

IAA ULUSLARARASI REKLAMCILIK DERNEĞİ
14.ÜNİVERSİTELERARASI REKLAM YARIŞMASI
ÇEVRE DOSTU
DOĞALGAZ



CO SPONSOR
BORUSAN
MANNESMANN

ANA SPONSOR

 **IGDAS**
"Gökyüzüyle Arkadaş"

 Inspiring Excellence
in Communications
Worldwide

A- YARIŐMANIN TANITIMI

2010-2011 ÜNİVERSİTELERARASI REKLAM YARIŞMASI ÖNSÖZ

Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA Türkiye Bölümü), Türkiye’de pazarlama, reklam ve iletişim konusunda eğitim veren bütün Yüksek Okul ve Fakülteleri 2010 - 2011 dönemi 14. Üniversitelerarası Reklam Yarışması’na davet ediyor.

Öğrencilerin entegre pazarlama ve iletişim konusunda, gerçek hayattan alınmış bir olay çalışmayı yaşayarak çözmelerini istediğimiz 14. Üniversitelerarası Reklam Yarışması’nın konusu:

“ÇEVRE DOSTU DOĞALGAZ...”

Katılım yönetmeliği, kampanya ile ilgili reklam “brief”i ekte sunulmuştur. Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA) Türkiye Bölümü adına bu yarışmaya katılan bütün okullara başarılar diliyoruz.

ULUSLARARASI REKLAMCILIK DERNEĞİ (IAA)

IAA, dünyada reklamverenler, reklam ajansları, reklam mecraları ve reklamları yanyana çalışan araştırma şirketleri, halkla ilişkiler şirketleri gibi kuruluşların yöneticilerini bir araya getiren tek organizasyondur. Kâr amacı gütmeyen bu uluslararası örgüt 1938’de kurulmuştur ve 76 ülkede yaklaşık 4.000 üyesi bulunmaktadır.

IAA, (non-governmental organization - NGO) devletler üstü statü ile Birleşmiş Milletler (ESOSOC) ve UNESCO tarafından tanınmış bir kuruluştur. Birleşmiş Milletler (UN) sistemi içinde New York, Paris, Viyana ve Cenevre’de temsilci bulundurmaktadır.

IAA, Brüksel’deki “European Advertising Tripartite”de gözlemci bulundurmakta ve Avrupa Birliği reklamcılık ve medya çalışmalarına yardımcı olmaktadır.

IAA, Avrupa Birliği’nde reklamcılık eğitimi ve kamu yararı (Public Service) reklamların hazırlanmasında resmi danışmanlık yapmaktadır.

IAA’nın hedef ve amaçları:

- Reklamcılık standartlarının yükseltilmesi, daha iyi uygulanması ve gelişmesi için, genel ticari iletişimin düzeyini yükseltir,
- Reklam konusunda eğitim ve öğretim programları hazırlar ve geliştirir,
- Hükümetler ve uluslararası resmi organlarla ilişkiler kurarak, reklamcılıkla ilgili konularda, ortak ve olumlu görüşlerin benimsenmesine çaba harcar,
- Reklamcılığın ulusal sistemler içinde organize olmasını yüreklendirir ve güçlendirir,
- Reklam aleyhindeki hücum ve haksız yasaklamalara karşı sektörün sözcülüğünü yapar.

IAA, iletişim ve pazarlama konularında, hükümetlerin yasal düzenlemelerine etkin olarak katkıda bulunur ve reklamın işlevinin daha iyi anlaşılması için eğitimciler ve tüketici birlikleri ile işbirliği yaparak aktif rol oynar. Aynı amaçla kurulmuş ulusal derneklerle birlikte çalışır. Dünyadaki bütün ülkelerin reklam ve pazarlama sorunlarının çözümüne yardımcı olur.

Temel amacı, tüketicinin de yararlarını gözeterek, pazarlama ve reklamcılık mesleğinin düzeyini yükseltmeye çalışmaktır. Uluslararası Ticaret Odası’nın koyduğu, “Reklamcılık Ahlak Yasası”na kesinlikle uyulmasına, meslek yasalarına bağlı çalışmasına özen gösterir.

IAA, konferans dizileri, toplantılar düzenler, eğitim ve araştırma çalışmalarını destekler, uluslararası ve ulusal dökümanlar yayımlar. Böylece üyelerini devamlı olarak bilgilendirmek, çalışma ve ilgi alanlarındaki gelişmeleri duyurmak, bilgi, deneyim ve ustalıklarının elden ele geçmesini hızlandırmak için çaba harcar.

IAA bütün tüketicilerin çıkarlarının korunmasını, tüketicinin güvende olmasını ilke olarak benimser ve bu ilkenin sorumluluğunu her an taşır.

Reklam sektörünü geliştirmek ve bu kapsamda okullarda ve okullar dışında eğitim çalışmalarına destek olmak, IAA'nin yüklendiği görevlerin başında gelmektedir.

IAA Türkiye Bölümü'nü kurma çalışmaları 1972 yılında başlamış ve 1973 yılında IAA ile yakın ilişki içinde çalışan bir dernek oluşmuş, ancak "Uluslararası Reklamcılık Derneği" Bakanlar Kurulu kararı ile 1988 yılında kurulmuştur. Uluslararası Reklamcılık Derneği, bugün yüzü aşkın reklamveren, reklam ajansları, reklam medyaları, medya satınalma, planlama, halkla ilişkiler ve araştırma şirketlerini temsil eden üyeye sahiptir.

