendo também possível calcular o número de visualizações dos autocolantes afixados em veículos de alguns parceiros.

Meios	Quantidade	Nº visualizações
Televisão	770 inserções	13.437.720
Rádio Nacional	4.275 inserções	8.375.592
Rádio Regional	36 estações de rádio	Sem informação disponível
Imprensa Regional	20 Jornais	Sem informação disponível
Imprensa dos Parceiros	10 jornais e Revistas	96.544
Caixas multibanco	310 caixas de multibanco	949.140
Folhetos	400.000 unidades	400.000
Cartazes/ MUPIs /Pendurantes	10.270 unidades	29.029.385
MUPIs Digitais	2 unidades	6.156
Autocolantes em veículos	1.600 veículos	Sem informação disponível
Painéis de mensagem variável nas infraestruturas rodoviárias	440 painés	139.000.000
Meios Digitais	Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube, Sites e Newsletter	2.167.204
Total de visualizações da campanha		193.461.741

4.1. Televisão

A divulgação da campanha, na televisão, foi efetuada através de um *spot* de 25 segundos, sobre o tema de Natal, tendo sido visualizado, pelo menos uma vez, por **6.450.376** indivíduos, e outro de 20 segundos, sobre o tema de Ano Novo, que foi visualizado, pelo menos uma vez, por **6.987.344** indivíduos. No total os dois *spots* foram visualizados por **13.437.720**.

Spot de televisão de Natal

O *spot* de Natal foi transmitido na RTP1, RTP 3, SIC, SIC Notícias, TVI, TVI 24, CM TV, e FOX, através de **120 inserções**, com um alcance total de **403,7 GRP's**. A maior divulgação foi efetuada na RTP 1, seguindo-se da SIC e TVI. O *spot* de Natal teve uma cobertura total de **6.450.376** indivíduos, tendo sido vista, em média, 5 vezes por pessoa.



Vídeo de Natal

Spot de televisão de Ano Novo

O *spot* de Ano Novo foi transmitido na RTP1, RTP3, SIC, SIC Notícias, TVI, TVI 24, CM TV, FOX e FOX Life, através de **433 inserções**, com um alcance total de **508 GRP's**. A maior divulgação foi efetuada na SIC, seguindo-se a RTP 1 e TVI. O *spot* de Ano Novo teve uma cobertura total de **6.987.344** indivíduos, tendo sido vista, em média, 6 vezes por pessoa.



Vídeo de Ano Novo

Televisão – Parceiros

No âmbito da parceria efetuada com a RTP, foram efetuadas mais **50 inserções** dos *spots* da campanha, nos canais RTP 1, RTP 2, RTP 3 e RTP Memória, dos quais se desconhece o alcance.

Através da parceria com o Canal 11, foram efetuadas mais 45 inserções do *spot* de Natal e mais 52 do *spot* de Ano Novo, num total de **97 inserções**.

Também a Região Autónoma da Madeira transmitiu os *spots* da campanha, 3 a 4 vezes por dia, incluindo no horário do telejornal das 21h00, estimando-se um total de **70 inserções**.

Ao nível dos circuitos internos de televisão, os *spots* foram vistos em salas de espera, salas de atendimento público e locais de passagem, dos parceiros ACP, Altice, CTT, FERTAGUS e Metro do Porto.



TV interna do Metro do Porto

4.2. Rádio

A divulgação da campanha, na rádio, foi efetuada através de um *spot* de 20 segundos sobre o tema de Natal tendo sido ouvido, pelo menos uma vez, por **4.067.900** indivíduos, e outro de 20 segundos, sobre o tema de Ano Novo, que foi ouvido, pelo menos uma vez, por **4.307.692** indivíduos. No total os dois *spots* foram ouvidos por **8.375.592**.



Spot de rádio de Natal

O *spot* de rádio do Natal, com a duração de 20 segundos, foi transmitido na Rádio Comercial, RFM, M80 e Cidade FM, num total de **137** inserções. Teve uma cobertura total das rádios nacionais de **4.067.900** indivíduos.

O *spot* foi ainda difundido por **36 estações de rádio regionais**, 2 por distrito, num total de **2.304** inserções.

Spot de rádio de Ano Novo

O *spot* de rádio de Ano Novo, com a duração de 20 segundos, foi transmitido na Rádio Comercial, RFM, M80, Cidade FM e Renascença, num total de **170** inserções. Teve uma cobertura total das rádios nacionais foi de **4.307.692** indivíduos.

