

Young Money Matters

ROMÂNIA · SEPTEMBRIE 2025



Mesajul editorului

Bine ați venit la cea de-a doua ediție a Young Money Matters, un sondaj realizat în rândul tinerilor din România, Polonia și Cehia, cele trei piețe principale pe care activează [Cook Communications](#).

YMM 2025 este un studiu cu adevărat independent. Chestionarele pe care se bazează sondajele au fost elaborate intern de echipele noastre din București, Varșovia și Praga. Am angajat apoi firma 3Gem Media Group să realizeze sondajele în fiecare țară. Și am apelat din nou la jurnalistul Nicholas Watson pentru a transforma rezultatele sondajului în rapoarte coerente și ușor de înțeles.

Pentru sondajele din 2025, am dublat dimensiunea eșantionului la 1.000 de persoane în fiecare țară și am ponderat respondenții în raport cu populația din regiunile României, Poloniei și Cehiei, oferind astfel sondaje cu adevărat naționale.

Cook Communications, de la înființarea sa în 2003, a oferit consultanță clienților care au nevoie de sprijin în domeniul comunicării financiare în sectoare precum cele bancare, piețe de capital, companii de investiții, relații cu investitorii, fuziuni și achiziții (M&A), private equity și servicii financiare de retail. YMM este o extensie firească a activității noastre mai ample de comunicare.

Abordăm YMM dintr-o perspectivă a curiozității jurnalistice. Chestionarele noastre au fost concepute pentru a culege informații de bază, pentru a identifica tipare de comportament și pentru a ridica subiecte care ar putea fi examinate mai în detaliu.

Anul acesta am introdus câteva întrebări care reflectă evenimente și tendințele actuale. În plus față de datele noastre proprii, rapoartele noastre fac referire la statistici oficiale și alte sondaje recente pentru a oferi context, informații suplimentare și pentru a corobora sau contesta concluziile propriilor noastre sondaje. Astfel, putem observa că nivelul de trai al tinerilor se îmbunătățește; tot mai mulți tineri sunt de acord cu ideea de a contracta împrumuturi, inclusiv împrumuturi ipotecare, pe fondul scăderii ratelor dobânzilor; teama de recrutare este mare; aproximativ 70% sunt deschiși la ideea de a emigra; și a crescut numărul tinerilor care consideră că obiectivele lor financiare nu pot fi atinse.

Sperăm că Young Money Matters 2025 va genera dezbateri în cadrul sectorului serviciilor financiare, în mass-media și în rândul educatorilor, autorităților de reglementare și, mai presus de toate, printre tinerii români, polonezi și cehi.

Joe Cook

Parametrii sondajului

Obiectivele principale ale raportului „Young Money Matters 2025” au fost identificarea situației financiare actuale a tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani, atitudinea acestora față de bani și produse financiare, precum și sursele lor de informare privind gestionarea banilor.

Studiul cantitativ online care stă la baza raportului „Young Money Matters ” din acest an a fost realizat de 3Gem Media Group în perioada 9-15 mai 2025, utilizând chestionare elaborate de Cook Communications.

3Gem a chestionat 1.000 de români cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani, cel mai mare grup (32 %) fiind cel cu vârste cuprinse între 30 și 35 de ani (Milenialii). Celelalte trei grupuri (predominant tineri din generația Z) au fost: 18-21 (24 %), 22-25 (22 %) și 26-29 (22 %).

În ceea ce privește nivelul de educație, 25% dintre respondenți au studii superioare, 53% au studii medii, și 22% fie au urmat cursuri profesionale, fie au obținut o formare profesională postliceală. Persoanele chestionate locuiesc în diverse sate, comune, orașe și municipii din toată România. Raportul între sexe al respondenților este de 49% bărbați și 51% femei.

Constatări principale

- Majoritatea tinerilor români au un loc de muncă, puțin peste jumătate (54%) fiind angajați cu normă întreagă. Acest procent crește la 62% în rândul bărbaților, la 66% în rândul tinerilor cu vârsta cuprinsă între 26 și 29 de ani și la 67% în rândul celor cu vârsta cuprinsă între 30 și 35 de ani.

- Aproape jumătate (46%) câștigă aproximativ la nivelul salariului mediu național (8.932 pe lună), în timp ce 19% RON câștigă mai mult, iar 35% câștigă mai puțin. Tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani sunt mai predispuși să aibă un venit sub medie (44%), la fel ca 42% dintre femei.