Üniversitelerarası Reklam Yarışması, Üniversite Akreditasyonları gibi eğitim faaliyetleri ile yüksek öğrenim kurumlarındaki öğrencileri desteklemekte ve onların iyi bir profesyonel olarak yetişmelerine yardımcı olmaktadır.

Tıpkı IAA Uluslararası gibi, IAA Türkiye Bölümü de reklamcılık sektörünü geliştirmek için aynı hedef ve amaçlar doğrultusunda çalışmaktadır.

İGDAŞ HAKKINDA

İstanbul Gaz Dağıtım Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (İGDAŞ), 25 Aralık 1986 tarihinde İstanbul Kaynak Geliştirme ve İştirakler Dairesi'ne bağlı olarak; İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve bazı iştiraklerin katılımıyla, şehrin doğalgaz ihtiyacını karşılamaya yönelik çalışmaların yapılması ve yatırımlara başlanması amacıyla kurulmuştur.

Doğalgazın sanayi ve şehir şebekelerinde kullanımı, 84/8806 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'yla 1984 yılında SSCB ile imzalanan doğalgaz sevkiyatı anlaşmasını müteakip öngörülmüştü. Bu karara istinaden İstanbul'da İ.E.T.T. bünyesinde fizibilite çalışmaları başlatıldı ve alınan teklifler incelendikten sonra, konunun ülkemizde yeni olması sebebiyle Mayıs 1987'de, İstanbul doğalgaz sisteminin malzeme ve işçiliği Fransız SAE firması ile Alarko konsorsiyumuna ihale edildi. 1989 yılında başlanan çalışmalar neticesinde abonelere ilk doğalgaz 1992 Ocak ayında verildi. Yatırımın birinci bölümü Mayıs 1993'te tamamlandı. Daha sonraki çalışmalar İGDAŞ bünyesinde yürütülmeye başlanmıştır.

Doğalgazın temiz yakıt olması ve şehrin hava kirliliğinin azaltılmasına yapacağı olumlu katkı düşünülerek, doğalgaz ulaşan yerlerde kullanımının zorunlu hale getirilmesi için İl Mahalli Çevre Kurulu İl Umumi Hıfzısıhha Meclisi'nce karar alınmasını sağlamak üzere İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından talepte bulunuldu. Bu çabalar sonucunda, İl Mahalli Çevre Kurulu'nca 30.11.1994 tarih 5 sayılı, 26.01.1995 tarih ve 1 sayılı, İl Umumi Hıfzısıhha Meclisi'nce 28.06.1995 tarih ve 7 sayılı kararlar alındı.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü tarafından, doğalgazın öncelikle hava kirliliğinin yoğun olduğu bölgelerde kullanılmasının temini için, 1995 yılında Y.T.Ü İnşaat Fakültesi Çevre Mühendisliği Bölümü'ne "İstanbul'da Hava Kirliliği Haritasının Çıkarılması ve Doğalgaz Kullanımına Öncelik Verilecek Bölgelerin Belirlenmesi Araştırma Projesi" çalışması yaptırıldı. Bu proje ile elde edilen bilgilere göre kirliliği belirlenerek öncelikle bu yerlere doğalgazın ulaştırılması sağlanmıştır.

27 Mart 1994 seçimlerinden sonra iş başına gelen yeni yönetimin ilk hedefi yatırımlara hız vermek ve halkı doğalgaz kullanımı konusunda bilinçlendirmek olmuştur. Takip eden süreçte yeni yönetimin benimsediği anlayışla, İstanbul halkına en iyi şekilde hizmet vermek için yapılan çalışmalar atıl durumda bulunan İGDAŞ'ın dünya standartlarını yakalamasını sağlamıştır.

IAA ÜNİVERSİTELERARASI REKLAM YARIŞMASI KURALLARI

Üniversitelerarası Reklam Yarışması, IAA'ın bütün dünyada uyguladığı öğrenci reklam yarışmasının (Student Advertising Competition, InterAd) bir devamıdır.

a) Amaç

Bu yarışma, yüksek okul ve fakülte lisans öğrencilerinin gerçek hayattan alınmış bir konu üzerinde çalışmaları, reklam ve pazarlama stratejileri konusunda, akademik çalışmaların dışında, gerçek dünyada iletişim tecrübeleri edinmelerini amaçlamaktadır.

Yarışma rekabetçi bir ortamda, mecralarda yayınlanmak için hazırlanan böyle bir çalışmanın disiplin ve stresine öğrencileri hazırlamayı ve çok yönlü pazarlama iletişim stratejileri ve buna bağlı promosyon çalışmaları için eğitilmelerini amaçlamaktadır.

Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA Türkiye Bölümü)'nün yarışması, bir **bütüncül pazarlama iletişimi** yarışmasıdır. Piyasa koşulları, hedef piyasalar/gruplar, rekabet koşulları, konumlandırma ve nihayet, bütüncül pazarlama iletişiminin bileşenleri büyük önem taşımaktadır.

Sunulacak materyal içinde yer alan rapordaki iletişim konumlaması, strateji, yaratıcı çalışmalar ve entegre pazarlama, değerlendirmedeki en önemli unsurlar olacaktır.

b) Katılım

Üniversitelerarası Reklam Yarışması, iletişim, işletme ve güzel sanatlar fakülteleri ile pazarlama iletişimi ve pazarlama alanında program sunan bütün fakülte ve yüksek okulların öğrencilerine açıktır.

Katılım ücretsizdir. Katılım için, her okulun danışman öğretim üyesinin doldurduğu katılım formu **14 Ocak 2011 Cuma günü saat 17:00'ye** kadar faks veya mail yoluyla Uluslararası Reklamcılık Derneği Merkezi'ne ulaştırması gerekir.

