**Nowe, ekologiczne murale i specjaliści IT ratujący planetę. Kampania No Fluff Jobs „IT Heroes – bohaterowie codzienności”**

**W ramach prowadzonej przez No Fluff Jobs kampanii wizerunkowej „IT Heroes”, firma odsłania nowe murale ekologiczne, które pojawiły się w kolejnych miastach – po Gdyni przyszedł czas na Poznań i Kraków, które przez 2 miesiące oczyszczą powietrze jak ponad 210 drzew. Ale też pokazuje sylwetki specjalistów IT którzy biorą czynny udział w kreowaniu nowych, potrzebnych rozwiązań – zarówno ludziom, jak i planecie. Wśród nich znaleźli się także ci zaangażowani w proekologiczne projekty m.in. ratujące wieloryby, pozwalające na bardziej odpowiedzialne zakupy w sieci i ekologiczny transport morski.**

**Zmiana myślenia o branży IT**

Celem realizowanej przez No Fluff Jobs kampanii jest przybliżenie świata IT osobom, które na co dzień nie są związane z branżą technologiczną oraz pokazanie, w jaki sposób osoby w niej pracujące przyczyniają się do podnoszenia jakości życia i kreują nowe, potrzebne rozwiązania. Do akcji zgłosili się specjaliści IT pracujący nad różnorodnymi projektami – od tych, pozwalających lepiej zadbać o ludzkie zdrowie i poprawiających jakość życia, jak i wspierających środowisko naturalne. W akcji wzięło udział około 60 firm z sektora IT – od największych jak Intel, Atlassian, EPAM czy Dynatrace aż po kilkuosobowe start-upy.

Lech Wikaryjczyk, szef działu marketingu podkreśla, że za pomocą kampanii, firma chce również walczyć ze szkodliwymi stereotypami na temat branży IT i pracujących w niej specjalistów.

– *Jako firma wspierająca swoimi usługami branżę IT widzimy, jak bardzo ona się zmienia i jednocześnie jak wiele powiela się na jej temat stereotypów. Stąd chęć ich odczarowania za pomocą kampanii „IT Heroes”. Pokazujemy wkład pracy programistek i programistów, zarówno jeśli chodzi o kwestie ekonomiczne, naukowe, jak i o dobrostan psychiczny społeczeństwa. Szczególnie w pandemii, podczas której zwiększyło się zapotrzebowanie na cyfrowe rozwiązania* – mówi **Lech Wikaryjczyk, szef działu marketingu w No Fluff Jobs.** – *Cieszy także fakt, że wśród zgłoszonych do akcji pojawili się również specjaliści IT, którzy biorą udział w projektach proekologicznych, takich jak* [ochrona populacji wielorybów](https://nofluffjobs.com/heroes/system-identyfikacji-wielorybow/)*,* [optymalizacja transportu morskiego w celu minimalizacji emisji CO2](https://nofluffjobs.com/heroes/signal-ocean-platform/) *czy* [aplikacje pozwalające dać ubraniom drugie życie](https://nofluffjobs.com/heroes/mystreet/)*. To pokazuje, jak wiele branża IT może zmienić na lepsze i jak bardzo pracujący w niej specjaliści są potrzebni, nie tylko ludziom, ale i samej planecie. O branży IT mówi się przeważnie w kontekście atrakcyjnego wynagrodzenia i rynku pracownika. Jako firma chcemy również pokazać, że zarobki to nie wszystko, a za krzywdzącym stereotypem „programisty 15k” kryją się ludzie pełni pasji, którzy chcą wykorzystać swoją wiedzę, by zmieniać świat na lepsze.*

**Artystyczne, pochłaniające dwutlenek węgla murale**

Do pierwszego ekologicznego muralu, który powstał w Gdyni w ramach akcji „IT Heroes”, dołączyły dwa kolejne – w Krakowie na rogu Pawiej i Kurniki oraz Poznaniu przy ulicy Niedziałkowskiego o powierzchni kolejno 65 i 150 m2.Według szacunków, przez najbliższe 2 miesiące będą one oczyszczać powietrze w sposób porównywalny do parku składającego się z ponad 210 drzew.

Każda z kreacji została wykonana przy użyciu specjalnej farby Airlite z powłoką antysmogową. Usuwa ona bakterie, brzydkie zapachy i zanieczyszczenia powietrza (NOX, SOX, CO, NH3, formaldehyd czy benzen). Użycie Airlite na 100 metrowej powierzchni muralu działa na środowisko tak samo pozytywnie jak posadzenie 100 drzew. Potwierdzają to badania naukowe realizowane przez renomowane ośrodki badawcze (Uniwersytety w Rzymie i Belfaście). Murale zamówione przez No Fluff Jobs mają łącznie ponad 360 m2, co można łatwo przeliczyć na drzewa, lub podejść od strony motoryzacyjnej: kampania zredukuje spaliny wydalane przez 143 samochody benzynowe Euro 6 każdego dnia. Wszystkie malowidła zostały zaprojektowane przez pochodzącego z Opola artystę – [Marka Szymczaka](https://www.instagram.com/markszymczak/?hl=pl), zaś za całą wizualną stronę kampanii odpowiedzialny był Michał Rogoziński, senior graphic designer w No Fluff Jobs.

– *Użycie muralu, jako środka wyrazu artystycznego, jest o niebo bardziej ekologicznym i plastycznie pojemnym rozwiązaniem od klasycznej reklamy wielkoformatowej. Szczególnie, gdy weźmiemy pod uwagę walkę z betonozą i zanieczyszczeniem wizualnym miast, tym bardziej taka forma się sprawdza* – **mówi Michał Rogoziński, senior graphic designer w No Fluff Jobs.** – *Praca nad muralami z Markiem Szymczakiem była prawdziwą przyjemnością i cieszę się, że udało mu się oddać w nowoczesny i niewyświechtany sposób tradycyjne symbole miast – smoka i koziołki.*