

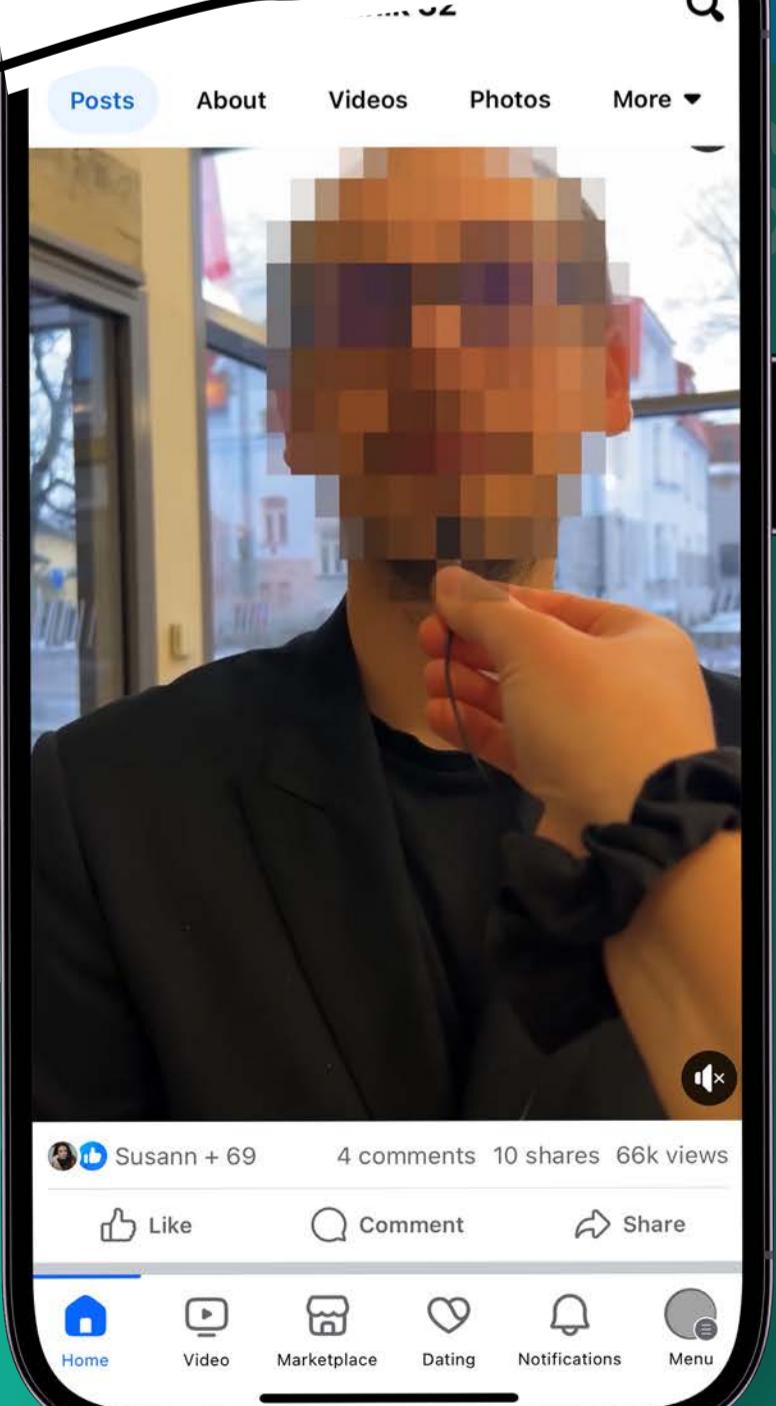
**Kliinik 32**  
Hammaste tervise kuu

**Probleem -**  
**Enamus noori arvavad, et mokatubakas ja veipimine on süütud harrastused, mis nende tervist eriti ei möjuta.**