Her fakülte en fazla üç takımla yarışmaya katılabilir. Her takımda istenildiği kadar öğrenci görev alabilir. "Lisansüstü" eğitim gören öğrenciler takımlarda görev alamazlar. Her takımın bir öğretim üyesi ya da görevlisi, danışman sıfatıyla katılmalıdır. Aynı danışman, birden fazla takımdan sorumlu olabilir.

Takımlarda öğrenci sayısı ne olursa olsun (projede isimleri yer alabilir), **yalnız beş öğrenciye**, ödül olarak **Apple MacBook** verilecektir. Bir öğrenci, birden fazla takımda görev alamaz.

Yarışmaya katılacak takımlar birer model reklam ajansıdır. Her takımda reklam işlevlerini gerçekleştirecek bölümler (Araştırma, Yaratıcı Bölüm, Medya, Mali İşler, Müşteri İlişkileri vs.) ve her fonksiyondan sorumlu bölüm başkanları (Ajans Başkanı, Başkan Yardımcısı, Mali Sorumlu, Müşteri İlişkileri, Yaratıcı Bölüm Başkanı, vs.) bulunacaktır.

Ajans Başkanı yönetimin başında olacak, olayın liderliğini ve yönlendirmeyi üstlenecektir. Başkan Yardımcısı, Ajans ile Dernek arasındaki ilişkileri yürütecek ve çalışmaların yarışma şartlarına ve zamanlamaya uygun olarak yürütülmesini sağlayacaktır. Diğer bölüm başkanları da kendi sorumlulukları içindeki işlerin en iyi şekilde yapılmasını sağlayacaktır. Bir projenin başarılı olması, seçilen takım oyuncularının olaya dört elle sarılmasına ve uyumlu bir takım çalışmasının yapılabilmesine bağlıdır. Bu nedenle takımın kuruluşu çok önemlidir.

c) Ajans Broşürü

Başarılı bir çalışma için takım birliği sağlanmalıdır. Bu amaçla her takım bir reklam ajansı olarak tanımlanmalı ve her ajansın bir ismi ve logosu olmalıdır. Her ajans kendi çalışma felsefesini, ajans varoluş nedenini özetleyen bir “misyon belirleme” yazısı hazırlamalı ve ajans çalışanlarının birlikte çekti oldukları resim ile birlikte ajans broşürüne koymalıdır. Ajans broşürü, ajansın organizasyon şeması ve her öğrencinin isim ve görev dağılımını göstermelidir. Böyle bir broşür hazırlanması takım uyumunu arttıracak, herkesin görevini daha iyi anlamasını ve projeye daha yararlı olmasını sağlayacaktır.

d) Kampanya Hazırlığı

Başarılı bir kampanya hazırlığı her şeyden önce “Reklam Brief”inin çok iyi anlaşılmasına bağlıdır. Katılımcılar ihtiyaç duyarlarsa araştırmaya başvurabilirler. Bilgi için her türlü literatürden, birinci ve ikinci el kaynaklardan yararlanılabilir.

e) Materyaller

Kampanyanın yaratıcı rasyonelini, hedeflerini ve uygulama açıklamalarını içeren bir rapor hazırlanacak, raporla birlikte her medyada yayınlanması planlanan reklam, senaryo, metin, desen, “jingle”, ve “storyboardlar”ı DVD’de (word, power point, jpg, Windows Media Player gibi her PC’de kolay açılacak formatlar olması gerekmektedir), **21 Mart 2011 / Pazartesi günü saat 17:00’ye** kadar IAA Dernek Genel Merkezi’ne teslim edilmiş olacaktır. **DVD’ye işleri kaydederken, “burn” ayarlarında kesinlikle PC formatı olarak kaydedilmelidir.** Macintosh kesinlikle açılmamaktadır, kullanılmamalıdır.

Not: “DVD haricinde basılı veya görsel malzeme gönderilmemelidir. Yarışmaya katılan her öğrenciye ve danışmana sertifika verileceği için danışman ve öğrenci isimleri DVD’de muhakkak yazılı olmalıdır.”

Ön jüri, değerlendirmesini elektronik ortamda yapacağı için çalışmanın tümünün yine elektronik ortamda teslim edilmesi önemlidir.

Kampanyada etkin bir iletişim için, önerilebilecek tüm mecralarda çalışma yapılacaktır.

- Yarısmaya katılacak filmler mpeg formatında; basılı malzemeler, ilanlar, .jpg formatında bire bir ölçüde DVD'ye yüklenerek teslim edilmelidir.
- Her sayfada IAA ve Ana Sponsorun logosu eşit ölçülerde, co-sponsor logosu daha küçük ebatta yerleştirilecektir.

f) Çalışma Şekli

Yapılan çalışma özgün bir eser olmalıdır. Öğrencilerin kendi çalışmalarını yapmaları, profesyonel kaynaklardan yardım almamaları gereklidir. Dernek'ten sadece reklam "brief"ini açıklayıcı hususlar için ek bilgi istenebilir. Derneğe yönettirecek bu tip başvurular yazılı olarak yapılmalıdır. Bu sorulara verilecek cevaplar, ek açıklama olarak bütün diğer katımcılara da dağıtılacaktır. Her takımın danışmanı, normal bir öğrenci - öğretim üyesi ilişkisi içinde projelerin gelişimine katkıda bulunmalıdır. Bu projeler, ilgili derslerin bir parçası olarak da görülebilir.

g) Değerlendirme

Çalışmalar, IAA Türkiye Bölümü Yönetim Kurulu asil ve yedek üyelerinden ve sponsor kuruluş temsilcilerinden meydana gelen "Jüri" tarafından değerlendirilecektir. Jüri'de bulunacak üyeler Türkiye'nin önde gelen reklamveren, reklam ajansı, medya, halkla ilişkiler ve araştırma kuruluşlarının temsilcileri ve Sponsor kuruluşların yetkilileri olacaktır.

