

Prudential w Polsce  
Dla mediów

Warszawa, 26 października 2015r.

## Młodzi bogowie. Prudential ruszył z nową kampanią reklamową

**Od niedzieli można oglądać w telewizji nowe spoty firmy Prudential. Ubezpieczyciel chce zachęcić Polaków do oszczędzania z myślą o emeryturze, a kampania nosi przewrotny tytuł „Młodzi bogowie” i rozprawia się z mitami dotyczącymi naszych emerytur.**

Najnowsza kampania reklamowa Prudential w przystępny i humorystyczny sposób rozprawia się z mitami dotyczącymi emerytur. Uświadamia, że według przewidywań specjalistów dzisiejsi trzydziesto- czterdziestolatki mogą liczyć na emeryturę w wysokości zaledwie ok. 1/3 pensji. „Młodzi bogowie”, o których mówi kampania, zarabiają, wydają, mają rodziny, cieszą się życiem i niestety nie myślą o przyszłości, jaka ich czeka. Zdają się nie dostrzegać upływu czasu, lub wręcz go lekceważyć. Dlatego Prudential zachęca do zadbania o oszczędności na emeryturę i promuje jeden ze swoich produktów – premiępolisę „Emerytura bez obaw”. Ubezpieczyciel przekonuje potencjalnych klientów, że im wcześniej zaczną oszczędzać, tym mniejszym wysiłkiem finansowym uzbierają kapitał na przyszłość.

Kampania reklamowa rozpoczęła się w ostatnią niedzielę od emisji spotów reklamowych. Pojawią się one zarówno na głównych ogólnopolskich stacjach, jak i w kanałach tematycznych. Media mix kampanii obejmuje również reklamę w Internecie i inne działania online. Prudential planuje także publikację reklam prasowych w wielu tytułach, w tym lifestyle, kobiecych, motoryzacyjnych, dziennikach ogólnopolskich oraz magazynach podróżniczych i tygodnikach opinii. Kampanię wesprą działania public relations, związane z wynikami badania opinii Polaków na temat ich postaw wobec przyszłych emerytur oraz aktywna promocja w mediach społecznościowych. Spoty i formy typowe dla działań online pojawią się na profilu Prudential na Facebooku („Czas na przyszłość” – drugi najpopularniejszy profil w branży ubezpieczeń według badania Sotrender, wrzesień 2015) oraz na kanale YouTube ([www.historieprudential.pl](http://www.historieprudential.pl)).

Za planowanie mediów odpowiedzialny jest dom mediowy SMG Starcom, kreacje użyte w kampanii przygotowała agencja BBDO Warszawa. Reżyserem spotów reklamowych jest Sebastian Pańczyk, zaś wyprodukował je dom produkcyjny Papaya Films. Prudential deklaruje, że „młodzi bogowie” będą obecni w mediach przynajmniej do końca tego roku.

Odnośniki do stron, na której umieszczono spoty:

intro <https://youtu.be/fDcGiH3tVY>

45” [https://youtu.be/w3bRkXJ\\_Xzo](https://youtu.be/w3bRkXJ_Xzo)

30” <https://youtu.be/xlwUtduSeBM>

### Kontakt dla mediów:

Damian Ziąber

Tel. 502 591 655

E-mail: [Damian.ziaber@prudential.pl](mailto:Damian.ziaber@prudential.pl)

