

## UNIQA z kampanią na temat hejtu w Internecie

- UNIQA rozpoczęła nową kampanię wizerunkową
- Dotyczy ważnego społecznie problemu, jakim jest hejt w Internecie
- UNIQA od kilku lat prowadzi projekt Masz moc na hejt
- Oferuje także ubezpieczenie NNW szkolne z opcją na wypadek hejtu w Internecie
- Partnerem społecznym kampanii jest Instytut Lema

W ramach akcji Masz moc na hejt, UNIQA od kilku lat edukuje na temat hejtu w Internecie, na który narażone są przede wszystkim młode osoby. I stara się dotrzeć z tymi działaniami do jak najszerszego grona odbiorców. Wystartowała właśnie nowa kampania reklamowa marki, która porusza ten problem.

*- Zależało nam, żeby problem hejtu w Internecie zyskał nowy potencjał na dotarcie do szerokiego grona odbiorców. To dla nas bardzo ważny projekt, postrzegany nie tylko jako produkt ubezpieczeniowy. Jeżeli marka chce być obecna w życiu klientów, być jego częścią - a my chcemy, musi być uważna na zmieniające się otoczenie i ich potrzeby. I tak dopasowywać ofertę, żeby była realnym wsparciem w najtrudniejszych emocjonalnie momentach. Dlatego będziemy głośno mówić o tym ważnym problemie społecznym. Pokazywać, jak działa cyberprzemoc i jak się jej przeciwstawiać – mówi **Agnieszka Durst-Wilczyńska**, dyrektorka Departamentu Zarządzania Marką w UNIQA.*

Najnowszy spot to historia dziewczynki doświadczającej hejtu w Internecie ujęta w metaforę gry w chowanego. W ten symboliczny sposób UNIQA pokazuje, że przed hejtem nie da się schować, ale dzięki wsparciu rodziców, łatwiej przez niego przejść. UNIQA chce pomagać w tych trudnych chwilach zarówno dzieciom, jak i rodzicom, którzy często są dla dzieci jedynym oparciem w tej sytuacji. Robi to nagłaśniając problem, edukując, ale także – oferując ubezpieczenie NNW szkolne na wypadek hejtu w Internecie. Jeżeli dziecko zostanie znieważone lub pomówione w Internecie, może zostać otoczone opieką psychologiczną, prawną, a specjalista IT pomoże usunąć z sieci negatywne lub bezprawnie ujawnione informacje.

*- UNIQA chce być marką, która wspiera swoich klientów i pomaga im po prostu żyć lepiej. Chcemy być wsparciem i partnerem w różnych, także tych cięższych chwilach. Dlatego w naszym najnowszym spocie mówimy: „Reaguj – dla dobra swojego dziecka”. Zachęcamy rodziców do aktywnych działań, uważnego obserwowania zmian zachowań swojego dziecka i sprawdzania, „co kryje się za zasłoną”, jak to jest pokazane w spocie. Hejt w Internecie w bardzo mocny emocjonalnie sposób doświadcza dzieci. Trudno go zakończyć,*

*nie zniknie jak za dotknięciem magicznej różdżki – mówi **Karolina Rosińska**, ekspertka ds. marketingu w Departamencie Zarządzania Marką UNIQA i liderka projektu Masz moc na hejt.*

Edukacja cyfrowa to także strategiczna misja Instytutu Lema, który prowadzi ją od początku działalności. W tym roku UNIQA z akcją Masz moc na hejt oraz Instytut Lema z projektem Ogarnij hejt rozpoczęły współpracę. Ambasadorem wspólnej akcji został dr Maciej Kawecki, prezes Instytutu.

*- Oprócz działań komunikacyjnych będziemy prowadzić także projekt edukacyjny „Ogarnij hejt” we współpracy z Instytutem Polska Przyszłości im. Stanisława Lema. Zorganizujemy wspólnie warsztaty dla uczniów, rodziców i nauczycieli w kilkudziesięciu szkołach. Działa już strona [maszmocnahejt.uniqa.pl](https://maszmocnahejt.uniqa.pl), na której są do pobrania scenariusze lekcji dotyczące hejtu oraz raporty z badań – dodaje **Ewa Sutyła**, ekspertka ds. komunikacji marketingowej i prostego języka w Departamencie Zarządzania Marką UNIQA.*

Dzieci w Internecie doświadczają hejtu codziennie, jednak większość z nich wstydzi się o tym mówić lub nie wie, jak o tym powiedzieć. Potrzebują zatem poczuć w rodzicach i nauczycielach partnera do rozmowy, a tym często brakuje odpowiedniej wiedzy, aby skutecznie pomagać i wspierać.