Katılımcılar, Yönetim Kurulumuzdaki üyeler/jüri tarafından iki aşamada değerlendirilecektir. Her iki aşamada değerlendirme ekte gönderilen Jüri Değerlendirme Formu'na göre yapılacaktır. Jürinin kararı kesindir ve tartışmaya açık değildir.

h) Sunum

Ön elemeyi geçen her takıma, tarihi ve adresi daha sonra bildirilecek olan yere gelerek 20 dakikalık bir sunum yapma imkanı verilecektir. Sunum 20 dakika içinde bütün çalışmaları kapsayacak şekilde planlanmalıdır.

Kampanyaların telif, basım, gösterim, kullanma ve IAA'in uygun gördüğü kuruluşlara devredebilme gibi (yukarıda adı geçsin/geçmesin) tüm hakları Uluslararası Reklamcılık Derneği'ne aittir.

Finale kalan takımların; sunumu 20 dakikalık “audio-visual” olacak, uyması gereken teknik donanım kriterleri aşağıda açıklanmıştır.

*** Sunum Araçları - İhtiyaçlar:**

Görsel sunum perde üzerinde projektör aracılığı ile büyütülerek yapılacaktır. Gerekli donanım sunum odasında bulunacaktır. Katılımcılar sunumlarının bulunduğu ortamı aşağıdaki şartlara göre seçebilirler.

*** Bilgisayar:**

- Katılımcılar kendi bilgisayarlarını getirebilirler: Ancak;
 1. Getirilen bilgisayar taşınabilir (laptop) olmalıdır.
 2. Laptop VGA çıkışa sahip olmalıdır.
 3. Laptop maksimum 1024*768 çözünürlükte çalışmalıdır. Daha yüksek çözünürlükteki bilgisayarların görüntüsü perdeye verilemeyecektir.
 4. Sunumun bir kopyası DVD veya FLASH MEMORY’e Laptop’da Microsoft Powerpoint XP versiyonda çalışabilecek şekilde kopyalanmalı ve yarışma öncesi teknik ekibe teslim edilmelidir.
 5. Sunumun bahsedilen programda çalışmıyor oluşundan katılımcı sorumludur.
- Katılımcılar sunum odasında bulunacak bilgisayarları kullanacaklarsa;
 1. Sunum Microsoft Powerpoint 97 ve üzeri versiyonlarda hazırlanmış olmalıdır.
 2. Sunumun yapılacağı bilgisayar Laptop’dur. Bu nedenle Apple Macintosh vb. farklı tür kişisel bilgisayarlarda hazırlanan sunumlar Laptop’da çalışmayacaktır.
 3. Katılımcılar sunumlarını DVD veya FLASH MEMORY üzerinde getirebilirler.
 4. Katılımcılar sunumun maksimum 1024*768 çözünürlükte yapılacağını düşünerek hazırlanmalıdırlar.

Not: Yukarıda bahsi geçenlerden farklı sunum aracı kullanmak isteyen katılımcılar, Uluslararası Reklamcılık Derneği’nin 0212 325 27 88-90 no.lu telefonlarından bilgi almalıdırlar.

Sunum için, İstanbul’a geliş ve sunum masraflarına katkıda bulunmak amacıyla Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA Türkiye Bölümü), İstanbul dışından gelen takımlara 300.-TL (Üçyüz Türk Lirası), İstanbul içinden katılanlara ise 150.-TL (Yüzelli Türk Lirası) ödeme yapacaktır. Bu ödeme, sadece sunum yapmaya hak kazanan takımlara, sunumdan sonra yapılacaktır. Ön elemeyi geçemeyen takımlara herhangi bir ödeme yapılmayacağı **önemle** duyurulur.

1) Ödüller

Tüm okulların yarışmaya katılan takımlardaki öğrencilerine, katılımlarını belgelemek için Uluslararası Reklamcılık Derneği 14. Üniversitelerarası Reklam Yarışması Katılım Sertifikası verilecektir. Danışman öğretim üyeleri de katkılarından dolayı birer sertifika alacaklardır. Dereceye giren takımlara IAA plaketi verilecek ve okulları medyada kamuoyuna duyurulacaktır.

Yarışmayı kazanan takımın 5 (beş) öğrencisine Apple MacBook verilecektir.

i) Bilgi

Yarışma ile ilgili ek bilgiler için, Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA Türkiye Bölümü)'nden bilgi alabilirsiniz. www.iaaturkey.com

ZAMANLAMA

Okulların Katılım Formu Teslimi	- 14 Ocak 2011 / Cuma
Okulların Kampanya Raporu ve Reklam Çalışmalarının Teslimi	- 21 Mart 2011 / Pazartesi
Ön Jüri Çalışması	- 28 Mart 2011 / Pazartesi 11 Nisan 2011 / Pazartesi
Ön Elemeyi Geçen Takımlara Bildirim	- 13 Nisan 2011 / Çarşamba
Ajansların Sunumu (20 dakika) (tarih değiştirilebilir)	- 24 Nisan 2011 / Pazar
Ödül Töreni	- Mayıs 2011 sonu veya Haziran 2011 başı

B - KAMPANYA STRATEJİ BİLGİLERİ

KONU :

“ÇEVRE DOSTU DOĞALGAZ...”