O *spot* foi ainda difundido por **36 estações de rádio regionais**, 2 por distrito, num total de **1.664** inserções.

Rádio – Parceiros

No âmbito da parceria efetuada com a RTP, os *spots* foram ainda transmitidos pela Antena 1, Antena 2 e Antena 3, num total **71** inserções, aos quais acresceram as **24** inserções efetuadas pela parceira TSF.



4.3. Imprensa Regional

A imagem da campanha foi divulgada em 18 Jornais regionais (1 jornal por distrito), no período do Natal e em 20 Jornais regionais (pelo menos 1 por distrito) no período de Ano Novo.



Diário de Aveiro



Correio do Alentejo



Mensagem Bragança



Barlavento



O Mirante



Jornal do Centro

4.4. Imprensa dos Parceiros

No âmbito da parceria com a Região Autónoma da Madeira foi publicado, no jornal Diário de Notícias da Madeira, em 4 dias distintos, o cartaz em página inteira com a imagem da campanha.

Tendo em conta uma tiragem média de 9.136 exemplares, estima-se ter conseguido um alcance de **36.544** pessoas.



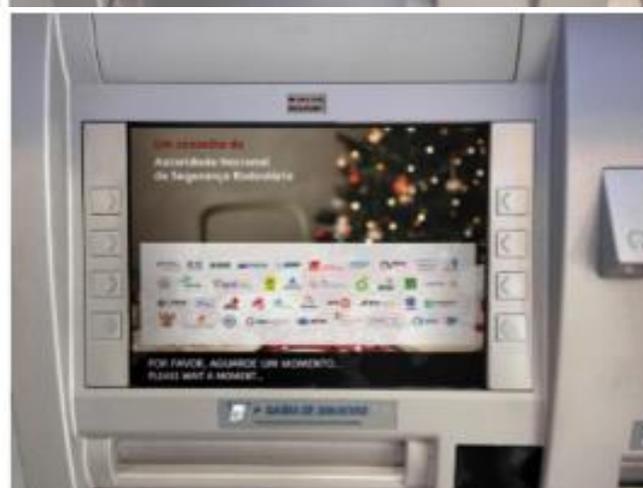
Diário de Notícias da Madeira

Também a SPINERG publicou a imagem da campanha em 3 revistas e jornais dedicados ao sector da pós-venda, com um alcance estimado de **60.000** pessoas.

4.5. Multibanco

No período de Natal a imagem da campanha foi divulgada em **308** caixas multibanco da rede Nacional, tendo o número aumentado para **311** caixas no período de Ano Novo.

No total estima-se que tenha sido visualizada por **949.140** pessoas.



4.6. Folhetos

Foram distribuídos mais de **400 mil folhetos** com a assinatura das campanhas e identificação dos 37 parceiros, que foram distribuídos por:

- **GNR e PSP** em ações de sensibilização;
- **APCAP** cabines das portagens da rede concessionada;
- **SPINERG** por correio junto com o envio de faturas de parceiros;
- **STCP** nos autocarros e elétricos;
- **EMEL** nos pontos de atendimento das Lojas de Cidadão;
- **Brisa** nas cabines manuais de portagens (122 cabines);
- **Ascendi** nas cabines manuais de portagens.



Disponibilização e distribuição de Folhetos

4.7. Cartazes/MUPIs/Pendurantes

Foram afixados **5.620 cartazes**, **4.400 pendurantes** e **120 monofolhas**, distribuídos por vários parceiros e **130 MUIPIs**.

Os **cartazes** foram afixados em locais de alta exposição tais como:

- Estações da rede **FERTAGUS**;
- Interior das carruagens do **Metropolitano de Lisboa**;
- Interior dos autocarros e dos elétricos da **CARRIS**;
- Interior dos autocarros e elétricos da **STCP**;
- Áreas de serviço e instalações com receção ao público das concessionárias da **APCAP**;
- Centros de Inspeção dos Associados da **ANCIA**;
- Estações de aluguer de carros dos associados da **ARAC**;
- Oficinas da rede de associados **ANECRA**;
- Instalações das empresas parceiras da **SPINERG**;
- Edifícios da **ACAP**;
- Lojas do **ACP**;
- Edifícios e lojas da rede **CTT**;
- Delegações locais da **Cruz Vermelha Portuguesa**;
- Interior de edifícios públicos da **CML**;
- Locais de atendimento ao público do **IMT**;
- Esquadras da **PSP**.

