

«Не жди белочку – туши окурок!»

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 в ноябре запустил 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.

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 шуточной 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**.