\*\*\*\*\*

Prudential prowadzi działalność w Polsce od marca 2013 r. Firma wchodzi w skład założonej w 1848 r. brytyjskiej grupy ubezpieczeniowej, obecnej w Polsce w latach 1927-1939. Prudential oferuje rozwiązania, które zapewniają ochronę ubezpieczeniową połączoną z możliwością oszczędzania na dowolny cel, a jego flagowym produktem jest unikalne na polskim rynku ubezpieczenie na życie „Premiopolisa”, pozwalające na zaplanowanie przyszłości finansowej i pomnażanie oszczędności. Prudential konsekwentnie rozwija swoją ofertę produktową, wprowadzając do niej szereg umów dodatkowych, zabezpieczających klientów finansowo na wypadek poważnego zachorowania, albo poważnego uszczerbku na zdrowiu. Prudential współpracuje obecnie z siecią ok. 600 przedstawicieli i planuje, że docelowo będzie ich ok. 3 tys. Działają oni w sieci 18 oddziałów w całej Polsce. Docelowo firma chce posiadać ok. 20-25 oddziałów w całej Polsce. Z myślą o osobach poszukujących nowych wyzwań zawodowych firma utworzyła specjalny serwis internetowy [www.kariera-prudential.pl](http://www.kariera-prudential.pl).

Motto Prudential brzmi: „Od 165 lat staramy się robić więcej niż inni, bo dla kogoś może to znaczyć wszystko.” To powód, dla którego firma konsekwentnie komunikuje swoją wieloletnią tradycję i kluczową dla ubezpieczyciela wartość dotrzymywania obietnic. Prudential wsparł produkcję filmu „Warszawa 1935”, ukazującego piękno przedwojennej Warszawy, zaś wiosną 2014r. zaprezentował prawdziwe historie spadkobierców posiadaczy przedwojennych polis, wystawionych jeszcze za czasów II Rzeczypospolitej. Firma w dalszym ciągu poszukuje spadkobierców swoich klientów sprzed drugiej wojny światowej, a do tej pory wypłaciła ponad 18 mln funtów szterlingów tytułem świadczeń z polis wystawionych przed wojną. Informacje o poszukiwaniach potomków dawnych klientów można znaleźć na polskiej i brytyjskiej stronie internetowej Prudential. Lista przedwojennych klientów firmy znajduje się pod adresem <http://www.prudential.co.uk/customers/pre-world-war-ii-polish-business/przedwojenne-nteresy>. Prudential wspiera również akcję społeczną „Daję Słowo”, mającą na celu przywrócenie wartości danemu słowu oraz promującą dotrzymywanie obietnic. W czerwcu 2015 r. Prudential został wyróżniony Grand Prix w konkursie Golden Arrow, za najlepszą i najbardziej efektywną kampanię reklamową. W październiku 2015r. kampania dotrzymanych obietnic zwyciężyła w kategorii „Ubezpieczenia i inwestycje”, otrzymując srebrną Effie (nie przyznano złotej statuetki).

W maju 2015r. Prudential uruchomił w Polsce program edukacji finansowej dla dzieci pod nazwą Cha-Ching. Krótkie muzyczne teledyski w zabawny sposób uczą dzieci mądrego korzystania z pieniędzy, tłumacząc, jak powinno się nimi dysponować. Program oparto na czterech filarach: zarabianiu, wydawaniu, oszczędzaniu i pomaganiu innym. Dzięki dostępnym na stronie internetowej [www.cha-ching.pl](http://www.cha-ching.pl) materiałom, może z niego skorzystać każdy rodzic oraz nauczyciel i przeprowadzić cykl praktycznych lekcji ze swoimi dziećmi i podopiecznymi. Program został wyróżniony w międzynarodowym konkursie Stevie Awards.

Dodatkowe informacje na [www.prudential.pl](http://www.prudential.pl) oraz:

	<a href="http://www.historieprudential.pl">www.historieprudential.pl</a>
	<a href="https://plus.google.com/u/0/+PrudentialPl165">https://plus.google.com/u/0/+PrudentialPl165</a>
	<a href="https://www.facebook.com/CzasNaPrzyszlosc">https://www.facebook.com/CzasNaPrzyszlosc</a>
WWW	<a href="http://www.dajeslowo.pl">www.dajeslowo.pl</a>
WWW	<a href="http://www.cha-ching.pl">www.cha-ching.pl</a>
WWW	<a href="http://www.mlodzibogowie.pl">www.mlodzibogowie.pl</a>