Alguns exemplos:



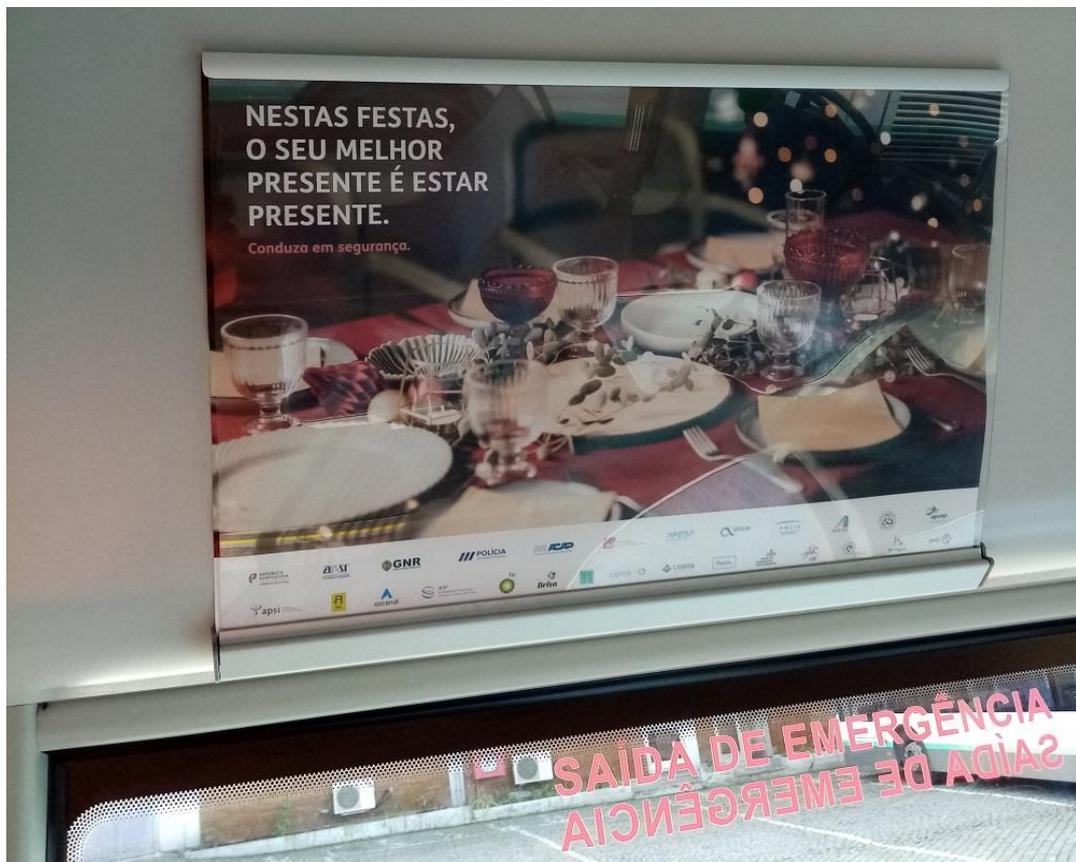
CTT - Correios de Portugal



IMT - Instituto da Mobilidade e dos Transportes



PSP - Polícia de Segurança Pública



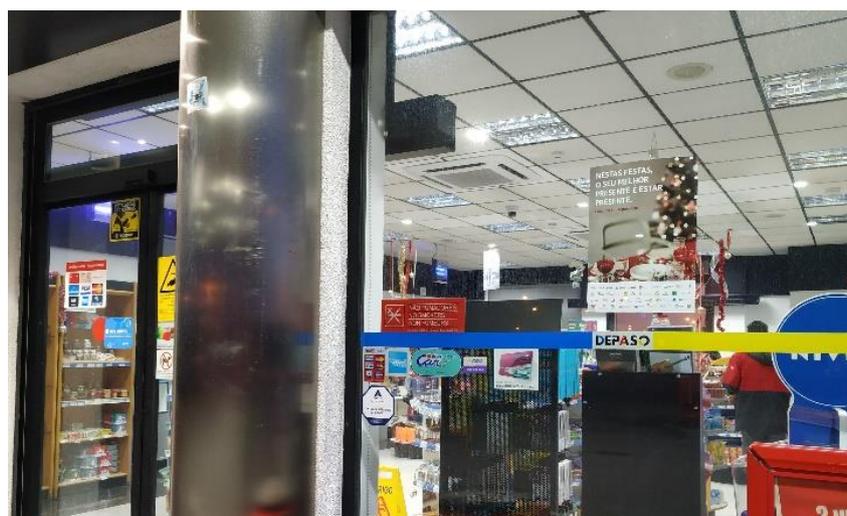
STCP - Sociedade de Transportes Coletivos do Porto