I. DURUM DEĞERLENDİRMESİ

Enerji kavramının günümüz dünyasında ekonomik gelişim ve sosyal yaşam kalitesi üzerinde oynadığı olumlu rol son derece açıktır. Buna karşın, artan enerji tüketimi ve buna bağlı çevre problemlerinin yaşam kalitesini kabul edilebilir ölçülerin ötesinde olumsuz etkilemesinin de önüne nasıl geçileceği halen tartışılan ve ileriye yönelik arayışların devam ettiği bir konudur.

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) verilerine göre bugünkü enerji üretim ve tüketim alışkanlıklarının aynen devam etmesi durumunda, 2020 yılında dünya enerji ihtiyacının 1995 yılına göre %65 artacağı ve bu ihtiyacın %92'sinin fosil yakıtlardan karşılanacağı tahmin edilmektedir. Bu senaryoya göre aynı dönemde atmosferdeki karbon emisyonları %70 artacaktır.

Bu artış eğiliminin sürmesi durumunda ise, 2100 yılına kadar ortalama küresel sıcaklığın 1 ile 3,5 °C arasında yükselmesi ve buna bağlı olarak deniz seviyesinin yükselip, küçük adalar ile sahil şehirlerinin su altında kalması ve sıra dışı iklim değişimlerinin oluşması ile tarım ve insan yerleşiminin olumsuz etkilenmesi söz konusu olacaktır.

Bu durumda asıl üzerinde durulması gereken konu artan enerji talebini karşılamak için hangi enerji kaynaklarının kullanılması gerektiğidir. Japonya'nın Kyoto kentinde Aralık 1997'de düzenlenen ve "Sera Gazları Emisyonları Konusunda Kyoto İklim Değişim Protokolü" olarak adlandırılan toplantının katılımcı ülkeleri bugünkü ve gelecek nesillerin enerji üretim ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye yönelik uzun vadeli bir süreci başlatmışlardır.

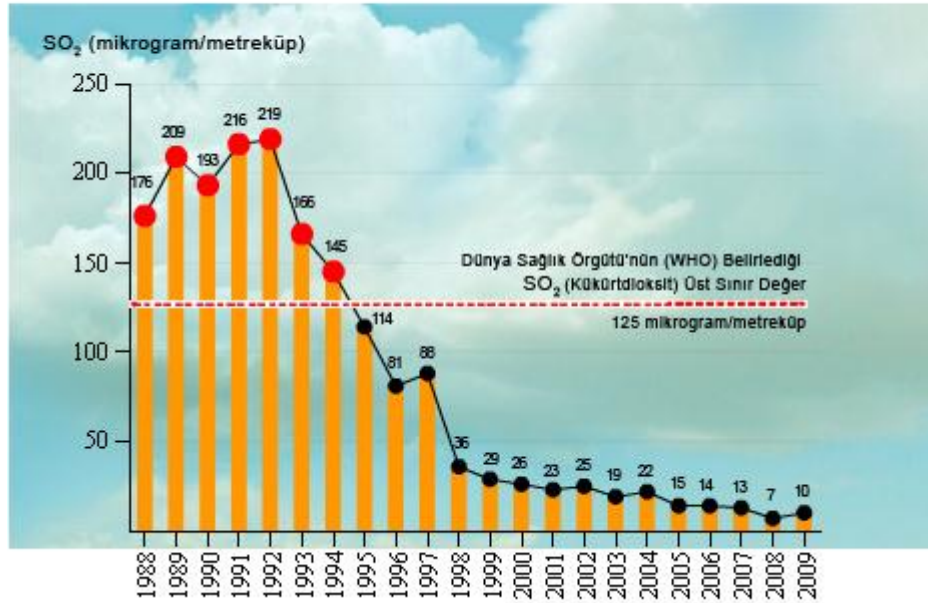
Küresel ısınmanın gerçek ve ciddi bir sorun olduğunu kabul eden katılımcı ülkeler, 2008-2012 yılları arasında sera gazları emisyonlarını 1990'lı yıllardaki seviyesinden %5 daha aşağıya çekme konusunda bağlayıcı karar aldılar. Ancak enerji sektörü sermaye-yoğun bir yatırımdır ve değişiklik zaman ister.

Enerji kullanımını kişisel alışkanlıkları değiştirerek veya bunlar üzerinde kısıtlamalar getirerek azaltmak kolay değildir. Bu nedenle, kısa vadede doğalgaz gibi daha az karbon yoğun yakıtlara geçilmesi eğiliminin artarak devam edileceği düşünülmektedir.

İstanbul'da Hava Kirliliğini Önlemede En Büyük Pay İGDAŞ'ındır.

Yıllara Göre Hava Kirliliği

İstanbul Dünyanın, Havası En Temiz Şehirlerinden Biri



1990'lı yılların başından itibaren İstanbul'da hava kirliliği insan sağlığını tehdit etmeye başlamıştı. Hava kirliliğinin çok yoğun yaşandığı kış günlerinde sokağa çıkma yasakları uygulanmış, televizyon ve radyolardan zehir raporları yayınlanmıştı. 1994 Yerel Seçimleri sonrasında İstanbul'da göreve gelen yeni yönetim soluk almakta zorlanan İstanbul için acil önlemler almaya başladı. Hava kirliliği ile mücadelede en etkili yöntem temiz yakıt kullanmaktır.

