INFORMACJA PRASOWA Warszawa, dn.12.06.2019 r.

**Wybrano nowe władze IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy**

**W dniu 11 czerwca 2019 r. członkowie IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy na Walnym Zebraniu sprawozdawczo-wyborczym, wybrali nowe władze Stowarzyszenia, które będą sprawować swoją funkcję w latach 2019–2021. We władzach IAA znaleźli się przedstawiciele marketerów (mBank, Play, Procter & Gamble, Volkswagen Group), mediów (Ringier Axel Springer Polska, Grupa TVN, Google, Telewizja Polsat, Polska Izba Komunikacji Elektronicznej) oraz agencji (GroupM, MEDIACAP SA, BBDO, Communication Unlimited, , Group One, METRO Advertising, Adtoox, Gemius, GfK Polonia, Nielsen).**

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy działa w Polsce od 1993 r. Aktualnie należy do niego już ponad 130 członków, którzy zgrupowani są w trzech kuriach: marketerów, mediów i proffesional services (agencje). Podczas Walnego Zebrania Członków w dniu 11 czerwca 2019 r. wybrano nowe władze do Zarządu, Rady Nadzorczej i Sądu Dyscyplinarnego IAA Polska:

* **Skład Zarządu na lata 2019-2021**

**Marketerzy**

Rafał Jakubowski, Dyrektor Marketingu w mBank S.A.  
Michał Sobolewski, Dyrektor Marketingu w randze Członka Zarządu w Play   
Michał Szaniecki, Managing Director SEAT & Cupra w Volkswagen Group

**Media**

Beata Golubińska, Dyrektor Zarządzająca w Media Impact (Ringier Axel Springer Polska)  
Andrzej Karasowski, Dyrektor Premium TV (Grupa TVN)  
Arkadiusz Marszałek, Strategy Lead w Google Poland

**Proffesional services**

Izabela Albrychiewicz, CEO GroupM w Polsce  
Jacek Olechowski, Prezes Mediacap SA

Agnieszka Sora, Dyrektor Zarządzająca w Gfk Polonia

* **Skład Rady Nadzorczej na lata 2019-2021**

Elżbieta Gorajewska, Prezes w Nielsen Audience Measurement  
Małgorzata Rokita, Dyrektor Marektingu w randze członka zarządu Procter & Gamble

Stanisław Janowski, Prezes Zarządu w Telewizji Polsat

Igor Kaleński, Prezes grupy BBDO w Polsce oraz Global e-commerce Lead w Molecular BBDO

Paweł Kowalewski, Prezes i Dyrektor Kreatywny agencji Communication Unlimited

Marcin Pery, Prezes Zarządu Gemius SA  
Jakub Potrzebowski, Partner Zarządzający w Group One SA

* **Skład Sądu Dyscyplinarnego na lata 2019-2021**

Isabella Krüger-Pawlowski, Prezes Zarządu w METRO Advertising

Sebastian Podrzycki, Country Manager w Adtoox

Jerzy Straszewski, Prezes Zarządu Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

Kolejnym krokiem w formowaniu się nowych władz IAA Polska będzie wybór Prezesa Zarządu oraz Przewodniczącego Rady Nadzorczej. Zgodnie z aktualnie obowiązującym statutem Prezesa wybierają członkowie zarządu ze swego grona, podobnie jest w wypadku wyboru Przewodniczącego Rady Nadzorczej. Pierwsze posiedzenia obu organów kolegialnych zaplanowano na przełom czerwca i lipca.

*We władzach Stowarzyszenia znaleźli się przedstawiciele wiodących marketerów, najważniejszych mediów, agencji mediowych, reklamowych i badawczych, a także mniejszych firm zaangażowanych w proces komunikacji marketingowej w Polsce. Taki skład władz IAA Polska pozwala z optymizmem spoglądać w przyszłość w kontekście wzmacniania jego skuteczności w działaniach podejmowanych na rzecz branży komunikacji marketingowej w Polsce* – mówi Jerzy Minorczyk, Dyrektor Generalny IAA Polska.

\*\*\*

**IAA Polska. Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy**

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy to organizacja, której misją jest dialog. Jest jedynym stowarzyszeniem, które skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji marketingowej w Polsce: reklamodawców, agencje reklamowe, domy mediowe, media, również agencje badawcze, audytorów mediowych i inne podmioty z grupy professional services. Jest platformą wymiany doświadczeń, formułowania potrzeb i podejmowania inicjatyw, dzięki którym rynek usług marketingowych może harmonijnie wzrastać i rozwijać się. Dba o to, by głos branży był obecny i szanowany w debacie publicznej.

Dzięki przynależności do Stowarzyszenia jego członkowie nie tylko wymieniają doświadczenia, ale też uczestniczą w działaniach na rzecz rozszerzenia swobody komunikowania się producentów i konsumentów, wpływają na kształt i jakość regulacji dotyczących całej branży marketingowej oraz kształtują wizerunek reklamy odpowiedzialnej społecznie i etycznej.

IAA Polska jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku.  Ambicją tego globalnego partnerstwa jest wytyczanie kierunku, w jakim rozwija się branża komunikacji marketingowej.  W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 roku i jest miejscem spotkań najwybitniejszych przedstawicieli tego sektora gospodarki w naszym kraju.

Oficjalna strona IAA Polska: [www.iaa.org.pl](http://www.iaa.org.pl)

**International Advertising Association IAA**

IAA powstało w 1938 roku w celu promowania odpowiedzialnego marketingu. Centrala IAA znajduje się w Nowym Jorku, lokalne oddziały w ponad 40 krajach. Jest to jedyne w swoim rodzaju globalne partnerstwo, którego członkami są reklamodawcy, media, agencje reklamowe, badawcze i public relations, firmy medialne oraz instytucje edukacyjne. IAA jest platformą dedykowaną zagadnieniom branżowym, której celem jest ochrona i zwiększenie wolności słowa, odpowiedzialna reklama pozwalająca konsumentom na dokonywanie świadomych wyborów oraz edukacja specjalistów w dziedzinie marketingu.

Oficjalna strona IAA Global: [www.iaaglobal.org](http://www.iaaglobal.org)

**Kontakt dla mediów:**

Katarzyna Małek

PR Manager

k.malek@iaa.org.pl

tel.. 663-244-612