

## Гомель. «Не жди белочку – туши окурок!»: информационно-пропагандистская кампания МЧС Беларуси

**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.**

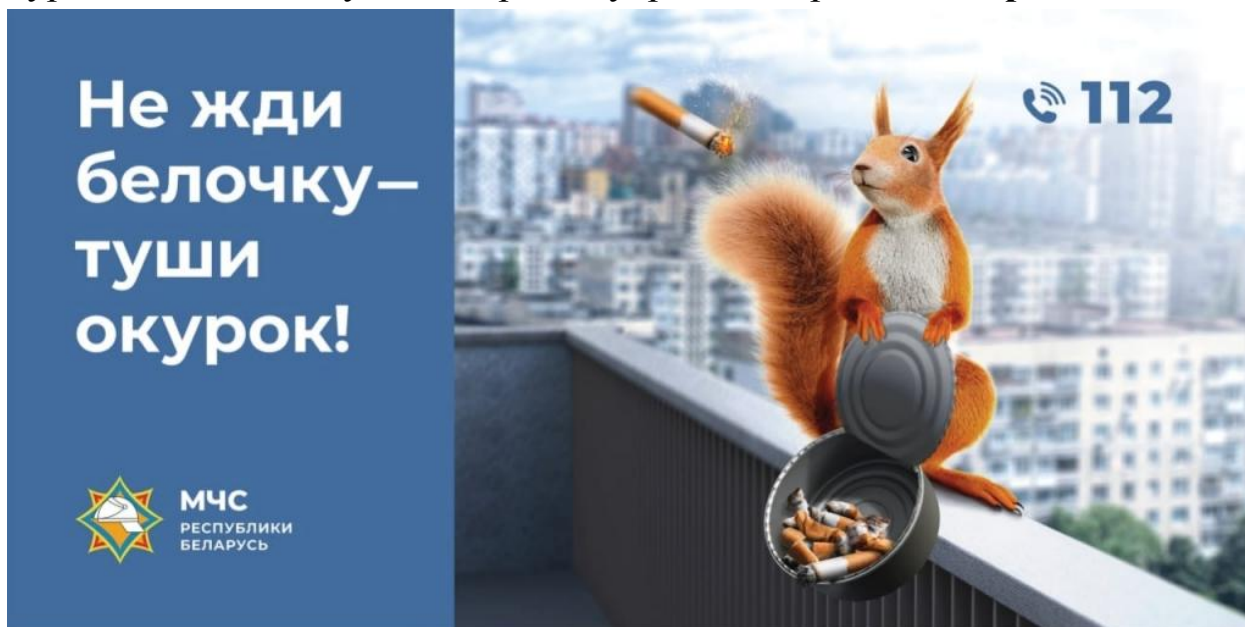
Для того чтобы привлечь внимание к проблеме пожаров из-за неосторожного обращения с огнем при курении и напомнить о безопасности, Министерство по чрезвычайным ситуациям **осуществляет** информационно-пропагандистскую кампанию – **«Не жди белочку – туши окурок!»**. Ее целевая аудитория – люди, пренебрегающие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

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 ложатся 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 шутливой 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, проводят компанию масштабно и задействуют целый комплекс способов обратиться к беспечным курильщикам. Так, улицы городов украшают яркие **билборды**.



*Билборд*

В видеороликах на телевидении размещается 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 пополняется новой аудиорекламой, призывающей к борьбе с привычкой беспечно бросать непотушенные сигареты. Куда же без движущей силы современности – интернета? Сайты и социальные сети наполняются яркими листовками с пушистыми героями, которые с мониторов и экранов смартфонов будут взывать к соблюдению курильщиками правил безопасности.



*Листовки*

Кампания доходит и до мест продажи алкоголя и сигарет – важную для целевой аудитории «территорию». Там, над полками с алкогольной продукцией и табачными изделиями, имеются тематические воблеры, а на бутылках размещаются нехенгеры – все это помогает попасть точно цель и предупредить об ответственности за непотушенный окурки.



*Воблеры*



### *Некхенгеры*

Таким образом, спасатели охватывают максимальный объем целевой аудитории и стараются 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!