CARRIS - Companhia Carris de Ferro de Lisboa



Metropolitano de Lisboa



APCAP - Associação Portuguesa das Sociedades Concessionárias de Autoestradas ou Pontes com Portagens

Os **130 MUIs** com a assinatura da campanha, foram promovidos pelos seguintes parceiros:

- **Câmara Municipal de Lisboa:** rede municipal de MUIs na cidade de Lisboa;
- **Câmara Municipal do Porto:** rede municipal de MUIs na cidade do Porto;
- **EMEL:** parques de estacionamento da EMEL;
- **Infraestruturas de Portugal:** 32 estações ferroviárias;
- **Região Autónoma da Madeira:** 27 MUIs no Funchal e vários MUIs digitais, com uma estimativa de **6.156** visualizações.



IP – Infraestruturas de Portugal

Não tendo sido possível apurar o alcance da divulgação de todo este material, estima-se que os cartazes tenham obtido mais de 29 milhões de visualizações:

- **APCAP:** 146 áreas de serviço e instalações (**13.800.000** visualizações);
- **CARRIS:** 269 mil passageiros diários (**5.111.000** visualizações);
- **STCP:** 201 mil passageiros diários (**3.819.000** visualizações);
- **Metropolitano de Lisboa:** 170 mil passageiros diários (**3.230.000** visualizações);
- **FERTAGUS:** 93 mil passageiros diários (**1.767.000** visualizações);
- **Metro do Porto:** 63 mil passageiros diários (**1.197.000** visualizações);
- **IMT:** 18 locais de atendimento ao público (**85.229** visualizações);
- **IP:** 32 estações ferroviárias (**14.000** visualizações);
- **Região Autónoma da Madeira:** 27 MUIs no Funchal e vários MUIs digitais (**6.156** visualizações).

4.8. Autocolantes

Foram afixados **1.600** Autocolantes com a assinatura da campanha, nos veículos das frotas dos parceiros: **Altice, Ascendi, APCAP, CTT e Infraestruturas de Portugal**, fazendo, assim, a divulgação nas suas viaturas de serviço.



4.9. Painéis de Mensagem Variável

Durante o período da campanha, 440 painéis divulgaram a mensagem: **“Viaje em segurança. O melhor presente é estar presente.”**, estimando-se um total de **139 milhões** de visualizações.



4.10. Meios Digitais

Como estratégia de divulgação de conteúdos da campanha, no dia de lançamento da campanha, publicou-se o vídeo de Natal em todas as redes sociais. Para o Facebook e Instagram, por serem redes com mais seguidores e interatividade, optou-se por, durante os dias em que decorria a campanha, efetuar a publicação de conteúdos (imagem e *copy*) originais, mas sempre com a utilização da assinatura da campanha “*Nestas festas, o seu melhor presente é estar presente*”. O alcance total da divulgação digital estima-se em **2.167.204** visualizações.



Facebook

ANSR – As publicações relativas à campanha alcançaram **95.999 pessoas**, num total de **16 publicações**.

Parceiros – Da informação disponibilizada pelos parceiros, as respetivas publicações, nesta rede social, alcançaram um total de **483.017 pessoas**.

