

**5727 SAYILI YASANIN
İSTANBUL'DA
TANITILMASI
VE BENİMSETİLMESİ**



Neler Yapılmalı?

□ Farkındalık yaratmak/Eğitim

Bilgilendirmek

İkna etmek

Benimsetmek

- Sigara ve zararları hakkında
- Yasanın içeriği ve uygulanabilirliği hakkında
- Yasa uygulayıcılarının eğitimi

□ Pasif içicileri korumak

- Risk faktörlerini önlemeye yönelik çalışmalar
- Sigara bırakma programları

İzlenecek Strateji ve İlkeler

- Hedef kitle sigara içenler değil herkes
 - Değişik gruplara eşit mesafede durmak
dirençli tiryakiler-içiciler-içmeyenler-kesin karşı olanlar
- Herkesin temiz hava soluyabilmesinin sağlanması
- Kentli olmanın gerekliliği
- Toplumsal duyarlılık, başkasının sağlığına saygı
 - İntikam ve yasakçı bir mantıktan uzak durmak
- Her kesime kendi bulunduğu noktada ulaşmak, kendi duyarlılıklarına hitap etmek

İletişim Dili

- Kentli
- Medeni
- Çevreci
- Koruyucu
- Bilgilendirici

İletişim Tonu

- Kararlı
- Güçlü
- Müşfik
- Sıcak
- Sabırlı

Zorluklar

- ❑ Yasanın uygulanabilir olmadığı kanaati
- ❑ Despot bir tavır sergileyen, abartılı bir yasa algısı
- ❑ Sigara içmenin sivil itaatsizlik ve erkeklik sembolü sayılması

Fırsatlar

- Genel ve yerel idarenin ortak hareket etmesi
- Sağlıklı kent anlayışı; Uygulamanın İstanbul'da başarılması
- Toplum ve çevre sağlığı, birey hakları konularında yükselen hassasiyet ve toplumsal mutabakat
- Diğer ülkelerdeki uygulama başarıları: İrlanda, İtalya, Fransa, ABD

Hedef kitle

- Yasayı uygulayıcılar
 - Yöneticiler: Kamu ve özel sektör
 - Kolluk kuvvetleri
- Sigara içenler
- Pasif içiciler
- Risk grupları
 - Gençler
 - Çocuklar (çocukların bir birey olduklarına vurgu)
- Kadınlar / Anneler

İmkanlarımız

- ❑ İBB çalışanları
- ❑ İSMEK kursiyerleri
- ❑ Spor tesislerinden yararlananlar
- ❑ Kadın ve Aile Sağlığı Hizmetlerinden yararlananlar
- ❑ Evde Sağlık Hizmetinden yararlananlar
- ❑ Ayaktan Teşhis ve Tedavi Hizmetlerinden yararlananlar
- ❑ Özürlüler merkezlerinden yararlananlar
- ❑ Sosyal Yardım Hizmeti verilenler
- ❑ Eğitim desteği alanlar

İmkanlarımız

- ❑ Faturalar : İSKİ, İGDAŞ
- ❑ Sosyal tesisler, BELTUR
- ❑ Kültürel tesisler / tiyatrolar
- ❑ Ulaşım araçları: İDO, İETT, metro/tramvay
- ❑ Hizmet araçları
- ❑ Bilbordlar
- ❑ Kurumsal telefon santralleri – ALO 153
- ❑ Web sitemiz

YAPILABİLECEKLER

YAPILABİLECEKLER

- ❑ Web sitesi : istanbulsigarayakarsi.com
- ❑ Danışma hattı / ALO 153
- ❑ Dumansız yaşam yasası tanıtıcı broşürleri
- ❑ İşyeri sahiplerine yönelik:
 - Yasaya hazırlıklı olmak için neler yapılmalı
 - ❑ Yasak işaretlerinin temini
 - ❑ Yasayı çiğneyenlerle başetmenin yolları
- ❑ Sık sorulan/sorulabilecek soruların cevapları