- Peste jumătate (55%) locuiesc cu familia proprie (soț/soție/copii). Puțin sub o treime (30%) locuiesc cu părinții sau alte rude, dar această situație reprezintă 49% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 21 de ani. Iar 82% și consideră că statul ar trebui să facă mai mult în ceea ce privește disponibilitatea locuințelor la prețuri accesibile.

PIB: 403 miliarde dolari
PIB per capita: 21.420 dolari
Populație: 19,1 milioane

Surse: Date din 2025 de la FMI, Eurostat



- Mai mult de jumătate (59%) au economii suficiente pentru a se întreține doar o lună sau mai puțin, media fiind de 1,3 luni (40 de zile). Chiar și cei cu venituri mai mari au, în medie doar economii suficiente pentru a acoperi cheltuielile de trai pentru 1,9 luni (58 zile). Un sfert dintre tineri spun că nu le rămân niciodată bani la sfârșitul lunii.

- Peste jumătate (55%) primesc, de asemenea, un anumit nivel de ajutor financiar din partea familiei. Acest sprijin scade odată cu vârsta, tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani fiind cei mai susceptibili de a primi ajutor (77%) în comparație cu doar 40% dintre cei cu vârste cuprinse între 30 și 35 de ani. Suma primită este de obicei de până la 5.000 de lei pe an.

- Alimentele reprezintă cea mai mare cheltuială din veniturile tinerilor (25%), urmate de utilități (16%) și timp liber (12%). Chiria se află pe locul 4, la egalitate cu economiile (11%).

- Numerarul/ conturile curente (46%), cardurile de credit (39%) și conturile de economii (31%) rămân cele mai utilizate produse și servicii financiare, în ciuda unei scăderi a utilizării numerarului.

- Scăderea ratelor dobânzilor a făcut împrumuturile mai atractive pentru două treimi (64%) dintre tineri, creditul de nevoi personale fiind produsul cel mai probabil de a fi luat în considerare.

- Aproape jumătate (49%) dintre tineri consideră că nivelul lor de trai s-a îmbunătățit în ultimele 12 luni, în timp ce 18% consideră că s-a înrăutățit. Cei cu venituri mai mici sunt mai susceptibili de a fi fost afectați negativ (27%). Majoritatea (68%) tinerilor prevăd o creștere în continuare a costurilor de trai.

- Trei din cinci tineri (62%) din România sunt îngrijorați de o eventuală reintroducere a serviciului militar obligatoriu; îngrijorarea este cea mai mare în rândul tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (70%) și printre cei cu venituri peste medie (73%).

- A avea suficienți bani pentru a nu-și face griji cu privire la plata facturilor lunare (17%), pentru a se întreține pe ei înșiși și pe familiile lor (16%) și pentru a avea propria locuință (14%) rămân principalele aspirații financiare ale tinerilor români. Trei sferturi consideră că aspirațiile lor financiare sunt realizabile, dar 10% consideră că nu sunt.

- Având în vedere presiunile economice, majoritatea (70%) ar lua în considerare mutarea în străinătate pentru a-și continua cariera și a-și crește veniturile. Dintre cei care s-ar muta în străinătate, peste jumătate (57%) s-ar muta în UE și aproape un sfert (23%) în SUA.

- Deși 42% obțin informații financiare din căutări pe internet și 34% din rețelele sociale, doar 12% urmăresc vreun influencer financiar.

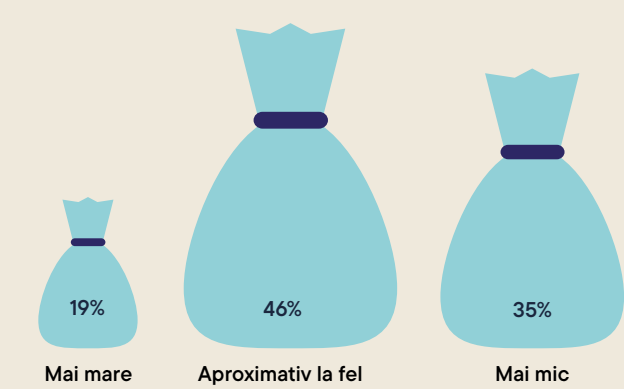
Locuri de muncă și venituri

În sondajul „Young Money Matters” realizat în 2025, majoritatea tinerilor români (54%) erau angajați cu normă întreagă, cei cu vârsta de peste 26 de ani fiind mai predispuși să ocupe astfel de locuri de muncă în comparație cu cei cu vârsta de până la 25 de ani. Împreună cu cei 8% angajați cu normă parțială și cu cei 8% care desfășoară activități independente, procentul de angajați într-un fel sau altul este 70%, peste rata oficială a ocupării forței de muncă de 62,7% (înregistrată în primul trimestru al anului 2025) și în concordanță cu rata medie OECD de 69,4%.

