

„Ja w swoim wieku” – kampania, która łączy pokolenia

Unum uruchomiło kampanię, w której odchodzi od typowych dla branży ubezpieczeniowej skojarzeń z ryzykiem, formalnościami i trudnymi życiowo scenariuszami. Punktem wyjścia są: dorosłość, dojrzałość i odpowiedzialność, widziane przez doświadczenia różnych pokoleń. Kampania łączy działania outdoorowe, obecność w mediach tradycyjnych oraz raport przygotowany we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim. Jej główny wniosek jest prosty: choć między pokoleniami są różnice, w kwestiach naprawdę istotnych więcej nas łączy, niż dzieli.

Centralnym elementem działań jest hasło „Ja w swoim wieku”, które stoi na przekór słyszanym często od poprzednich pokoleń „Bo ja w Twoim wieku, to...”. Kampania to opowieść o wyborze życia w zgodzie z własnymi wartościami i przekonaniami, które – jak pokazują wyniki badania – wcale nie różnią się od wartości wcześniejszych pokoleń. Hasło obecne jest w szerokiej kampanii billboardowej w 20 największych miastach w Polsce.

Co to znaczy być dorosłym?

Kampania prowokuje do refleksji. Czym dziś właściwie jest dorosłość? Czy da się ją zamknąć w metryce? Unum nie podaje jednej odpowiedzi. Zamiast tego oddaje głos ludziom z różnych pokoleń, pokazując ich perspektywy i doświadczenia. Dzięki temu staje się nie tylko komunikatem marketingowym, ale też pretekstem do społecznej rozmowy.

Dane zamiast stereotypów

Integralną częścią projektu jest raport „Ja w swoim wieku. Czy dorosłość, dojrzałość i odpowiedzialność to kwestia lat?” przygotowany we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim. To właśnie on stanowi fundament całej narracji.

Raport podważa mit o międzypokoleniowej przepaści. Owszem, różnimy się stylem życia, doświadczeniami czy podejściem do pracy, ale gdy rozmowa schodzi na dorosłość, odpowiedzialność, bezpieczeństwo i myślenie o przyszłości, Zetki, Millenialsi i Iksy mówią zaskakująco podobnym głosem. Dla nas to ważny punkt wyjścia. Chcemy pokazać, że ubezpieczenia nie muszą zaczynać się od lęku ani trudnych życiowych scenariuszy. Mogą być naturalną częścią rozmowy o tym, jak chcemy żyć, kogo chcemy chronić i o co warto zadbać niezależnie od wieku – komentuje Małgorzata Morańska, Rzeczniczka Prasowa w Unum.

Dialog pokoleń w przestrzeni miejskiej

Outdoorowa część kampanii jest kolorowa i pełna energii. Kreacje pokazują różnorodność stylów życia, pasji i codziennych wyborów, ale ich centralnym punktem zawsze pozostaje człowiek. Billboardy tworzą między sobą





dialog. Nie dzielą bohaterów na „młodych” i „starszych”, lecz pokazują, że pokolenia mogą się łączyć mimo różnych doświadczeń.

Chcieliśmy, żeby ta kampania zostawiała odbiorców z prostym odczuciem: wiek nie musi być scenariuszem na życie. Każdy ma własny rytm, własne wartości i własny sposób bycia. Nasze kreacje nie pokazują ludzi przez pryzmat metryki, ale przez to, co dla nich ważne. A skoro każdy układa życie po swojemu, to warto też chronić je w sposób, który jest sprofilowany pod jego potrzeby – mówi Jakub Czapski, Kierownik Zespołu Digital Marketingu w Unum.

Nowe spojrzenie na kategorię ubezpieczeń

Unum wykorzystuje te wnioski, aby zmienić sposób, w jaki mówi się o ubezpieczeniach. Marka wpisuje swoje usługi w szerszy kontekst wartości, takich jak odpowiedzialność, troska o bliskich i myślenie o przyszłości. Jak pokazuje raport, ubezpieczenia na życie są kojarzone właśnie z tymi obszarami.

„Ja w swoim wieku” to także świadoma zmiana języka. Towarzystwo ubezpieczeń łączy ekspercki ton z komunikacją bardziej bezpośrednią, zrozumiałą i osadzoną w realnych doświadczeniach ludzi. Obecność kampanii w mediach tradycyjnych oraz działania PR-owe wokół raportu wzmacniają jej zasięg i wiarygodność, jednocześnie pokazując, że nawet złożone tematy można tłumaczyć w sposób przystępny i angażujący.

Koncepcja, kreacja i realizacja kampanii realizowana jest we współpracy z Agencją Komunikacji Ro, która od stycznia 2026 roku wspiera Unum w realizacji działań.

Raport do pobrania na stronie: jawswoimwieku.unum.pl

Dodatkowe informacje:

Małgorzata Morańska

Rzecznik prasowy

malgorzata.moranska@unum.pl

Tel. (+48) 660 755 238

Zuzanna Pazura

Agencja Komunikacji Ro

zuzanna.pazura@ro.team

Tel. (+48) 570 185 228