YAPILABİLECEKLER

- ❑ Üç büyükler kentlerini savunuyor: Spor klüpleri ile işbirliği, stadlar
- ❑ Doğrudan bilgilendirme: Faturalar, ulaşım araçları, açık alanlar
- ❑ Geri sayım
- ❑ Son 10 konsepti: promosyonlar, İBB hizmet alanları, açık alanlar, uygulayıcı işyerleri
- ❑ Call center mesajları

YAPILABİLECEKLER

- ❑ Mekanların daha keyifli alanlara dönüşmesi:
Duman altındaki kamusal alanlarda, yasağın yürürlüğe girdiği tarihte bir elektrik süpürgesi dumanı büyük bir güçle emiyor.
- ❑ Kenti ferahlık sembolleriyle donatmak
- ❑ Yeni temiz hava kavramını popülerleştirerek yaygınlaştırmak: Gençlerin , çocukların ağızına takılacak sloganlar yaratmak, sevilen şarkıların sözlerini değiştirmek, özel besteler yapmak
- ❑ Tanınmış rol modelleri ya da kanaat önderlerin desteğini almak
- ❑ Sigarayı bırakmak isteyenlere yardım

YAPILACAKLAR

Kampanya Süresi

Kampanya

09 – 19 Mayıs

tarihleri arasında, yoğun olmak üzere

2008 yılının sonuna kadar yürütülmesi hedeflenmektedir.

Kampanya Stratejisi

- Kampanya'da tütünün ve tütün kullanmanın zararları değil, yasanın içeriğinin tanıtılması hedeflenmektedir.

- Bu amaca uygun içerikte hazırlanan argümanlar, tüm halkın yaygın olarak bulunduğu yerlerde teşhir edilecektir.

Kampanya argüman içerikleri



Kampanya argümanları, sigaraya ve zararlarına vurgu yapmaktan çok, yasanın günlük hayatı kolaylaştırıcı etkileri üzerine kurulacaktır.

Hedef Kitle

- Yasayı uygulayıcılar
- Yöneticiler:
 - Kamu
 - Özel sektör
- Kolluk kuvvetleri
- Sigara içenler
- Pasif içiciler
- Risk grupları
 - Gençler
 - Çocuklar (çocukların bir birey olduklarına vurgu)

Kampanya Stratejisi

Kampanya 09 Mayıs'tan itibaren bir geri sayım konseptinde gerçekleştirilecek.

- İlk hafta merak uyandırıcı içerikteki argümanlar,
- İkinci hafta için yasayı tanıtıcı, açıklayıcı argümanlar kullanılacaktır.

Kampanya argümanları

- Billboard
- Köprü ve kavşak üzeri panoları
- Afiş
- Broşür
- El ilanı
- Tanıtım Filmi

Bilboard

İki farklı tasarımda gerçekleştirilen 600 adet çalışma şehrin görünür noktalarındaki bilboardlara yerleştirilecektir.

Afiş



Toplam 5.000 adet afiş

- Şehirdeki yoğun kullanılan otobüs hatlarındaki otobüs içindeki panolar,
- Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı kuruluşlar,
- İlçe Belediyeleri ve bağlı kuruluşlarında sunulacaktır.

Köprü ve Kavşak Üstgeçit Panoları



- 30 adet üstgeçide, kampanyanın geri sayım konseptine uygun olarak 2 farklı tasarımda afiş çalışması yapılacaktır.

Broşür



- 40.000 adet bilgi broşürü halkın yoğun olarak bulunduğu yerlerde dağıtılacaktır.

El İlanı



- Hedef gruplarına göre düzenlenmiş 4 ayrı tasarımdaki toplam 70.000 adet el ilanı hedef grupların yoğun olarak bulunduğu bölgelerde halka dağıtılacaktır.

TV ve Motion Çekimleri

- Büyükşehir Belediyesi ve bağlı kuruluşlardaki Tv ekranlarında yayınlanmak üzere, yasayı ve uygulamayı tanıtan filmler gösterilecektir.

Tanıtım Kokteyli

- Yasanın yürürlüğe gireceği tarih olan 19 Mayıs'ta Sayın Büyükşehir Belediye Başkanımız ve İstanbul Protokolü ile halkın beğenisini kazanmış sanatçılar ve basın mensuplarının katılımı ile bir kokteyl gerçekleştirilecektir.

TEŞEKKÜR EDERİZ