Bu nedenle, bir taraftan İstanbul Büyükşehir Belediyesi kaçak ve kalitesiz kömürün şehre sokulmasını ve kullanılmasını önlerken, diğer taraftan İGDAŞ da temiz yakıt doğalgazı yaygınlaştırma çalışmalarını yürüttü. Özellikle kış aylarında bir kabus gibi İstanbul'un üzerine çöken kirli hava, doğa dostu doğalgazın yaygınlaştırılması ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin aldığı etkin önlemlerle tarihe karıştı.

Dünya standartlarına göre bir metreküp havada bulunması gereken maksimum kükürtdioksit (SO₂) konsantrasyonu 150 mikrogram iken, İstanbul'da DİE verilerine göre 1994-95 kış aylarında ortalama 250 mikrograma kadar yükselmiştir. 1995-96 kış aylarında doğalgaz kullanımının yaygınlaşması ile bu değer 115 mikrogram/m³'e, 1998'de 38 mikrogram/m³'e ve ardından yıllar itibariyle kademeli olarak daha da düşerek 2008 yılı sonu itibariyle 7 mikrogram/m³'e kadar inmiştir. WHO (World Health Organization) Dünya Sağlık Örgütü Standartlarına göre sınır değer 125 mg/m³ olup, İstanbul'un kükürtdioksit oranının, bu değer çok altında olduğu görülmektedir. Bu durum İstanbulumuzun hava kalitesi bakımından en sağlıklı değerlere sahip olduğunun ispatıdır. Bunda İGDAŞ'ın payı büyüktür.

Yaz ve kış aylarında İstanbul havasının kirlilik miktarları karşılaştırıldığında, hava kirliliğinin asıl olarak, doğalgaz dışındaki fosil yakıtlardan kaynaklandığı görülmüştür. Ayrıca bu yakıtların gerek şehre sokulması gerekse artan külün şehir dışına taşınması sırasında binlerce kamyonun hava kirliliği ve trafik sıkışıklığına sebep olduğu gerçeği ve daha birçok neden İGDAŞ'ın yatırım atağına kalkmasına neden olmuştur. 1994 yılında ısınma amacıyla kullanılan kömür miktarı 9 milyon ton/yıl iken bugün doğalgazın yaygınlaşması ile neredeyse yok denecek kadar azalmıştır.

DOĞALGAZ NEDİR?

Milyonlarca yıl önce yaşamış bitki ve hayvan kalıntıları, zamanla yerkabuğunun derinliklerine toplanmıştır. Bunlar zamanla fiziksel ve kimyasal değişikliğe uğrayarak petrol, kömür ve doğalgaz meydana gelmiştir. İçeriğinde büyük oranda Metan (CH₄) olmak üzere çeşitli hidrokarbonlardan oluşan yanıcı bir gaz karışımıdır.

DOĞALGAZIN ÖZELLİKLERİ

- Tabiatta ilk çıktığında renksiz ve kokusuz olan doğalgaz havadan hafif bir gazdır.
- Doğalgaz kokusuzdur. İGDAŞ güvenliğiniz için sızıntı olması durumunda anlayabilmeniz için doğalgaza çürük sarımsak kokusuna benzer bir madde (THT) karıştırmıştır.
- Doğalgaz çevreyi kirletmeyen, çevre dostu temiz bir yakıttır.
- Külsüz ve ıssız bir yakıttır.
- Doğalgazın depolama sorunu olmadığından dolayı dairelerin bağımsız ısıtılmasına en uygun yakıttır.
- Doğalgazın yakılması için yakıtta bir ön hazırlığa ihtiyaç yoktur.
- Evlerde ısınmanın yanı sıra sıcak su elde etmek ve mutfakta pişirme amaçlı olarak ta kullanılabilir.
- Katı ve sıvı yakıtlara göre yanma verimi yüksektir.
- Doğalgazlı yakıtlı cihazların kullanım ömürleri fazladır.
- Doğalgaz zehirsizdir. Yaşanan zehirlenme olaylarında zehirleyen doğalgaz değil, karbonmonoksit gazıdır. Karbonmonoksit gazı; doğalgaz, gaz yağı, benzin, tüp gazı, kömür ve odun gibi yapısında “karbon” bulunan yakıtların yanması veya tam olarak yanmaması sonucunda oluşan dumanda yer alan zehirli bir gazdır. Tatsız, renksiz, kokusuz olması ve tahriş etme özelliğinin olmaması nedeni ile fark edilmediği için “sessiz katil” olarak bilinmektedir.

KULLANIM ALANLARI

- Evler, apartmanlar, toplu konutlar, okullar, oteller, tatil köyleri kısacası ihtiyacımız olan her yerde doğalgaz kullanılmaktadır.
- Doğalgazı daha çok sıcak su elde etme, ısınma ve pişirme amaçlı kullanıyoruz.
- Aslında doğalgaz soğutma sistemlerinde, araçlarda da kullanılmaktadır.
- Sanayide üretim amaçlı kullanılmaktadır.

NEDEN DOĞALGAZ?

- Doğalgaz hayatı kolaylaştırır. Konforludur.
- Doğalgaz çevre dostudur.
- Doğalgaz en güvenli yakıttır.

DOĞALGAZ KONFORLUDUR

- Doğalgaz her an için kullanıma hazır ve kesintisizdir.
- Erişimi kolaydır.
- Taşıma, depolama gerektirmez.
- Kullanımı kolaydır, zahmet gerektirmez.

DOĞALGAZ ÇEVRE DOSTUDUR

- Doğalgaz yandığında kül, pas ve is gibi atıklar oluşmaz.
- Kömür ve diğer yakıtlar yandığında çevreye yüksek oranda karbondioksit ve kükürtdioksit yayarken, doğalgazın yanması sonucunda kükürtdioksit oluşmadığı gibi yanma sonucu oluşan karbondioksit oranı diğer yakıtlara oranla çok azdır.
- Bu sebeple doğalgaz hava kirliliğine sebep olmaz.
- Tarihi eserleri harap eden kükürtdioksit salınımı ise hiç olmaz.



