

Warszawa, 9 marca 2023 r.

30 lat IAA POLSKA

Niemal 250 top managerów świętowało trzy dekady rynku reklamy i wolnych mediów w Polsce oraz 30 lat IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy.

Na galę, która odbyła się 9 marca w Studiu ATM, licznie przybyli również przedstawiciele władz globalnych i europejskich IAA. Zgromadzeni mieli okazję spojrzeć wstecz na najważniejsze branżowe wydarzenia minionych dekad, ale także, dzięki inspirującym wystąpieniom ekspertów, przygotować się na wyzwania bliższej i dalszej przyszłości, na przykład poznając praktyczne zastosowania sztucznej inteligencji.

W pierwszej części gali goście zostali zabrani w sentymentalną podróż poprzez lata historii reklamy i mediów, mieli okazję przypomnieć sobie kultowe kampanie, czy poznać kulisy powstania IAA Polska. W filmowym kalejdoskopie wydarzeń przewodnikami byli m.in. **Piotr Gawel, Lech Kaczoń, Grzegorz Kiszluk, Katarzyna Łakińska, Maciej Marasek, Edward Miszczak, Marcin Mroszczak, Tomasz Pawlikowski i Iwo Zaniewski**. Nie zabrakło również podsumowań najważniejszych faktów z ostatnich lat w wypowiedziach **Kasi Kieli, Rafała Kupidury** czy **Jacka Olechowskiego**.

Przez wszystkie lata, od momentu powstania, IAA Polska niezmiennie stawia na dialog i współpracę. Jako jedyna organizacja skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji reklamowej - marketerów, media i agencje.

*- IAA Polska w partnerstwie z innymi organizacjami pracuje nad rozwiązaniami problemów ważnych dla całego rynku komunikacji marketingowej: powstanie w Polsce JICa, współpraca nad wdrażaniem rozwiązań ESG, czy obrona wolności wypowiedzi i wolności gospodarczej, to tylko niektóre z nich. Ochrona interesów branży, czy dbanie o najwyższe standardy są nie tylko wciąż potrzebne, ale wręcz zyskują na znaczeniu. Coraz więcej firm łączy siły w ramach IAA Polska. Tylko w 2022 roku do Stowarzyszenia przystąpiło 16 nowych organizacji, a 2023 rok otworzyliśmy z trzema kolejnymi nowymi członkami – podkreśla **Agnieszka Sora**, Prezeska Zarządu IAA Polska, Regional Consulting Lead NCE GfK, która wraz z **Jerzym Minorczykiem**, dyrektorem generalnym IAA Polska, poprowadziła galę.*

*- Te 30 lat to niezwykle intensywny rozwój branży. Powiedzenie „mrugnij, a przegapisz coś ważnego” dotyczy jej bardziej niż jakiegokolwiek innej. Wciąż byliśmy i jesteśmy świadkami wielu dynamicznych zmian i rewolucji. A IAA Polska udaje się trzymać rękę na pulsie aktualnych trendów i innowacji. Nie przestaje inspirować, a tworzone tu projekty, jak program leaderski Marketing Masterminds, mają dużą szansę na implementację także w innych oddziałach Stowarzyszenia – powiedziała **Dagmara Szulce**, managing director IAA Global.*

W części poświęconej trendom komunikacji marketingowej i wyzwaniom przyszłości, wystąpili **Jakub Matyka** z firmy Melt, który tworzy doświadczenia immersyjne w oparciu o nowe technologie oraz **Armin Kurasz** – Reżyser Roku wg MMP współpracujący z ATM Studio, który przybliżył gościom technologię unreal. Zaś w wystąpieniu wieńczącym wieczór, goście mieli okazję zobaczyć i usłyszeć **profesor Aleksandrę Przegalińską**, która przeniosiła ich do świata sztucznej inteligencji i jej praktycznych zastosowań w obszarze marketingu. Więcej o AI i jej rosnących kompetencjach

rewolucjonizujących rynek profesor Przegalińska opowie podczas kwietniowego IAA POWER PODCAST, na który zaprosił jego prowadzący **Adrian Roman**, uczestnik I edycji programu liderkiego IAA Polska Marketing Masterminds.

Kolejnym ważnym ogłoszonym podczas Gali 30-lecia IAA Polska newsem, był Światowy Kongres IAA, który odbędzie się w marcu 2024 roku w Malezji i został zapowiedziany przez Prezydenta IAA Malezja **Johna D. Chacko**.

Partnerami głównymi Gali 30-lecia IAA Polska byli: Studio ATM Virtual, Tik Tok oraz Youtube, a partnerami wspierającymi: TVN Warner Bros. Discovery i Ringier Axel Springer Polska, a także: Melt Immersive, Newmotion Studio, VES, Żubrówka, Maspex, La Ros Catering. Za kreację, organizację i produkcję Gali odpowiadała agencja Imagine Nation, a za rocznicową identyfikację wizualną IAA Polska - Communication Unlimited.

IAA Polska jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r. Aktualnie skupia ponad 170 członków 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.

Oficjalna strona IAA Polska: 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