



Ramowe założenia  
Ogólnopolskiej Kampanii Społecznej  
organizowanej w ramach obchodów  
**ŚWIATOWEGO DNIA BEZ TYTONIU**

PSSE Ostrołęka

21.05.2010 r.

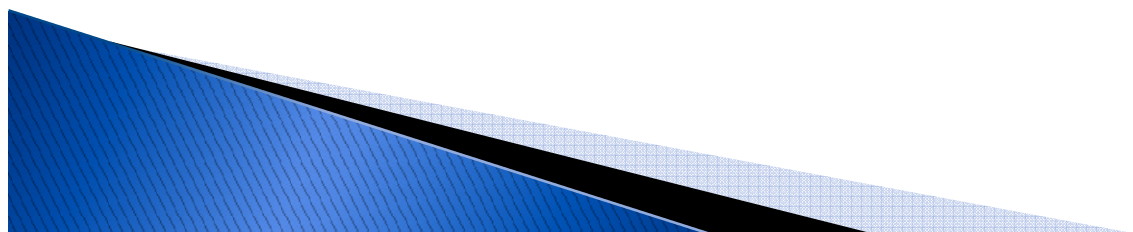
# KAMPANIA SPOŁECZNA

---



Założenia Ogólnopolskiej Kampanii Społecznej organizowanej w ramach obchodów Światowego Dnia bez Tytoniu w 2010 roku wynikają z :

- ▶ ogłoszonego przez WHO hasła pt. „**PŁEĆ A TYTOŃ**”, ze szczególnym uwzględnieniem działań marketingowych skierowanych do kobiet,
- ▶ **Rządowego Programu Ograniczania Zdrowotnych Następstw Palenia Tytoniu w Polsce. Cele i Zadania na lata 2010-2013**, który określa skierowanie Kampanii do kobiet planujących ciążę, kobiet ciężarnych i młodych matek.



# CEL KAMPANII

---



- ▶ Dostarczenie wiedzy o wpływie dymu tytoniowego na zdrowie kobiet i ich potomstwa;
- ▶ Motywowanie społeczeństwa do zaprzestania palenia;
- ▶ Promowanie mody na niepalenie





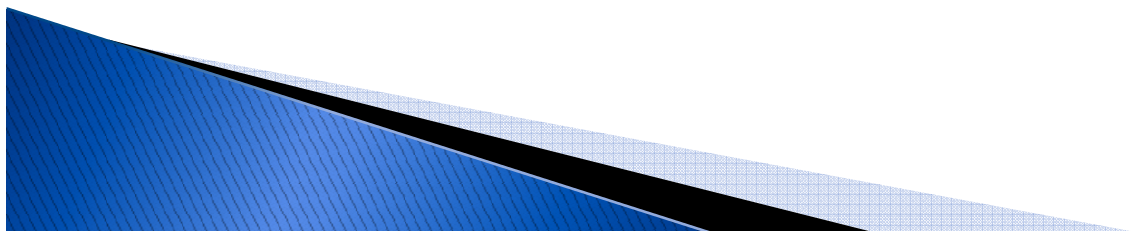
---

## Czas trwania kampanii

- ▶ 31.V - 31.VIII 2010 r., ze szczególnym nasileniem działań w ramach obchodów Światowego Dnia bez Tytoniu oraz podczas letniego wypoczynku

## Adresaci kampanii

- ▶ Całe społeczeństwo ze szczególnym ukierunkowaniem na kobiety planujące ciążę, ciężarne i młode matki