Doğalgazdan Önce İstanbul



Doğalgazdan Önce İstanbul



İSTANBUL DÜNYANIN, HAVASI EN TEMİZ ŞEHİRLERİNDEN BİRİ

- Hava kirliliği ile mücadelede en etkili yöntem temiz yakıt kullanmaktır.
- Bir taraftan İstanbul Büyükşehir Belediyesi kaçak ve kalitesiz kömürün şehre sokulmasını ve kullanılmasını önlerken, diğer taraftan İGDAŞ da temiz yakıt doğalgazı yaygınlaştırdı.

İstanbul Dünyanın, Havası En Temiz Şehirlerinden Biri



İstanbul Dünyanın, Havası En Temiz Şehirlerinden Biri

	SO ₂ (µg/m ³)
İstanbul	10
Amsterdam	20
Londra	41
Paris	46
Kahire	100



İstanbul Şu An Doğalgaz Kullanmasaydı

İstanbul'un yıllık doğalgaz tüketimi yaklaşık 4 milyar metreküptür. Bu miktar da doğalgaz kullanımı ile elde edilen enerji için gerekli kömür	10 milyon ton kömür
Bu kadar kömürü taşımak için gerekli araç miktarı	720 bin adet/yıl
1 milyon 728 bin ton külü taşımak için gerekli araç miktarı	173 bin adet/yıl
İstanbul trafiğine günde 6 bin adet kamyon çıkacaktı. İstanbul atmosferine yılda yaklaşık 100 bin ton kükürdioksit (SO₂) salınmış olacaktı.	



İSTANBUL DOĞALGAZ KULLANMASAYDI!..



Ortalama Yıllık Doğalgaz Kullanımı

4 Milyar m³



Bu Miktarda Doğalgaz Kullanımı İle Elde Edilen Enerji İçin
Gerekli Kömür: (1 m³ doğalgaz=2,5 kg kömür)

10 Milyon Ton Linyit Kömürü




İGDAS
"Gökyüzüyle Arkadaş"

İSTANBUL DOĞALGAZ KULLANMASAYDI!..

Bu Kadar Kömürü Taşımak İçin Gerekli Araç Miktarı: 720 Bin Adet/Yıl

İstanbul trafiğine Günde 5.952 adet kamyon trafiğe çıkacaktı.

1 milyon 728 bin Ton Külü Taşımak İçin Gerekli Araç Miktarı: 173 Bin Adet/Yıl



İGDAS
"Gökyüzüyle Arkadaş"

İSTANBUL DOĞALGAZ KULLANMASAYDI!..

İstanbul atmosferine yılda yaklaşık 100 bin ton Kükürdioksit (SO₂) salınımı



Özetle;

Doğalgaz Olmasaydı Temiz Bir hava olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı her yıl 100 bin ton zehirli atık havaya karışıyor olacaktı. 90'lı yıllardan günümüze kadar bu eşsiz kent yaşanamaz hale gelecekti.

Doğalgaz Olmasaydı Sağlık olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı kentimizde yaşayan herkes her gün zehir soluyacak, adeta yüzlerce sigara içiyormuş gibi sağlıksız yaşayacaktı.

Doğalgaz Olmasaydı Ekonomik ve verimli bir enerji kullanımı olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı ısınma ve ısıtma ihtiyacı için tonlarca kömüre, onlarca tüp'e ihtiyaç olacak, bir yıl boyunca yapılan harcamalar hesaplandığında büyük maddi kayıplar ortaya çıkacaktı.

Doğalgaz Olmasaydı Güvenlik Olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı kömür ve tüp gaz kullanımından kaynaklanan zehirlenme ve yangın oranları çok daha yüksek olacak, her yıl sayısız vatandaşımız bu yüzden hayatını kaybedecekti.

Doğalgaz Olmasaydı Konfor Olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı İstanbullular kömür sobasının tozuyla, dumanıyla mücadele edecekler, bütün odaları ısıtamamak, sıcak su temininde ki zorluklar, evlerin her yıl badana yapılması gibi birçok problemle uğraşmak zorunda kalacaklardı.

Doğalgaz olmasaydı Yaşamaya Zaman Olmazdı!

Doğalgaz olmasaydı kendinize vakit ayırmak yerine, soba yakma, kömür taşıma kül dökme gibi problemlerle uğraşp, banyoda tüp bitmesi gibi sorunlarla sık sık karşılaşacaktınız.

Ayrıca soba, evin içinde sürekli temizlik gerektireceğinden dinlenmeye vakit bulamayacaktınız.

Doğalgaz kullandığınızda eviniz de havanız da kirlenmez, ısınma ve ısıtmaya harcayacağınız zamanınız da sevdiklerinizle beraber size kalır.

Doğalgaz olmasaydı Şehrin ekolojik yapısı korunamazdı?

Doğalgaz olmasaydı ekoloji bozulacak, tarımsal tüketim ürünleri sağlıksızlaşacaktı.

Doğalgazın sağladığı temiz hava ekolojik dengenin korunmasını, meyvelerin dalından, sebzelerin toprağından sofranıza tertemiz bir şekilde ulaşmasını sağlıyor.

Doğalgaz olmasaydı Ulaşım Kolay Olmazdı?

Doğalgazın tüketiciye ulaştırılması kentin dört bir yanını sarmış yer altı dağıtım hatları ile gerçekleştirilmektedir.

