**Akcja „IT Heroes – bohaterowie codzienności” – No Fluff Jobs startuje z nową kampanią wizerunkową i oddychającym muralem**

**No Fluff Jobs, polski portal z ofertami pracy dla branży IT, dostępny w 6. krajach Europy Środkowo-Wschodniej, wystartował z kampanią „IT Heroes – bohaterowie codzienności”. Jej celem jest przełamanie stereotypów związanych ze społecznością IT i pokazanie programistów jako osób, które czynnie uczestniczą w cyfrowej rewolucji, ułatwiając codzienny dostęp do wiedzy, usług czy towarów. W kampanię zaangażowało się ponad 30 firm IT, w tym: Ringier Axel Springer TECH, SoftServe Poland, Volue, Ragnarson, Eversis, Telemedi, OPI PIB, Deviniti, Sofomo.**

**Programiści w innym świetle**

Zadaniem najnowszej kampanii No Fluff Jobs jest zaprezentowanie sylwetek ponad 100 bohaterów wśród specjalistów IT, którzy brali udział w ciekawych i potrzebnych projektach, a dotychczas pozostawali w cieniu. Jest ona również odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na ich usługi i kadrowe braki w branży IT.

*– Digitalowa rewolucja dzieje się na naszych oczach. Co chwilę na rynku pojawiają się cyfrowe rozwiązania, które ułatwiają nam życie. Za większością projektów stoją właśnie programiści. To ich praca przybliża nam świat technologii, czyniąc je miejscem przystępnym i bezpiecznym –* ***mówi******Tomasz Bujok, CEO No Fluff Jobs.*** *– Nasza kampania IT Heroes ma na celu pokazanie oraz docenienie ich ciężkiej pracy, której często nie zauważamy. Programiści, zazwyczaj działający w skupieniu przed ekranem komputera, współtworzą projekty, które ułatwiają nam życie. Zakupy spożywcze online? Szybka teleporada z lekarzem? Kurs online? Te czynności (i wiele innych) są możliwe dzięki zaangażowaniu specjalistów IT. A pracy wcale nie ubywa – zapotrzebowanie na programistów stale rośnie, a my chcemy pokazać, że ten zawód przynosi ogrom satysfakcji i pozwala kształtować rzeczywistość.*

Opisy i kreacje bohaterów znaleźć można na stronie: [https://nofluffjobs.com/heroes/](https://nofluffjobs.com/heroes/?utm_source=pr&amp;amp;utm_medium=media&amp;amp;utm_campaign=it_h)

**Oddychający mural - No Fluff Jobs w służbie środowisku**

W ramach kampanii No Fluff Jobs zaplanował stworzenie oddychających murali w 3 polskich miastach: Gdyni, Poznaniu i Krakowie. Właśnie odsłonięto pierwszą z zaplanowanych kreacji – gdyński mural przy al. Zwycięstwa 220.

Mural powstał z zastosowania powłoki antysmogowej Airlite, która usuwa bakterie, brzydkie zapachy i zanieczyszczenia powietrza (NOX, SOX, CO, NH3, formaldehyd czy benzen). Co to oznacza? Użycie Airlite na 150m2 gdyńskiego muralu ma tak samo pozytywny wpływ na środowisko jak posadzenie 150 drzew. W ramach kampanii No Fluff Jobs powstaną jeszcze 2 murale o właściwościach antysmogowych. Jeden pojawi się w Krakowie, a drugi w Poznaniu. Wykona je firma WAKEUPTIME, a sam projekt został przygotowany przez ilustratora po stronie autora kampanii.

*– Razem z gdyńską ścianą będą działać jak 360 drzew każdego dnia, przez okres paru miesięcy. Kampania zredukuje spaliny wydalane przez 143 samochody benzynowe Euro 6 każdego dnia. Super, że mamy firmy takie jak No Fluff Jobs, które traktują odpowiedzialnie temat środowiska i w świadomy sposób dbają jego jakość –* ***mówi Marcin Budziński, dyrektor kreatywny WAKEUPTIME.*** *– Jako wykonawcy murali mamy coraz więcej zapytań o zastosowanie fotokatalizy na muralach. Dobrze, że istnieje technologia, która pozwala choć w niewielkim stopniu pomagać w oczyszczaniu naszego środowiska naturalnego z zanieczyszczeń. Może któregoś dnia uda się przekonać urzędy miast lub spółdzielnie mieszkaniowe do stosowania rozwiązań antysmogowych przy malowaniu bloków i osiedli. Mogłoby się to stać rutyną w budownictwie, dzięki temu efekt oczyszczania utrzymywałby się o wiele dłużej – dodaje.*

Wizerunkowa kampania No Fluff Jobs ma zasięg ogólnopolski. Kreacje ukażą się online, a także na nośnikach OOH i DOOH w największych aglomeracjach *–* Trójmieście, Warszawie, Krakowie GOP, Łodzi, Poznaniu i Wrocławiu. Na kreacjach pojawią się prawdziwi IT heroes, czyli uczestnicy kampanii oraz krótkie opisy ich projektów.