Informacja prasowa Warszawa, 08.10.2024 r.

**NAJGORSZE MINĘŁO, NAJCIĘŻSZE PRZED NIMI**

**„POMOCY” – tak brzmiało hasło kampanii promującej zbiórkę pieniędzy dla powodzian
w 1997 roku, przygotowanej przez agencję Leo Burnett. Polacy mierzyli się wtedy
z niespotykanym kataklizmem, często tracąc dorobek całego życia. Dziś znowu muszą wołać o pomoc. Wspierając społeczny ruch zbiórek na rzecz poszkodowanych, Publicis Groupe rusza z adaptacją** [**kampanii**](https://www.youtube.com/watch?v=xgfaNUb0dTU) **sprzed blisko 30 lat i we współpracy z Fundacją Siepomaga tworzy zbiórki dla poszczególnych powiatów zniszczonych przez żywioł. Kampania oparta na prostych, lecz przejmujących grafikach jest promowana w całej Polsce dzięki powierzchni reklamowej i czasie antenowym, które zaangażowane media udostępniają bezpłatnie.**

**Najtrudniejsze wyzwania po wielkiej wodzie**

Choć powódź z 1997 roku, nazwana „powodzią tysiąclecia”, zapisała się w historii jako jedno
z najtragiczniejszych wydarzeń, po zaledwie ćwierć wieku Polska ponownie stanęła w obliczu wielkiej wody. Szacowane szkody w skali kraju nie przekraczają tych sprzed lat, jednak siła żywiołu była na tyle niszczycielska, że niektóre z regionów ucierpiały doszczętnie. Ogromna odbudowa będzie wymagać miliardów złotych oraz wielu lat intensywnych działań naprawczych.

W momencie szczytu powodziowego liczba wpłat na pomoc poszkodowanym rosła z godziny na godzinę, lecz potem mobilizacja zaczęła maleć. Jednak dla lokalnych społeczności zmalało tylko bezpośrednie zagrożenie. Po walce o przetrwanie nadszedł czas na najtrudniejszą część: odbudowę życia. Muszą stawić czoła trudnemu procesowi przywrócenia domów, miejsc pracy, placówek opiekuńczych i infrastruktury do stanu normalności. Jest to również kluczowy czas dla gmin, które muszą dokładnie oszacować straty i przygotować długoterminowe plany naprawcze. Większość budżetów zasilanych jest centralnie, jednak liczy się każda złotówka, dlatego tak ważne jest nie pozostawać obojętnym i pomóc jeszcze trochę.

**Każdy powiat ma znaczenie**

Nowa kampania społeczna, zainicjowana i prowadzona *pro publico bono* przez Publicis Groupe, jest adaptacją głośniej akcji z 1997 roku stworzonej przez Leo Burnett (obecnie należącej do Grupy Publicis), w ramach której powstał poruszający plakat autorstwa Michała Bobrowskiego. Motywem przewodnim był napis „POMOCY”, którego litery były sugestywnie rozmyte wodą. Teraz, w nawiązaniu do wcześniejszej kreacji, utworzono dodatkowe grafiki, pokazujące nazwy miejscowości z powiatów dotkniętych powodzią: Nysa, Lewin Brzeski, Prudnik, Strzeleczki, Czechowice-Dziedzice, Ustroń, Pszczyna i Krzyżanowice.

*Ideą kampanii „POMOCY" było uświadomienie, że pomoc dla ludzi i miejsc dotkniętych kataklizmem jest szczególnie potrzebna, gdy woda już opadnie i zostawi po sobie pobojowisko. Przekaz miał być prosty i trafiać w emocje – w prostocie tkwi wielka siła. W 1997 roku powiedziałem, że oby nigdy nie było już okazji do tworzenia takich plakatów. Niestety, po 27 latach historia się powtarza i wsparcie znowu jest potrzebne.*

– opowiada Bobrowski, artysta grafik, wówczas pracujący w Leo Burnett.

Głównym celem kampanii, która potrwa do końca listopada, jest zebranie środków na wsparcie poszczególnych powiatów. Na jej potrzeby powstała strona [www.popowodzi2024.pl](http://www.popowodzi2024.pl), która automatycznie przekierowuje do specjalnie utworzonych na siepomaga.pl zbiórek. Każdy może zdecydować, który powiat chce wesprzeć, dzięki czemu akcja pomocy dla powodzian staje się bardziej personalna, ale i bezpośrednia. W ramach działań kampanijnych Fundacja Siepomaga zrzekła się jakichkolwiek prowizji od darowizn, w wyniku czego do potrzebujących trafia 100% wpłat.

*Razem mamy wielką moc – pomagania. Takie sytuacje pokazują, jak wspaniałą społecznością jest Polska. Jako naród potrafimy się zjednoczyć i nieść pomoc tam, gdzie jest ona najbardziej potrzebna. Zbiórka dla tegorocznych ofiar powodzi przekroczyła już ponad 34 miliony złotych. Już teraz ta kwota pokazuje, jak ogromna pomoc jest i będzie potrzebna osobom poszkodowanym w wyniku tegorocznej klęski żywiołowej.* *Patrząc na skalę zniszczeń oraz liczbę poszkodowanych, usuwanie skutków powodzi będzie maratonem, a nie sprintem. Dlatego nie możemy stanąć w miejscu, bo pomoc potrzebna jest szczególnie teraz”*

*– powiedział Michał Karnafel, Fundacja Siepomaga.*

**Nowa era mobilizacji**

*Podczas powodzi tysiąclecia Polacy okazali ogromne wsparcie mieszkańcom zniszczonych terenów. Przyjeżdżali na miejsce i pomagali, m.in. przenosząc worki z piachem czy dostarczając prowiant poszkodowanym. To samo działo się w tym roku, jednak obecnie powszechny dostęp do Internetu, sprawia, że mobilizacja społeczeństwa osiąga nowy wymiar. Rozwinięte media online, a w szczególności media społecznościowe, umożliwiają o wiele szersze i szybsze dotarcie, a co za tym idzie – większą pomoc finansową. Postanowiliśmy ponownie wykorzystać nasz potencjał kreatywny i komunikacyjny, by z pomocą partnerów mediowych zaangażować jak najwięcej osób.*

– tłumaczy Piotr Piętka, CEO Publicis Groupe w Polsce, krajach bałtyckich i w Ukrainie,
wiodącej grupy komunikacji marketingowej.

W kulminacyjnym momencie publikacje w mediach można było liczyć w tysiącach. Z biegiem czasu ta liczba naturalnie spada, co może powodować mylne wrażenie, że temat powodzi także się kończy. A pomoc nadal jest potrzebna – i będzie przez wiele kolejnych miesięcy.

*Wykorzystajmy siłę mediów, aby przypomnieć, że tam na miejscu walka ze skutkami powodzi cały czas trwa, a nasze wsparcie nadal może zrobić ogromną różnicę.*

– podsumowuje Piętka.

**Dodatkowe materiały:**

<https://www.youtube.com/watch?v=xgfaNUb0dTU>

**Kontakt dla mediów:**

**MSL**

Anna Ginter-Sieradz

Anna.ginter@publicisgroupe.com

+48 608 392 756

**MSL**

Elżbieta Majewska

Elzbieta.majewska@publicisgroupe.com

+48 515 115 058