ACP - Automóvel Club de Portugal 19 de dezembro de 2019 às 14:51 · 🌐

Mais de 450 pessoas perderam a vida na estrada este ano. Junte-se a esta campanha e ofereça o melhor presente à sua família e aos seus amigos: a sua presença. Conduza em segurança e Boas Festas!
<http://bit.ly/Campanha-de-Seguranca>

**NESTAS FESTAS,
O SEU MELHOR
PRESENTE É ESTAR
PRESENTE.**
Conduza em segurança.

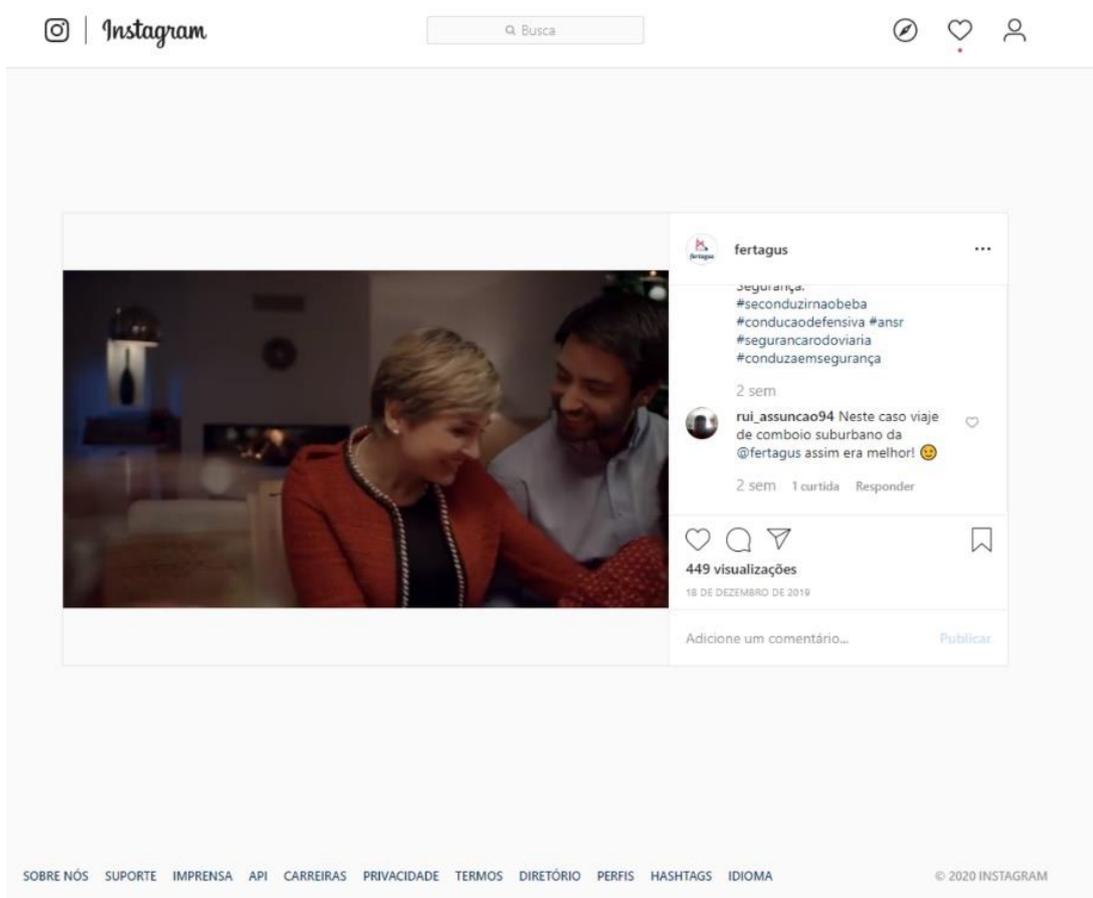
REPUBLICA PORTUGUESA ANSR GNR POLÍCIA acp



Instagram

ANSR – As publicações relativas à campanha alcançaram **4.480 pessoas**, num total de **14 publicações**.

Parceiros – Da informação disponibilizada pelos parceiros, as respetivas publicações, nesta rede social, alcançaram um total **1.191 pessoas**.





LinkedIn

ANSR – As publicações relativas à campanha alcançaram **995 pessoas**, num total de **4 publicações**.

Parceiros – Da informação disponibilizada pelos parceiros, as respetivas publicações, nesta rede social, alcançaram um total **11.697 pessoas**.

