

Studiu ING Bank: 2 din 3 tineri cu vârste între 18 și 24 de ani au o stima de sine scazuta, iar asta îi costa aproximativ 6.600 lei pe an



2 din 3 tineri români cu vârste între 18 și 24 de ani au o stima de sine scazuta, iar acest lucru îi costa aproximativ 6.600 de lei pe an, arata un studiu realizat pentru ING Bank. Aceștia cheltuie, în medie, mai mult de un salariu mediu net pe comportamente daunatoare prin care fac fața sentimentelor negative față de propria persoana. Cele mai paguboase obiceiuri sunt cele asociate cu recompensele imediate și cu obținerea unei senzații de bucurie sau placere, cum sunt excesele alimentare și cumparaturile compulsive. Astfel, consumul de mâncare nesanatoasa ajunge sa-i coste dublu pe tinerii care nu se apreciaza suficient. În ceea ce privește shopping-ul, aceștia își cumpara de doua ori mai multe obiecte prin care își pot afirma statutul, precum haine, încălțăminte sau gadgeturi, și cheltuiesc cu 30% mai mult pentru acestea față de cei ce stau mai bine la capitolul stima de sine.

Rezultatele studiului realizat de Mercury Research pentru ING Bank prezinta o imagine a sanatații financiare a tinerilor români în contextul provocarilor cu care se confrunta. Anxietatea sociala, teama de a fi respinși sau judecați, comparațiile cu cei din jur și stima de sine scazuta sunt cele mai întâlnite fațete ale lipsei de iubire de sine și, implicit, cele mai frecvente motive ce activeaza comportamentele daunatoare la adresa propriei persoane: auto-învinoșarea, autoizolarea/izolarea auto-impusa, shopping-ul impulsiv, consumul de prea multa mâncare și ieșitul excesiv în oraș.

### **#UnfollowSelfHate – Lipsa stimei de sine declanșeaza comportamente nesanatoase cu efecte asupra sanatații psihice și financiare**

Prin intermediul campaniei **#UnfollowSelfHate** de anul acesta, realizata în colaborare cu agenția de publicitate Jam Session, ING Bank atrage atenția ca lipsa stimei de sine are impact nu doar în plan emoțional, ci și financiar. După ce ediția precedentă s-a axat pe combaterea fenomenului de cyberbullying, în 2023 obiectivul este acela de a încuraja iubirea de sine în rândul tinerilor români prin conștientizarea impactului alegerilor pe care aceștia le fac, inclusiv asupra sanatații lor financiare și, mai mult decât atât, prin oferirea de soluții personalizate pentru crearea de noi obiceiuri bune.

*„Stima de sine influențeaza în mod decisiv calitatea vieții noastre, așa încât este ideal sa conștientizam acest lucru și sa îl cultivam timpuriu. Aceasta se dovedește cu atât mai importanta în perioadele de tranziție în viața, așa cum este trecerea de la adolescența la tinerețe, de la a locui cu parinții, la viața pe cont propriu.*

*În plus, orele lungi petrecute pe rețelele de socializare care prezintă deseori o imagine perfectă, nu una reală, acutizează situația și mai mult. Vedem provocările cu care se confruntă tinerii și suntem foarte atenți la nevoile lor. Astăzi ne bucurăm să anunțăm continuarea unei campanii și demersul prin care vrem să ajutăm. Ne dorim ca #UnfollowSelfHate să îi ajute pe tineri nu doar să-și exploreze cu autenticitate vulnerabilitățile, ci să vada cu ochii lor cât îi costa atunci când nu se iubesc pe ei înșiși. Am pregătit pentru ei o serie de soluții pentru o viață mai sănătoasă din punct de vedere emoțional și financiar și sperăm ca acestea să facă o diferență în viețile lor.”, a declarat **Silvia Mihailescu, Director Marketing și Comunicare ING Bank.***

**Conceptul campaniei #UnfollowSelfHate** se bazează pe tensiunile resimțite de Gen Z, o generație expusă în mod constant la reprezentări online retușate și nerealistice, care simte presiunea de a-și trăi viața de zi cu zi așa cum se vede pe internet. Pentru tinerii Gen Z, comparația între realitățile pe care le trăiesc și ceea ce vad în online duce la sentimente de inadecvare și nesiguranță - iar acestea, de multe ori, rezultă în mecanisme de adaptare daunatoare.

*„Indiferent de vârsta sau generație, mulți dintre noi avem o serie de obiceiuri care ne afectează negativ viața. Dar, pentru Gen Z, impactul acestor obiceiuri se resimte cel mai tare în aria financiară a vieților lor. Astfel, plecând de la acest insight, ne-am dorit să găsim o modalitate prin care să punem punctul pe i și să vedem, în mod concret, care este efectul acestor obiceiuri. Așa a apărut ideea calculatorului #UnfollowSelfHate, un instrument prin care tinerii (și nu numai) pot afla impactul real al obiceiurilor daunatoare”, povestește **Andreea Ghenoiu, Creative Partner la Jam Session.***

### **Calculatorul #UnfollowSelfHate: Află cât cheltuiesti când nu te iubești**

În cadrul campaniei, ING Bank a dezvoltat un [calculator interactiv](#) cu ajutorul căruia oricine poate afla care este costul comportamentelor daunatoare compensatorii pentru lipsa iubirii de sine. Pe lângă conștientizare, care reprezintă primul pas pentru schimbarea obiceiurilor negative, tinerii pot opta pentru o serie de soluții gândite special de ING Bank pentru nevoile imediate ale acestora, dar și pe termen lung: sfaturi financiare, [coaching financiar gratuit](#) prin programul Banometru și chiar [sprijin emoțional](#) prin accesul la psihoterapeuți ai Rețelei de Sănătate Regina Maria.

Pentru îmbunătățirea sănătății emoționale, aceștia au la dispoziție o linie telefonică dedicată - 03715 09973, toate apelurile sunt confidențiale, gratuite și pot dura până la 20 de minute, iar un psihoterapeut Regina Maria le răspunde și îi poate ajuta în mod direct. În plus, tinerii beneficiază și de reduceri la ședințe de terapie individuale sau de grup.