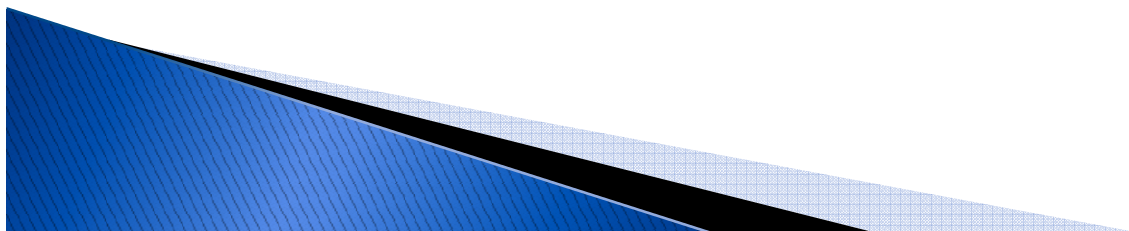


# KANAŁY I MIEJSCA DOTARCIA DO ADRESATÓW KAMPANII

---



- ▶ zakłady opieki zdrowotnej, poradnie K,
- ▶ wyższe uczelnie,
- ▶ zakłady pracy,
- ▶ salony fryzjerskie i kosmetyczne,
- ▶ ośrodki sportu i rekreacji, kluby fitness,
- ▶ centra handlowe, ciągi komunikacyjne, dworce, itp.
- ▶ instytucje użyteczności publicznej,
- ▶ środki masowego przekazu,
- ▶ strony internetowe organizatorów i partnerów działań.
- ▶ inne wg lokalnych potrzeb i możliwości.

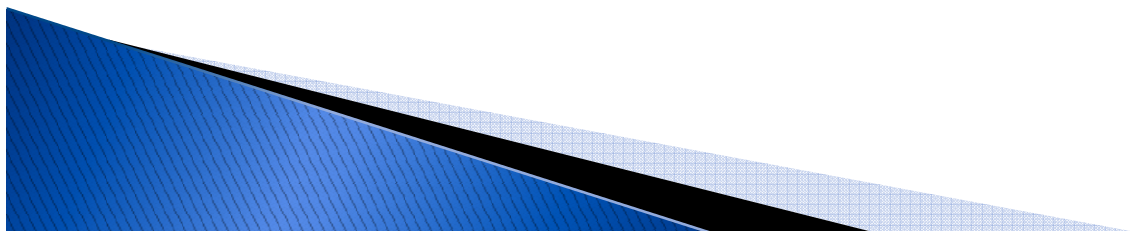


# MATERIAŁY EDUKACYJNO - INFORMACYJNE I POMOCE

---



- ▶ materiały akcydensowe (wydane przez GIS, wydane przez Centrum Onkologii);
- ▶ plakaty (wydane przez GIS);
- ▶ spoty „Kodeks Walki z Rakiem” (wydane przez Centrum Onkologii);
- ▶ raport MPOWER (wydany przez WHO – dostępne na stronie GIS [MPOWER](#) ).



# ZAŁOŻENIA PRZEKAZU TREŚCI KAMPANII

---



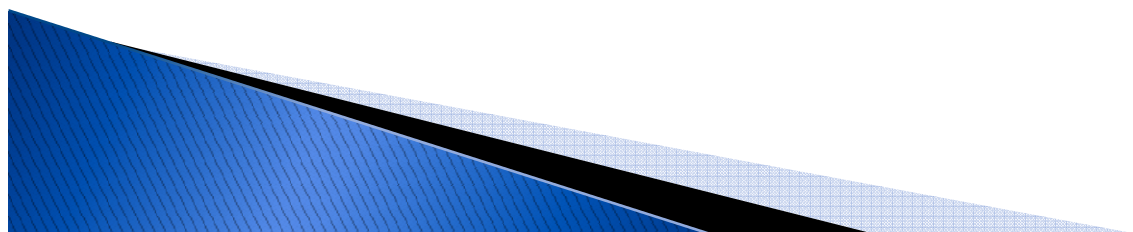
- ▶ promocja zdrowego stylu życia bez dymu tytoniowego,
- ▶ promocja zysków płynących z niepalenia (umocnienie zdrowia własnego i swoich bliskich, ze szczególnym zwróceniem uwagi na zdrowie dzieci),
- ▶ motywowanie do odpowiedzialnych wyborów związanych z własnym zdrowiem i zdrowiem bliskich osób (szczególnie zdrowiem dzieci),
- ▶ promocja alternatywnych sposobów spędzania wolnego czasu (ze szczególnym uwzględnieniem aktywności fizycznej),
- ▶ kształtowanie postaw asertywnych ze zwróceniem uwagi na przestrzeganie przepisów prawnych (ze szczególnym uwzględnieniem ochrony kobiet ciężarnych i dzieci przed dymem tytoniowym)