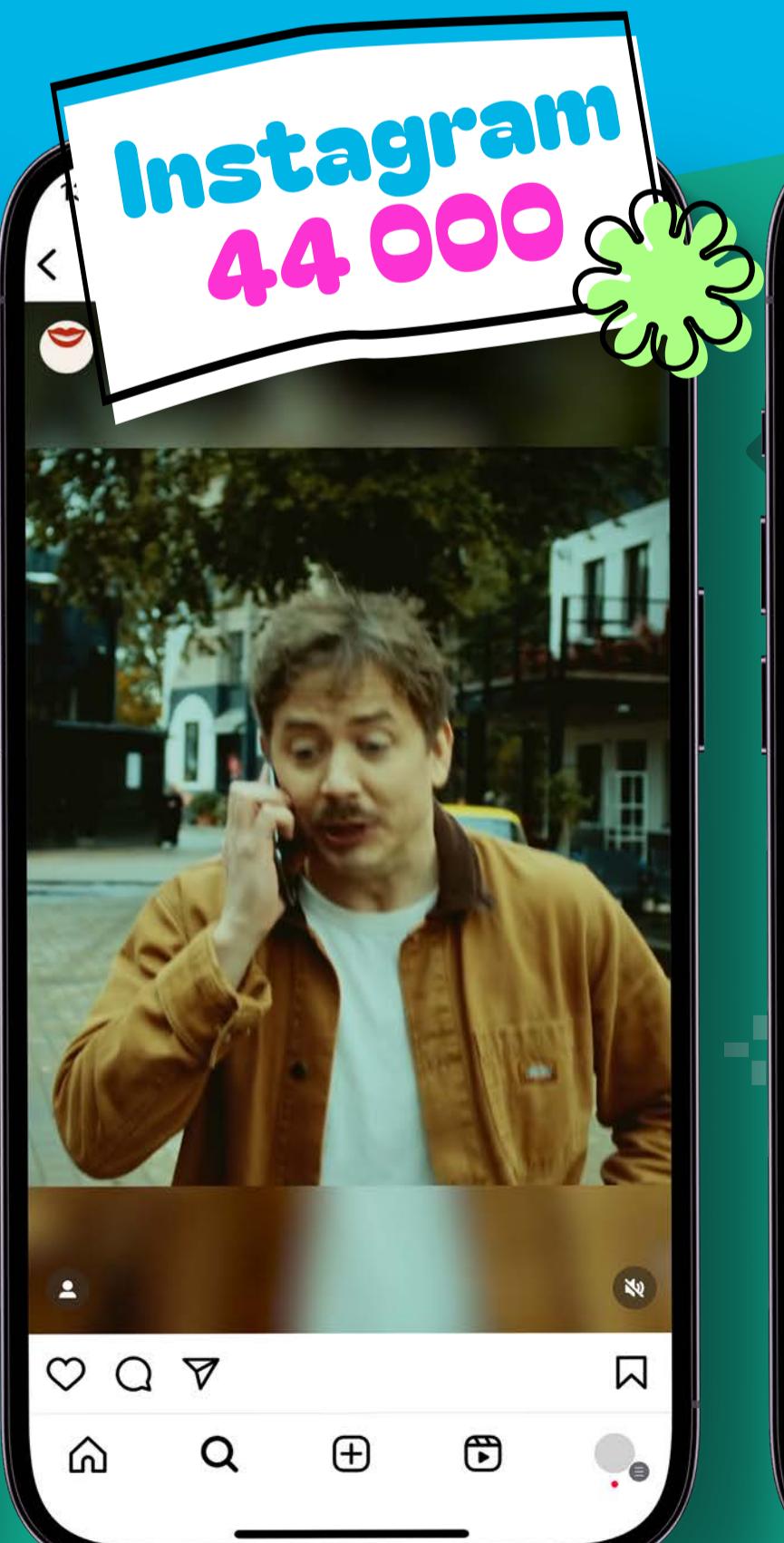
## Kampaania tulemused:

sotsiaalmeedia  
postituste  
reach oli üle

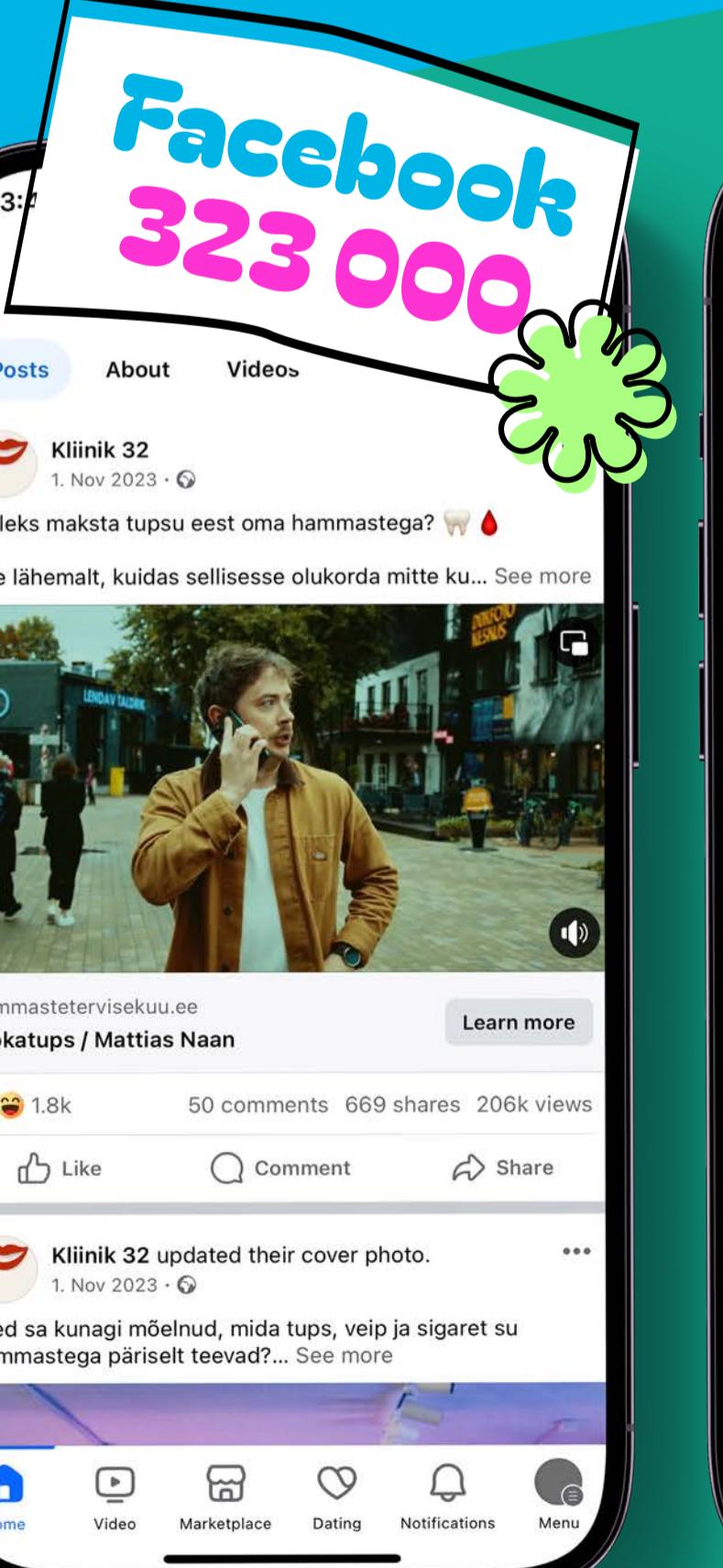
500 000  
kontakti



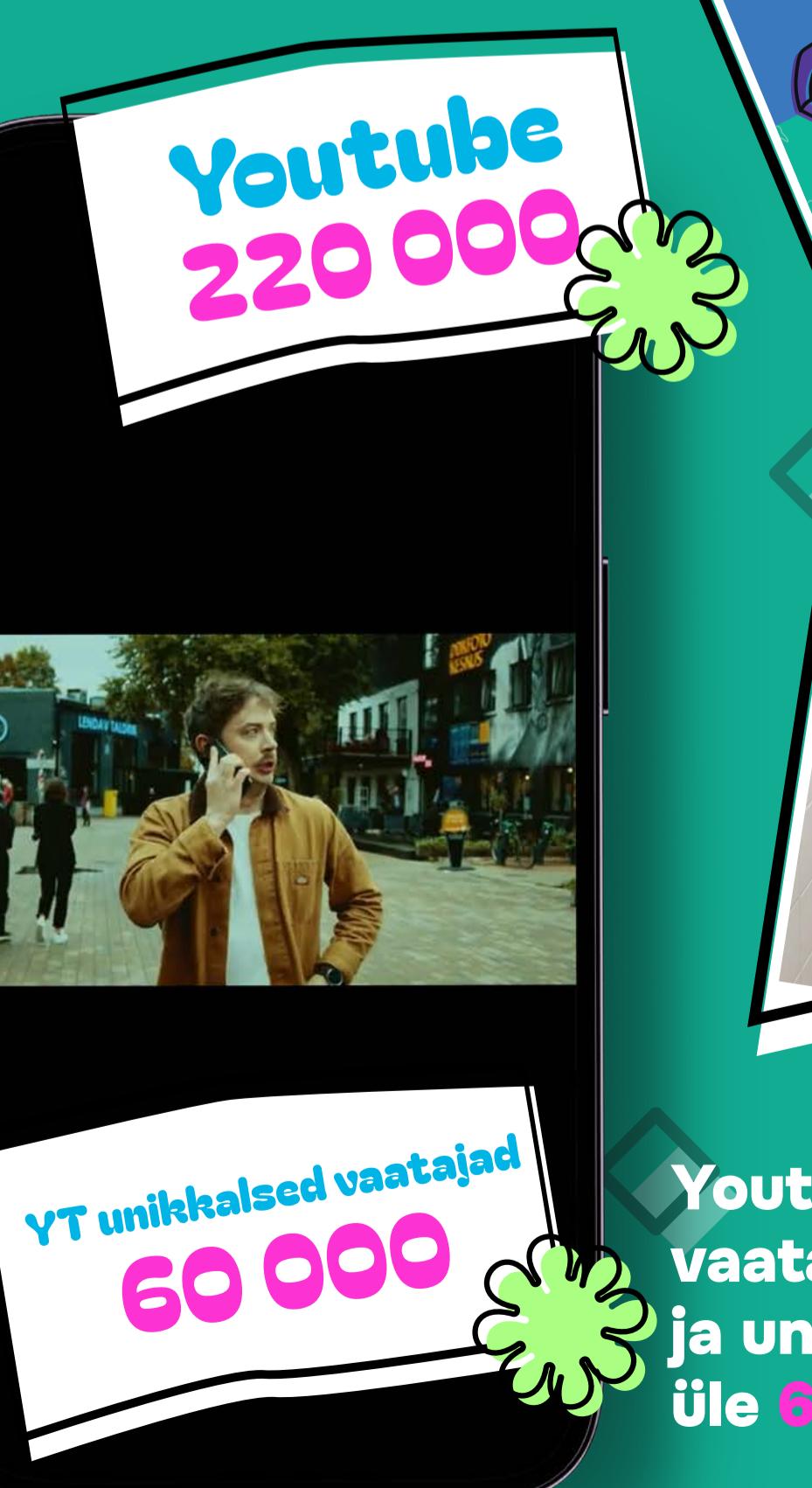
Instagram  
44 000



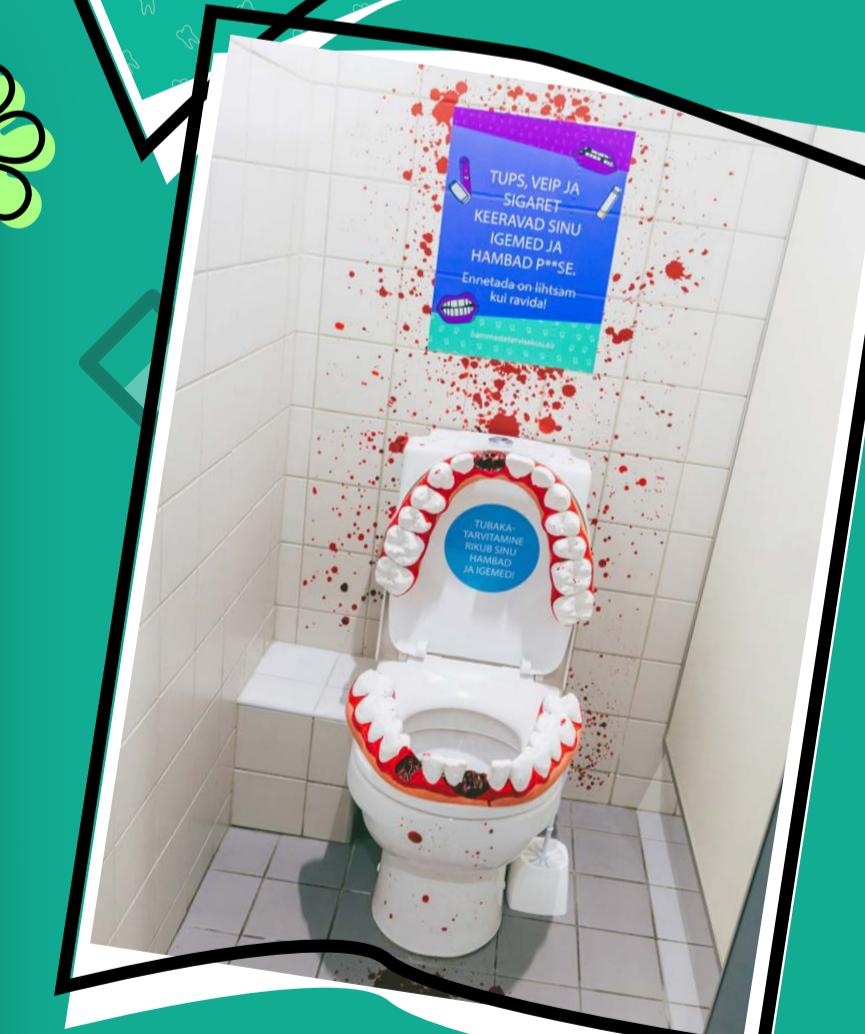
Facebook  
323 000



Youtube  
220 000



YT unikaalsed vaatajad  
60 000



Youtube's oli videote  
vaatamisi üle 220 000'de  
ja unikaalsed vaatajaid  
üle 60 000

**Jaak Madison**  
Esiteks ei müüda Eestis ega kuskil peale Roots'i õiget "tupsu" ehk snusi, kuna seda keelab armas direktiiv, mille kohaselt tubaka sisaldusega alternatiivoode on keelatud (Rootsi sai kunagi aastal 1995 erandi tuginedes