Warszawa, 10.10.2024

**Tylko połowa Polaków uważa się za pewnych siebie. Co piątemu mężczyźnie i co czwartej kobiecie brakuje pewności siebie**

**Według najnowszego badania pewność siebie jest ważniejsza dla kobiet niż dla mężczyzn, częściej też uważają ją za cechę pozytywną. Zdaniem ponad ⅔ Polaków pewność siebie to przede wszystkim wiara we własne możliwości, umiejętność wyrażania i obrony własnego zdania oraz poczucie własnej wartości. Niestety te cechy dostrzega u siebie mniej niż połowa badanych Polek. Co ważne, zdaniem 63 proc. Polaków pewność siebie można wypracować, częściej uważają tak kobiety. Sukces Pisany Szminką (Fundacja WłączeniPlus) i marka Kérastase zapraszają na bezpłatne warsztaty rozwojowe dla młodych kobiet zorganizowane w ramach akcji Power Talks.**

**Pewność siebie nabywamy z wiekiem**

W ramach kampanii Power Talks przeprowadzono badanie\* na reprezentatywnej grupie Polek i Polaków, z którego wynika, że **pewność siebie rośnie w nas wraz z upływającymi latami**. Pewność siebie dostrzega u siebie **jedynie 36 proc. osób w wieku 18-24 lata**, 43 proc. w grupie 25-34 lata, 46 proc. – w wieku 35-44 lata, 51 proc. wśród 45-55 lat i **55 proc. respondentów powyżej 55 roku życia**. Co ciekawe, częściej brak pewności siebie dostrzegają w sobie kobiety (28 proc. względem 20 proc. wśród mężczyzn). Mniej niż połowa (47 proc.) ankietowanych uważa się za osoby pewne siebie.

**Jedynie 34 proc. badanych kobiet wierzy we własne możliwości**

Wyniki badania wskazują, że zdaniem Polaków osoby pewne siebie cechuje: **wiara we własne możliwości** (71 proc.) oraz **umiejętność wyrażania własnego zdania** (70 proc.). Jednocześnie jedynie 34 proc. badanych kobiet wierzy we własne możliwości, a 43 proc. potrafi swobodnie wyrażać swoje zdanie. W dalszej kolejności respondenci jako cechy osoby pewnej siebie wskazywali **poczucie własnej wartości** (69 proc.), **umiejętność obrony własnego zdania** (69 proc.) oraz **akceptację siebie** (68 proc.). Badane dostrzegają te cechy u siebie rzadko, posiadanie ich deklaruje kolejno 38 proc., 40 proc. i 37 proc. respondentek.

**Większość Polaków jest zdania, że pewność siebie da się wypracować**

W opinii 63 proc. badanych **pewność siebie nie jest cechą wrodzoną, ale można nad nią pracować**. Okazuje się, że **częściej przekonanie, że można budować własną pewność siebie dotyczy kobiet** (68 proc. w porównaniu do 58 proc. wśród mężczyzn) oraz **osób młodych**, w wieku 18-24 lat (75 proc. wskazań).

**Kobiety częściej sądzą, że pewność siebie jest ważna i jest to cecha pozytywna**

Wyniki badania wskazują, że dla **blisko trzech na czterech respondentów bycie pewnym siebie jest ważne**, z czego dla 22 proc. – bardzo ważne. Okazuje się, że pewność siebie istotniejsza jest dla kobiet (79 proc. względem 68 proc. wśród mężczyzn). **Aż 82 proc. badanych jest zdania, że pewność siebie jest cechą pozytywną**, a 30 proc. uznaje ją za zdecydowanie pozytywną. Ponownie częściej myślą tak kobiety – 86 proc. w porównaniu do 79 proc. w grupie mężczyzn.

– *Zdrowa pewność siebie jest kluczem do spełnienia we wszystkich aspektach życia. Niestety, obserwuję to od lat, wiele Polek wciąż zmaga się z jej brakiem, co ogranicza ich możliwości i hamuje rozwój. Właśnie dlatego z pełnym oddaniem angażujemy się projekt #Power Talks, a ja osobiście zdecydowałam się poprowadzić warsztaty w tym obszarze w ramach realizacji części mojej życiowe misji – dzielenia się pozyskaną wiedzą w formie „podaj dalej”* – mówi **Olga Kozierowska, prezeska Fundacji WłączeniPlus i twórczyni Sukcesu Pisanego Szminką**.