*- Przed zrealizowaniem kampanii UNIQA przeprowadziła badania rynku, wywiady jakościowe z udziałem rodziców i dzieci. Pokazały one, jak bardzo ważny jest to problem, pogłębiony przez pandemię i okres izolacji, i jak bardzo jesteśmy wobec niego bezradni. Trzeba o nim mówić i odważnie się z nim zmierzyć – dodaje **Agnieszka Durst-Wilczyńska**.*

Podobnie jak w przypadku poprzedniej kampanii „Chłopaki nie płaczą”, kolejny raz w spocie UNIQA pojawi się znany aktor Mirosław Zbrojewicz. Kampania powstała we współpracy z agencją reklamową DDB Warszawa oraz z domem produkcyjnym Moon. Reżyserem spotu jest Michał Sabliński. Za postprodukcję odpowiadał Telewizor, za planowanie i zakup mediów: domy mediowe Arena (Havas Media) oraz Value Media.

---

#### **UNIQA Polska**

Spółki UNIQA w Polsce mają wszechstronną ofertę dla osób prywatnych, małych, średnich i dużych firm, ich pracowników oraz dla spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych. UNIQA jest liderem w ubezpieczeniach majątku spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych w Polsce. Na koniec 2021 roku przypis składki zakładów ubezpieczeń działających pod marką UNIQA wyniósł prawie 4 mld zł. Wypłaty w tym czasie poszkodowanym 2,7 mld zł w roszczeniach i świadczeniach. Obsługują 5,5 mln klientów indywidualnych i ubezpieczają 80 tys. firm w Polsce. Z kolei UNIQA TFI i UNIQA PTE na koniec 2021 roku zarządzały aktywami o łącznej wartości 18,3 mld zł. Produkty UNIQA klient może kupić w dogodnym dla siebie miejscu: u agentów, brokerów, przez Internet, telefon oraz za pośrednictwem partnerów. Zakłady ubezpieczeń działające w Polsce pod marką UNIQA powstały w wyniku konsolidacji kilku firm ubezpieczeniowych, których obecność na polskim rynku sięga ponad 30 lat. Sama marka UNIQA jest obecna w Polsce od ponad 20 lat. Inwestorem strategicznym spółek jest europejski holding ubezpieczeniowy o austriackich korzeniach - UNIQA Insurance Group AG.

Więcej informacji: [www.uniqa.pl](https://www.uniqa.pl)

#### **Grupa UNIQA**

Grupa UNIQA należy do czołowych grup ubezpieczeniowych na rynkach w Austrii i Europie Środkowo-Wschodniej. Około 20 tysięcy pracowników oraz wyłącznych współpracowników obsługuje 15 mln klientów. UNIQA jest drugą co do wielkości grupą ubezpieczeniową w Austrii z ok. 21-proc. udziałem w rynku. W 2021 r. Grupa UNIQA zebrała 6,4 mld euro składki. Działa w 18 krajach europejskich. Jest



obecna w 15 krajach w regionie Europy Środkowej i Wschodniej, m.in. Albanii, Bośni i Hercegowinie, Bułgarii, Chorwacji, Czechach, na Węgrzech, w Kosowie, Macedonii Północnej, Czarnogórze, Polsce, Rumunii, Serbii, Słowacji oraz Ukrainie. Do Grupy UNIQA należą również spółki ubezpieczeniowe w Szwajcarii i Liechtensteinie.

Więcej informacji: [www.uniqagroup.com](http://www.uniqagroup.com)

---

**KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Katarzyna Ostrowska

rzeczniczka prasowa UNIQA

tel. (+48) 697 770 498

e-mail: [katarzyna.ostrowska@uniqa.pl](mailto:katarzyna.ostrowska@uniqa.pl)

tt @RzecznikUNIQA

tt/instagram/facebook @uniqapolska