

There are no translations available.

**А вы знаете, на что способен упавший на кровать или пол непотушенный окурок? Примерно через 2 минуты он вызовет огонь, а спустя несколько мгновений – пожар, потушить который своими силами будет невозможно. К сожалению, не все видят в этом весомую причину для отказа от сигарет. Однако если курить или не курить – выбор каждого, то тушить за собой окурки – прямая обязанность всех курильщиков.**

Для того чтобы привлечь внимание к проблеме пожаров из-за неосторожного обращения с огнем при курении и напомнить о безопасности, Республиканский центр пропаганды МЧС с **9 ноября** запускает новую информационно-пропагандистскую кампанию – **«Не жди белочку – туши окурок!»**. Ее целевая аудитория – люди, пренебрегающие правилами безопасности и считающие, что непотушенная сигарета – мелочь, которая не способна привести к трагедии.

Информационный материал [ЗДЕСЬ](#)

Но как необычно подать злободневную проблему, чтобы заинтересовать целевую аудиторию и призвать ее изменить свое поведение? Конечно, при помощи креативных идей и юмора. Таким образом, **главной «героиней»** новой кампании станет **белочка** – юркий и шустрый зверек, который схватывает все на лету. Она очень любопытна и умна, поэтому способна быстро оказаться там, где выбрасывают тлеющий окурок, и потушить его вместо незадачливого и беспечного курильщика.

**«Белочка пришла!»** и **«Не жди белочку – туши окурок!»** – такие послы лягут в основу кампании. Выбраны они неслучайно: во-первых, их комичность моментально включает воображение и позволяет ярко представить образы пушистых блюстителей правил безопасности, ведущих бой с непотушенными сигаретами. Во-вторых, всем известные ассоциации, которые возникают от этих фраз. Они будут особенно близки «группе повышенного риска» – людям, ведущим нетрезвый образ жизни, – для которых покурить в постели и уснуть – обычное дело. Благодаря такой легкой и шутовой форме слоганы кампании обязательно всплывут в сознании целевой аудитории, когда та в

очередной раз будет доставать сигареты, и определенно заставит ее потушить окурки, чтобы «белочка не пришла».

Спасатели, как и всегда, подойдут к кампании масштабно и задействуют целый комплекс способов обратиться к беспечным курильщикам. Так, улицы городов украсят яркие **билборды**

В видеороликах на телевидении появится целый беличий отряд, который потушит окурки, летящие с балконов, выброшенные в квартире или на природе.

[https://www.youtube.com/watch?v=VnyFIG7EL7s&ab\\_channel=MchsGovBy](https://www.youtube.com/watch?v=VnyFIG7EL7s&ab_channel=MchsGovBy)

Эфир радиостанций также пополнится новой аудиорекламой, призывающей к борьбе с привычкой беспечно бросать непотушенные сигареты. Куда же без движущей силы современности – интернета? Сайты и социальные сети заполнятся яркими листовками с пушистыми героями, которые с мониторов и экранов смартфонов будут взывать к соблюдению курильщиками правил безопасности.

Новая кампания дойдет и до мест продажи алкоголя и сигарет – важную для целевой аудитории «территорию». Там, над полками с алкогольной продукцией и табачными изделиями, появятся тематические воблеры, а на бутылках разместятся нехенгеры – все это поможет попасть точно цель и предупредить об ответственности за непотушенный окурок.

Кроме того, время запуска кампании и проведение акции «Не прожигай свою жизнь!»

совпадают, а это значит, что коллекция фотографий у тематических фотостен и в тантамаресках пополнится новыми яркими кадрами, а «беличья» сувенирная и наглядно-изобразительная продукция украсит дома всех участников акции.

Таким образом, спасатели охватят максимальный объем целевой аудитории и постараются достучаться до каждого, кто пренебрегает важными правилами при курении. Не оставайтесь в стороне и вы: присоединяйтесь к нашей кампании, ищите беличий отряд у себя в городе и живите безопасно!