Doğalgaz evinize ulaşana kadar yeraltından uzun ve güvenli bir yol seyreder.

Doğalgaz olmasaydı İstanbul'da yılda 10 milyon ton kömür tüketilecekti. Kömür ve ortaya çıkan külün taşınması için her yıl yaklaşık 1 milyon kamyon trafiğe çıkacak, şehrin sokaklarında trafiğin kilitlenmesine ve çok yoğun egzoz gazı kirliliğine sebebiyet verecekti.

İGDAŞ'ın gerçekleştirdiği yatırımlar sayesinde Doğalgaz 24 saat kesintisiz olarak evlere ulaştırılıyor, 1 milyon kamyonun trafiğe çıkmasına gerek kalmıyor.

Doğalgaz olmasaydı Tarihi Eserlerimiz Korunuyor Olmazdı?

Doğalgaz, kükürtdioksit içermediğinden Tarihi eserlerin korunmasına büyük katkı sağlıyor.

Doğalgaz olmasaydı kirliliği hava, tarihi mimari eserler üzerinde yıpratıcı ve zarar verici etkiler yaratacak, kültür miraslarımız büyük oranda tahrip olacaktı.

Dünyanın en büyük imparatorluklarına ev sahipliği yapan, bir tarih ve turizm şehri olan İstanbul'un tarihi dokusu, İstanbul'un temiz havası ile korunuyor. Doğalgaz kullanımıyla diğer yakıt türlerinin vereceği zarar önleniyor.

II. KAMPANYANIN AMACI

Kampanyanın amacı, doğru iletişimle doğalgazın çevre üzerindeki olumlu etkisinin daha yaygın algılanmasının sağlanmasıdır.

İstenen, bir bilgilendirme, ikna etme ve olumlu algıları yaygınlaştırma çalışmasıdır.

III. HEDEF KİTLE

İstanbul şehrinde yaşayan her kesimden (A-B-C1/C2-D), 25 yaş üstü, kadın ve erkekler hedeflenmiştir.

IV. ANLATIM STRATEJİSİ VE REKLAM TONU

Amaç, İstanbul'da yaşayan kişilere doğalgazın sağlıktan trafiğe, doğadan tarihi eserlere kadar tüm yaşantılarına sağlayacağı yararları kuvvetli mantıksal açıklamalara ve duygusal yaklaşımlara dayandırarak anlatmaktır.

Reklamların, güven veren, pürüzsüz, net anlaşılır bir sesi olmalıdır.

V. MEDYA KULLANIMI

Geniş halk kitlelerine kısa sürede ulaşabilmek için televizyon kullanımına ihtiyaç vardır. Bunun yanında, halkı bilgilendirmek için özel mesajların iletiminde, diğer medyaların kullanımı da önem kazanmaktadır. Kampanyanın başarısı, büyük oranda, yaratıcı medya çözümlerine bağlı olacaktır.

VI. KAMPANYA BÜTÇESİ

Kampanyanın yıllık bütçesi 3 Milyon USD'dir. (Yapımlar ve ajans komisyonları bütçenin içinde olacaktır.)

VII. DEĞERLENDİRME

Doğalgazın çevre üzerinde olumlu etkisi olduğunu düşünenlerin oranı % 66.1'dir. Bir yıl sonunda bu oranın % 77.1 olması beklenmektedir.

2010-2011
ULUSLARARASI REKLAMCILIK DERNEĞİ
14. ÜNİVERSİTELERARASI REKLAM YARIŞMASI

Kayıt Formu

Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA) tarafından düzenlenen 2010 - 2011 Üniversitelerarası Reklam Yarışması'na Üniversitesi (Fakülte veya Yüksek okul adı) öğrencileri katılma kararı almışlardır. Yarışma kuralları öğrenciler tarafından okunmuş ve kabul edilmiştir.

Danışman Öğretim Üyesi ve Görevi :

Takım (Ajans) adı :

Öğrenciye Ulaşabileceğimiz Tel. No. :
(doldurulması zorunludur)

Öğretim Kurumu adı :

Adres :

Telefon :

Faks :

Danışman e-mail :

Danışman İmzası : Tarih:

Bu form, aşağıda adresi verilen, Uluslararası Reklamcılık Derneği Merkezi'ne 14 Ocak 2011 / Cuma gününe kadar teslim edilmelidir.

Adres : *Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA Türkiye Bölümü)*
Büyükdere Cad. Çayır Çimen Sok. Emlak Kredi Blokları A-1 Blok
K:9 Daire:36 34330 1.Levent/İstanbul

Telefon : (0212) 325 37 88-90
(0212) 264 58 57

Faks : (0212) 325 37 91

e-mail : iaaturkey@iaaturkey.com Web: www.iaaturkey.com

14. Üniversitelerarası Reklam Yarışması Jüri Değerlendirme Formu

AJANS ADI :

ÜNİVERSİTE/YÜKSEKOKUL :

JÜRİ ÜYESİ :

Değerlendirme Kriterleri	10 Üstünden Verilen Puan X Ağırlık
Ajansın Değerlendirilmesi (Hazırlık ve Organizasyon)	----- X 10 =
Sunum Becerileri	----- X 5 =
Problemin Tanımlanması ve Stratejik Çözüm	----- X 20 =
Yaratıcı Çözüm ve Yaratıcı Fikir	----- X 30 =
Fikrin Uygulaması	----- X 20 =
Medya Kullanımı	----- X 5 =
Entegre Pazarlama Uygulamaları	----- X 10 =
Ajans Toplam Puanı :	