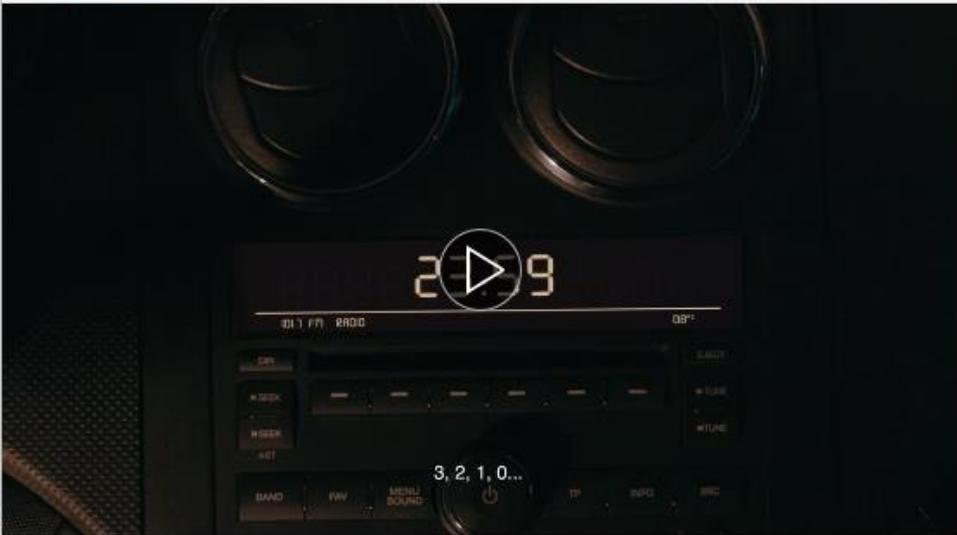


ANSR - Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária
107 seguidores
2 sem • 

A Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR) divulga hoje o vídeo de Ano Novo da Campanha de Segurança Rodoviária "O seu melhor presente é estar presente", a decorrer até dia 5 de janeiro de 2020.

Com o lançamento deste vídeo, a ANSR dá continuidade ao apelo já iniciado com o spot de Natal da mesma Campanha, para que todos os portugueses adotem comportamentos seguros nas suas deslocações, chegando assim a salvo à passagem de ano.

[#ansr](#) [#segurancarodoviaria](#) [#conduzaemseguranca](#) [#marquepresenca](#)
[#festasfelizes](#)



17

 Gostei  Comentar



Twitter

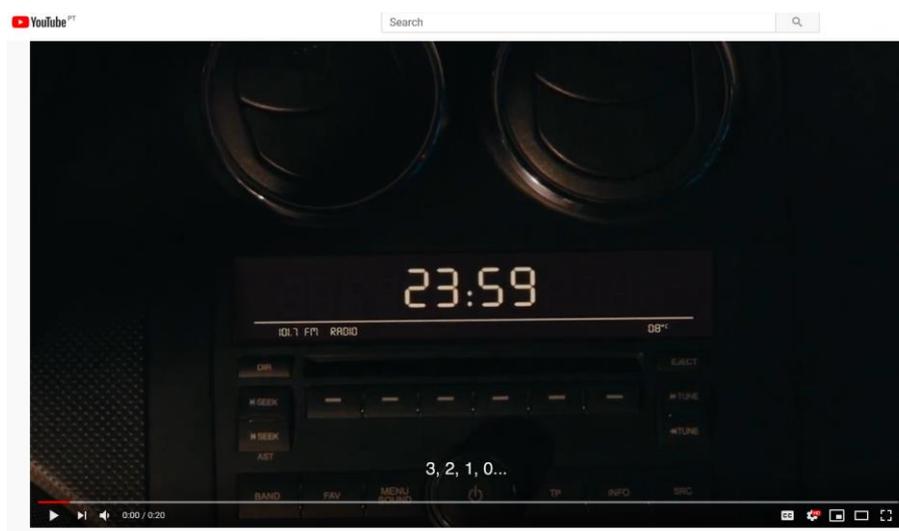
ANSR – As publicações relativas à campanha alcançaram **915 pessoas**, num total de **4 publicações**.



Youtube

ANSR – Os dois vídeos publicados relativos à campanha alcançaram **416 pessoas**.

Parceiros – Da informação disponibilizada pelos parceiros, as respetivas publicações, nesta rede social, alcançaram um total de **22.069 pessoas**.





Sites

Parceiros – Da informação disponibilizada pelos parceiros, as publicações nos respetivos sites institucionais alcançaram um total de **30.925 pessoas**.

