

Warszawa, 02 października 2023 r.

**„W tej kampanii naszym klientem jest Polska”**

**IAA POWER PODCAST o profrekwencyjnych inicjatywach społecznych angażujących branżę**

Co my jako branża komunikacji marketingowej możemy zrobić dla wyborów i dla kraju? Czy powinniśmy się angażować w kampanie profrekwencyjne? Jakie inicjatywy są prowadzone i jakie wartości za nimi stoją? W najnowszym odcinku IAA POWER PODCAST ekspertki komunikacji marketingowej - Dorota N. Haller i Zofia Sanejko - rozmawiają o tym, dlaczego warto zdecydować 15 października, jak będzie wyglądał nasz kraj.

Podnoszenie świadomości obywatelskiej, pokazywanie, że udział w wyborach to prawo, z którego warto skorzystać, to główne cele licznie obecnie prowadzonych kampanii profrekwencyjnych, w które angażuje się również, zwykle pro bono, branża marketingowa. - *Jeżeli coś umiem, mam jakieś doświadczenie, to czuję potrzebę, żeby to wykorzystać w jak najlepszy sposób, dla dobra nie tylko swojego* – tłumaczyła **Zofia Sanejko**, dyrektor obsługi kluczowych klientów w kancelarii LGL, aktywnie wspierająca kampanię „To Twój wybór. Idź na wybory” (<https://www.twojwybor.pl/>). – *Nie wyobrażam sobie, żebym nie starała się jakoś pomóc, żeby kraj, w którym mieszkam był jak najlepszy i aby mnie, moim bliskim i przyjaciołom dobrze się w nim żyło* – dodaje.

Jak zauważyła **Dorota N. Haller**, wiceprezeska Zarządu IAA Polska, CMO w Honor Polska, to kobiety są grupą docelową większości prowadzonych kampanii profrekwencyjnych. To bowiem one częściej rezygnują z prawa głosu lub głosują zgodnie z decyzją partnera, czy współmałżonka. W wyborach niedoreprezentowana jest grupa młodych kobiet w wieku 18-35 lat. Druga grupa, której obecność przy urnach i oddane głosy mogą okazać się decydujące, to kobiety dojrzałe, w wieku 50+, których jest w Polsce najwięcej.

- *Każdy głos jest ważny i każdy głos aktywizujący innych jest ważny* – podkreśla **Dorota N. Haller**, która jest zaangażowana w apolityczne, profrekwencyjne inicjatywy - „Kobiety na wybory” (<https://kobietynawybory.org/>) i „Wspieram sukces kobiet” (<https://wspieramsukceskobiet.pl/>) – *Warto iść na wybory i przekonać do tego innych. Zabierz na wybory przyjaciółkę, kuzynkę, mamę, koleżankę* – z pasją przekonuje.

- *Wszyscy idźmy na wybory* – *zaapelowały na koniec rozmowy Dorota N. Haller i Zofia Sanejko.*

We wsparcie wyborczych kampanii profrekwencyjnych angażuje się IAA Polska. Zarząd Stowarzyszenia podjął uchwałę o aktywnym wspieraniu inicjatyw, których celem jest zachęcanie do wzięcia udziału w wyborach, a zrealizowany podcast jest jednym z wyrazów zaangażowania.

Zapraszamy do wysłuchania podcastu, dostępnego na:

- **Spotify:** <http://bitly.pl/Z57oQ>
- oraz w wersji video na **YouTube:** <https://www.youtube.com/watch?v=nN0ciJuQ-sU>



IAA POWER PODCASTS to puls branży marketingowej, nowy format dyskusji, proponowany przez IAA Polska.

---

Obchodzące w tym roku 30-lecie istnienia *IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy*, jest najszerszą, najbardziej wpływową reprezentacją branży reklamowej w Polsce. To jedyna organizacja w kraju, która skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji marketingowej: z mediów, agencji oraz reklamodawców z rozmaitych branż. Aktualnie jest ich ponad 170 i to grono stale się powiększa. Misją IAA Polska jest kształtowanie zrównoważonego rozwoju rynku komunikacji marketingowej - z poszanowaniem zasad etycznych. Kluczowe wartości dla IAA Polska to transparentność, inkluzywność i współpraca, a przede wszystkim dialog: z partnerami zewnętrznymi, ale też wewnątrz branży.

IAA Polska jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r.  
Oficjalna strona IAA Polska: [www.iaa.org.pl](http://www.iaa.org.pl)

**Kontakt:**

**Monika Strogulska-Dwojak**

PR Manager

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Tel. **+48 507 977 686**

e-mail: [m.strogulska@iaa.org.pl](mailto:m.strogulska@iaa.org.pl)