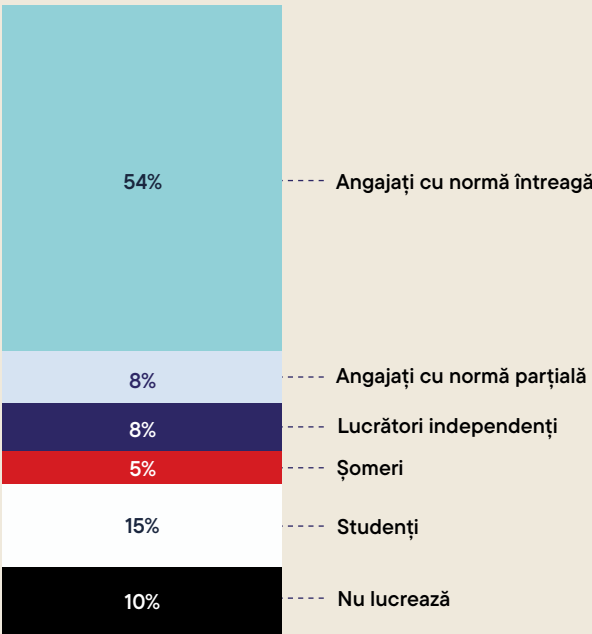
Sondajul a constatat că numărul tinerilor șomeri este de 5%, la care se adaugă încă 10% care nu au un loc de muncă. Acest procent este sub rata șomajului oficială în rândul tinerilor din România, care este de 26,3% pentru persoanele cu vârsta sub 25 de ani, ceea ce face din România țara cu cea mai mare rată a șomajului în din UE în rândul tinerilor, depășind state precum Spania și Grecia, unde șomajul în rândul tinerilor a reprezentat în mod tradițional o problemă majoră, precum și rata medie a șomajului în rândul tinerilor din UE, care este de 14,5%. Rata șomajului la nivel național în România în luna martie a fost de 5,5%, potrivit Eurostat, agenția de statistică a UE, comparabilă cu rata medie a șomajului în UE, de 5,8%.

Salariile rămân scăzute în România, în special pentru tineri. Sondajul nostru a relevat că 35% dintre tineri câștigă sub salariul mediu lunar național de 8.932 RON (1.759 euro), dar această cifră crește la 44% în grupa de vârstă cuprinsă între 18 și 21 de ani și la 42% în rândul femeilor. Un sondaj Eurostat publicat în iunie a arătat că România avea a doua cea mai mare pondere (14,7 %) de tineri cu vârste cuprinse între 15 și 29 de ani care se confruntau cu lipsuri materiale și sociale grave. Numai Bulgaria avea o pondere mai mare, de 17,2 %, în timp ce media UE era de 5,8%. În general, românii rămân nemulțumiți de salariile lor – un sondaj realizat în iunie de site-ul eJobs a arătat că patru din zece angajați români (39%) sunt nemulțumiți de salariul actual și resimt presiuni financiare în viața de zi cu zi. Pe de altă parte, diferența de remunerare dintre femei și bărbați în România a fost în mod tradițional una redusă. Astfel, un sondaj Eurostat a constatat că, venitul brut pe oră al femeilor din România în 2023, era, în medie, cu doar 3,8% mai mic decât cel al bărbaților, una dintre cele mai scăzute discrepanțe salariale din UE, unde diferența medie este de 12,0%.