The screenshot shows the CARRIS website interface. At the top, there are navigation links for 'PÁGINA INICIAL', 'ACESSIBILIDADE', and 'ENGLISH VERSION'. The main header includes the CARRIS logo and a search bar. Below the header is a navigation menu with categories: 'Clientes', 'Institucional', 'Media', 'Recrutamento', and 'Área Pessoal'. A sidebar on the left contains a list of links such as 'Mapas de Rede', 'Tempo de Espera', and 'Boas Práticas'. The main content area features a news article titled 'CARRIS associa-se a campanha da ANSR' dated 18.12.2019. The article text describes the partnership with ANSR for a road safety campaign during the Christmas season, listing several recommendations for safe driving. At the bottom of the article is a social media sharing bar with icons for Facebook, YouTube, and Instagram.

CARRIS associa-se a campanha da ANSR

18.12.2019 | Institucional

A CARRIS, em conjunto com mais 36 parceiros, associa-se à campanha de sensibilização para as boas práticas de condução nesta época festiva.

A **Autoridade de Segurança Rodoviária (ANSR)** lançou hoje a Campanha de Natal e Ano Novo **"O seu melhor presente é estar presente"** que pretende apelar à adoção de comportamentos seguros nas deslocações dos portugueses durante esta quadra festiva.

Registando-se, neste período de festas, um aumento do número de deslocações e do tempo de duração de cada viagem, a ANSR e os 37 parceiros associados a esta campanha juntam-se para **combater os comportamentos de risco na condução** e a consequente sinistralidade rodoviária, deixando as seguintes recomendações:

- Inicie a viagem bem repousado;
- Não conduza mais de 8 horas por dia;
- Faça pausas de 10 a 15 minutos, a cada 2 horas;
- À noite, aumente a frequência das pausas;
- Não consuma bebidas alcoólicas;
- Não use o telemóvel;
- Use o cinto de segurança;
- Não ultrapasse os limites de velocidade.

+ info: <http://www.ansr.pt/Campanhas/Pages/Campanha-de-Natal-e-Ano-Novo-2019.aspx>

**NESTAS FESTAS,
O SEU MELHOR
PRESENTE É ESTAR
PRESENTE.**

Conduza com segurança

Data de colocação de notícia: 2019-12-18



Newsletter

Parceiros - Da informação disponibilizada pelos parceiros, as respetivas Newsletters enviadas alcançaram um total de **1.515.500** pessoas.

NEWSLETTER AFESP #12 - DEZEMBRO 2019

Campanha de Natal 2019 e Ano Novo 2020



**NESTAS FESTAS,
O SEU MELHOR
PRESENTE É ESTAR
PRESENTE.**

Conduza em segurança.



Comunicado

Conclusões principais do VIII Seminário em Sinalização e Segurança Rodoviária 2019



Síntese dos principais contributos levados ao Encontro

NOTÍCIAS

18-12-19
Comunicado
Autoridade de Segurança Rodoviária lança Campanha de Segurança Rodoviária... (+Info)

21-11-19
Protocolo de Cooperação entre AFESP e Instituto Politécnico de Leiria
Foi assinado, à marg... (+Info)



Subscrever Newsletter

5. Sinistralidade no período da Campanha

No período da campanha de segurança rodoviária “*Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente*”, decorrido entre 18 de dezembro e 5 de janeiro, registaram-se nas estradas de Portugal Continental 16 vítimas mortais, menos 16 que o período homólogo, representando um decréscimo de 50%.

Em linha com esta redução, também o número de feridos graves e ligeiros diminuiu em 14,2% e 18,8%, respetivamente, embora se tenham verificado mais 27 acidentes, um aumento de 0,4% face ao ano anterior.

6. Conclusão

A campanha de segurança rodoviária “*Nestas Festas, o seu melhor presente é estar presente*” veio reforçar o foco no combate à sinistralidade rodoviária enquanto prioridade da ANSR, realçando a necessidade de alterar o paradigma em torno desta problemática: **a sinistralidade rodoviária não é uma fatalidade, e pode ser evitada.**

O suporte adicional dos 37 parceiros permitiu uma ampla diversidade de meios de divulgação da assinatura e imagem da campanha, com uma grande abrangência geográfica, incluindo Portugal Continental e a Região Autónoma da Madeira.

Foi, assim, dado início a um combate coletivo à sinistralidade rodoviária, ao qual se espera que mais entidades venham a aderir, rumo à **Visão Zero, o único número aceitável de vítimas nas estradas.**