oma mokatubaka ajaloole), kuid vabalt võib seega müüa nö "võltstupsu" ehk ainult puhta nikotiinisaldusega padjakesi.

Teiseks ei vasta muidugi ka töele see hirmukampaania, et kohe hambad lagunevad ja vajad proteese. Ükski tubaka- ega nikotiinitoode ei tee tervisele kasu, kuid samas nüüd mokatubaka ehk snusi möju avaldub ikka väga pikaa ajaga. Seega vähem paanikat ja hirmutamist.

54

**Lahendus -**  
**Võtsime punti Mattias Naani ja Tallinna Ülikooli. Näitasime piltlikult kuidas ostes tupsu või veipi maksad selle eest sõna otseses mõttes hiljem oma isiklike hammastega!**

Digimeedia ja PR aitasid asja võimendada ja masside ni jõuda. Tegime kampaania avaürituse Tallinna Ülikooli WC's, sest tualetid on koolides see koht kus veipimine on tavalline.

Saatsime kõigile koolidele teavituse kampaania algusest. Tallinna Ülikool osales pilootprojektis kus panime üles õõvastava installatsiooni, mida märkas ka Õhtuleht. Tegemist oli nii hea reklaamiga, et see lihtsalt varastati ära, mis tömbas kampaaniale lisatähelepanu.

Kogu projekt oli nii edukas, et hakkasime saama ka teistelt koolidel palvekirju jagada nendega kampaania materiale võitlemaks koolides vohava tupsu ja veipimis epideemiaga.



**812  
jagamist**