Venitul lunar comparat cu venitul lunar mediu brut la nivel național

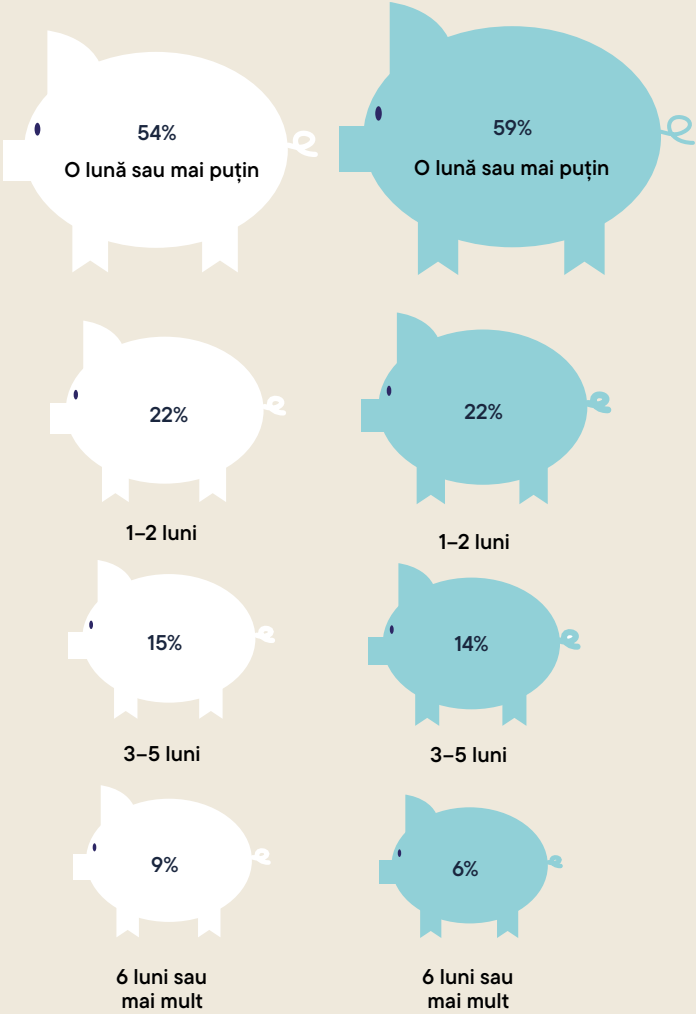


Locuri de muncă



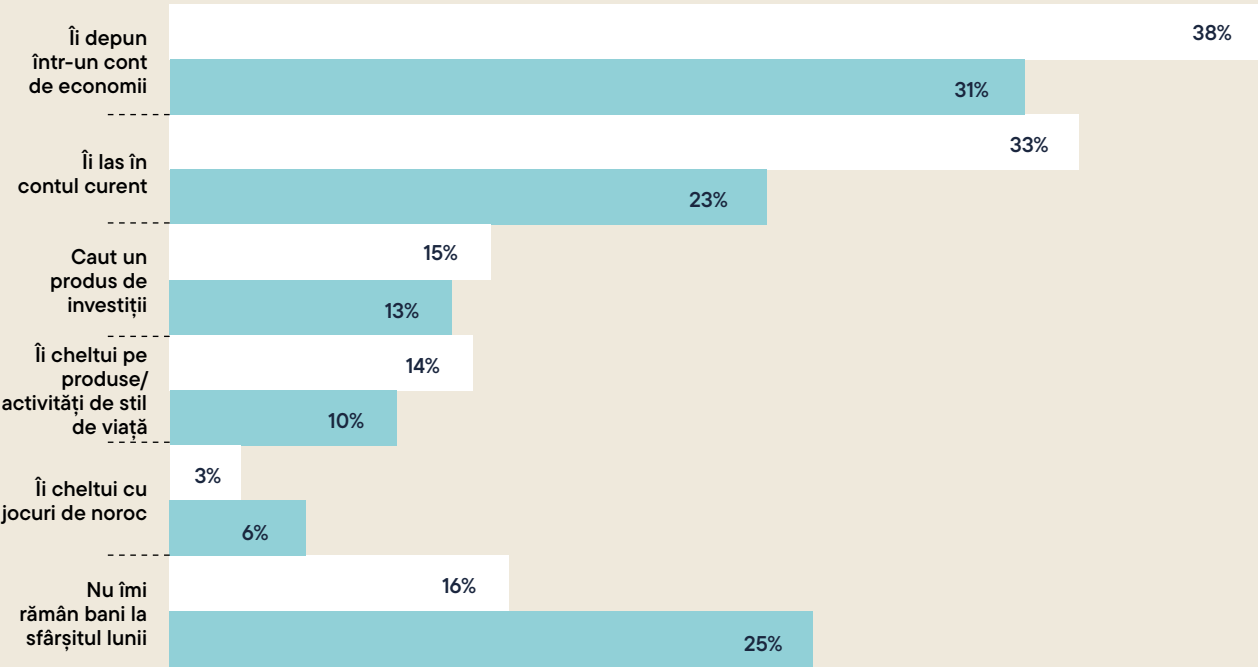
Economiile mele vor acoperi...