# METODYKA REALIZACJI

---



- ▶ Organizacja konferencji prasowych:
  - na poziomie krajowym- 27.V.2010 w Ministerstwie Zdrowia,
  - na poziomie lokalnym – ok. 27.V.2010
- ▶ Prezentacja treści kampanii i inicjatyw podejmowanych przez instytucje/organizacje, związane ze współorganizacją kampanii w środkach masowego przekazu i innych



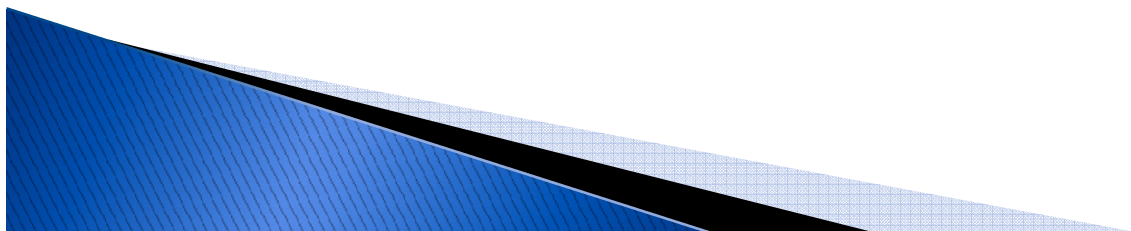


# METODYKA REALIZACJI

---



- ▶ Organizacja punktów informacyjno – edukacyjnych (połączonych z badaniem poziomu tlenu węgla i innymi pomiarami medycznymi i sprawnościowymi, rozdawnictwem materiałów, ekspozycja plakatów, itp.) na terenie:
  - miejsc, w których przebywają młode kobiety tj. zakładów pracy, centrów handlowych, zakładów opieki zdrowotnej, Poradni K, szpitali położniczo-ginekologicznych, szkół, innych

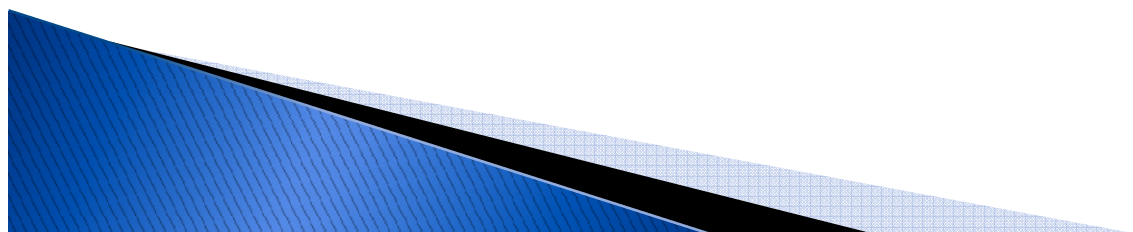


# METODYKA REALIZACJI

---



- ▶ Działania podejmowane w ramach programu przedszkolnej edukacji antytytoniowej „Czyste Powietrze wokół Nas”, skierowane do matek dzieci w wieku przedszkolnym
- ▶ Inne autorskie przedsięwzięcia wg możliwości i pomysłowości organizatorów na poziomie lokalnym

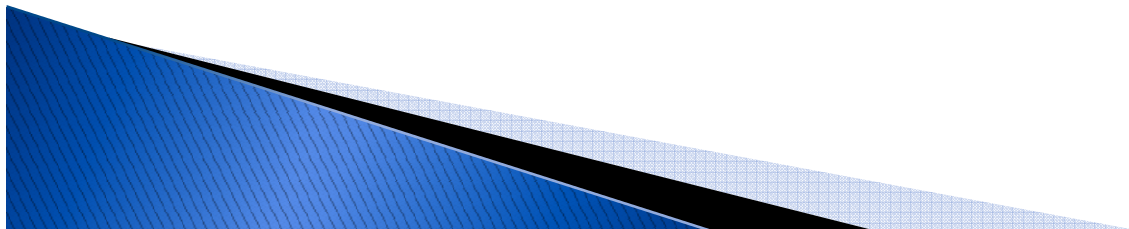


# PODSUMOWANIE KAMPANII

---



- ▶ Przedstawienie oceny i efektów działalności prowadzonej na poziomie powiatowym do WSSE - 15 września 2010 r.





**Dziękuję za uwagę**