Badanie przeprowadzone zostało przez [Socjolożki.pl](https://socjolozki.pl/) w ramach akcji Power Talks, której celem jest **wspieranie młodych kobiet** i **pomoc w budowaniu ich poczucia własnej wartości**. Olga Kozierowska, twórczyni Sukcesu Pisanego Szminką oraz Anna Flis, ekspertka Sukcesu Pisanego Szminką, podczas bezpłatnych warsztatów wesprą młode kobiety w pracy nad pewnością siebie, podzielą się konkretnymi narzędziami i ćwiczeniami, pozwalającymi na odkrywanie własnego potencjału.

*– W Kérastase, jako wiodąca na świecie marka w branży kosmetycznej, realizujemy misję wykraczającą poza pielęgnację włosów. Inicjatywa społeczna Power Talks ilustruje nasze zaangażowanie w działania na rzecz zmian na lepsze. We współpracy z organizacjami non-profit, realizujemy nasz cel, jakim jest walka z brakiem pewności siebie i dawanie jej młodym kobietom, poprzez programy mentoringu kierowane przez kobiety do kobiet. To przesłanie odzwierciedla wartości reprezentowane przez Kérastase i stanowi odpowiedź na jedną z najważniejszych potrzeb w naszym społeczeństwie.  Wierzymy, że wspólnymi siłami możemy budować potencjał kobiet i wzmacniać ich pozycję w społeczeństwie* – mówi **Natalia Kacprzak, Brand Business Leader Kérastase w Polsce i Krajach Bałtyckich.**

**Warsztaty rozwojowe Power Talks**

Fundacja WłączeniPlus pod marką Sukces Pisany Szminką wraz z marką Kérastase zaprasza na **bezpłatne warsztaty rozwojowe dla młodych kobiet,** które odbędą się w Poznaniu ([23.10.2024](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdZPSKfUmpxczWw-RU3esmmDeaQZuuLxa6MXJoQzI9CA7TcWg/viewform)) oraz Sopocie ([06.11.2024](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMqA7Y5Wcj6iKgqISADzeZ2t0mhEpKdcvHDwkPVGRZf8K7Cg/viewform)). W ramach programu Power Talks do 2025 roku wsparcie otrzyma ponad 15 tysięcy kobiet na całym świecie. – *Warsztaty organizujemy pro publico bono, kierując się zasadą „podaj dalej”. Od uczestniczek warsztatów oczekujemy jedynie przekazania pozyskanej wiedzy następnej osobie, której jest ona jest potrzebna* – dodaje Olga Kozierowska.

\*Badanie z użyciem metodologii CAWI przeprowadzono na reprezentatywnej pod kątem wieku i płci grupie 1000 dorosłych Polaków we wrześniu 2024.

**Sukces Pisany Szminką** założony przez Olgę Kozierowską od ponad 16 lat wspiera rozwój kobiet i wzmacnia ich widoczność w biznesie. Obecnie jest częścią Fundacji WłączeniPlus, której misją jest promowanie różnorodności jako fundamentalnej wartości organizacyjnej, uczynienie równości normą, a włączanie kluczowym elementem drogi do sukcesu w wymiarze biznesowym i indywidualnym. Tworzymy programy edukacyjne, ogólnopolskie kampanie społeczne i projekty dedykowane indywidualnym potrzebom firm współpracujących.

**Kérastase** od 1964 jako wiodąca na świecie profesjonalna marka luksusowej pielęgnacji włosów roku oferuje niezwykle skuteczne rozwiązania do pielęgnacji skóry głowy i włosów poprzez wyjątkowe produkty i rytuały dostępne tylko w salonach współpracujących z marką. A to wszystko poparte badaniami naukowymi, profesjonalną wiedzą i rozumieniem oczekiwań konsumentów wobec pielęgnacji włosów. Dziś marka Kérastase jest obecna w przeszło 60 krajach, a jej społeczność liczy około 150 000 Fryzjerów. Filozofią marki jest pielęgnacja na pierwszym miejscu, która wykracza poza produkty i polega na dbałości nie tylko o wszystkie rodzaje włosów i wszystkich klientów, a także o świat, w którym żyjemy. Kérastase realizuje swój program Power Talks we współpracy z ekspertami w dziedzinie mentoringu i budowania pewności siebie.