

## **Dorota Mazur**

Doświadczona managerka z ponad 25 letnim stażem w branży reklamowej. Od 2018 roku na stanowisku CEO Havas Creative Group Poland odpowiada za wszystkie spółki: Havas Warsaw, Havas Engage i Havas PR. Jest jedną z liderek globalnego projektu Grupy Vivendi, jakim jest Havas Village. Z Havas Poland związana jest od 2016 roku, wcześniej, przez ponad 5 lat jako dyrektor zarządzająca kierowała agencją G7 (Leo Burnett Group). W swojej karierze zawodowej pracowała także w agencjach D'Arcy / DMDB oraz DougFaberFamily.

## **Havas PR Warsaw, który wchodzi w skład Havas Creative Group**

**Havas Creative Group**- grupa firm dysponujących szerokimi kompetencjami w zakresie komunikacji marketingowej i PR. W skład Havas Creative Group wchodzi agencja reklamowa Havas Warsaw, agencja Public Relations Havas PR Warsaw oraz agencja świadcząca usługi z zakresu marketingu bezpośredniego i aktywacji konsumenckich – Havas Engage. Kompetencje Havas Creative Group umożliwiają tworzenie i realizację kompleksowych, zintegrowanych kampanii z wykorzystaniem wszelkich dostępnych kanałów dotarcia do grup docelowych.

**Havas PR Warsaw**- wiodąca polska firma doradztwa komunikacyjnego i public relations. Zespół to grupa ekspertów z zakresu public relations, public affairs, content marketingu i social media. Na polskim rynku działa od 2003 roku, a od 2012 roku współtworzy Globalny Kolektyw HAVAS PR. Jest członkiem Polskiego Związku Firm Public Relations. Havas PR Warsaw zdobył liczne nagrody w najbardziej uznanych międzynarodowych i krajowych konkursach, takich jak: EFFIE Awards, SABRE Awards czy Złote Spinacze.

W codziennej pracy w Havas kierujemy się wartościami, które dotyczą nie tylko działań wewnętrznych, ale także wpływają na naszą współpracę z innymi firmami, również w kontekście wspierania i edukowania klientów.

## **Nasze wartości i działania są również podstawą naszych kierunkowych propozycji dla CCIFP:**

Te działania obejmują różne kierunki, m.in.:

- Wspieranie firm w procesie rozwijania poczucia odpowiedzialności i stawiania czoła wyzwaniom środowiskowym i społecznym (meaningful brands), odpowiadanie na potrzebę budowania responsywności firm na oczekiwania społeczne, edukowanie nt. inkluzywności w miejscu pracy
- Wykorzystywanie wewnętrznych zasobów w firmach członkowskich, w celu tworzenia szerokiej wspólnoty firm, zachęcania do stawiania czoła wyzwaniom, dzielenia się wiedzą i doświadczeniem
- Dzielenie się wiedzą ekspercką w zakresie ESG, działania o charakterze doradczym i mentorskim, współpraca z firmami członkowskimi w celu budowania eksperckości, wspieranie w rozbudowie analitycznych kompetencji (better together)