● 2024 ● 2025



Cum îmi folosesc banii rămași la sfârșitul lunii

● 2024 ● 2025



Cum își cheltuiesc tinerii banii

Cu 81% dintre tineri câștigând salariul minim pe economie sau mai puțin și cu o inflație anuală în România de 5,4%, cea mai mare din UE în luna mai, nu este de mirare că prea mulți tineri români încă depind de „banca părinților” pentru a-și acoperi cheltuielile lunare.

Conform sondajului nostru din 2025, peste jumătate (55%) dintre tinerii din România primesc în prezent ajutor financiar de la familie. Totuși, sprijinul financiar scade odată cu vârsta: trei sferturi (77%) dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani primesc ajutor financiar, comparativ cu doar două cincimi (40%) dintre cei cu vârste cuprinse între 30 și 35 de ani. Aproximativ 60% dintre femeii, dar numai 51% dintre bărbați beneficiază de sprijin. În ceea ce privește sumele, cei care primesc sprijin financiar de la membrii familiei, primesc predominant 5.000 de lei sau mai puțin pe an (78%). Doar 22% primesc mai mult decât această sumă.

România rămâne o excepție în sondajele Young Money Matters comparativ cu Cehia și Polonia prin faptul că chiria nu se numără printre cele mai mari două cheltuieli lunare. Pentru tinerii români, alimentația reprezintă, în mod covârșitor, cea mai mare cheltuială, reprezentând, în medie, un sfert (25%) din venitul lor lunar. Cei cu venituri mai mici cheltuiesc o proporție mai mare pe mâncare, comparativ cu cei cu venituri mai mari, care cheltuiesc mai mult pe activități de agrement (probabil mănâncă mai des în oraș) și pe realizarea de economii.

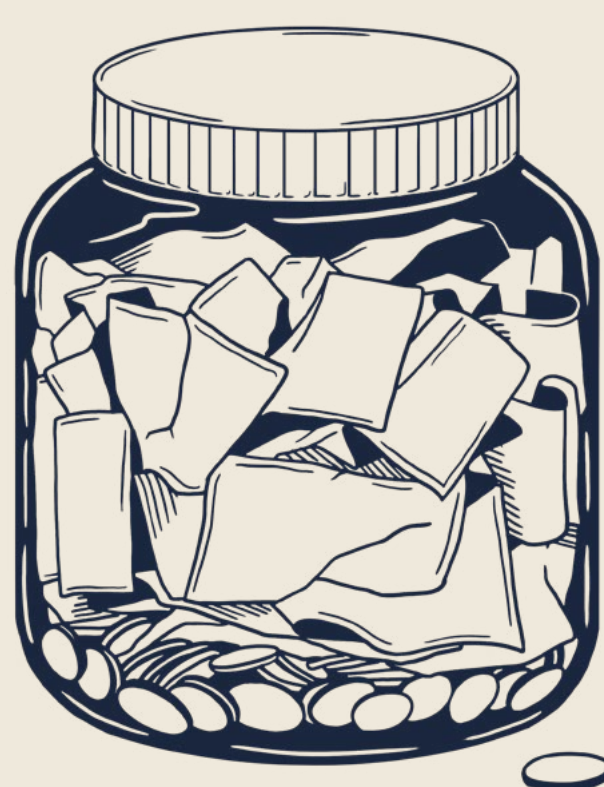


Utilitățile sunt a doua cea mai mare cheltuială, reprezentând 16% din venitul lunar al tinerilor români, în ciuda plafonării prețurilor la energie electrică și gaze începând din noiembrie 2021 – o măsură menită să protejeze consumatorii de creșterea prețurilor. Cu toate acestea, plafoanele pentru prețul energiei electrice au fost eliminate la 1 iulie, ceea ce este probabil să ducă la creșterea și mai mare a facturilor la utilități.

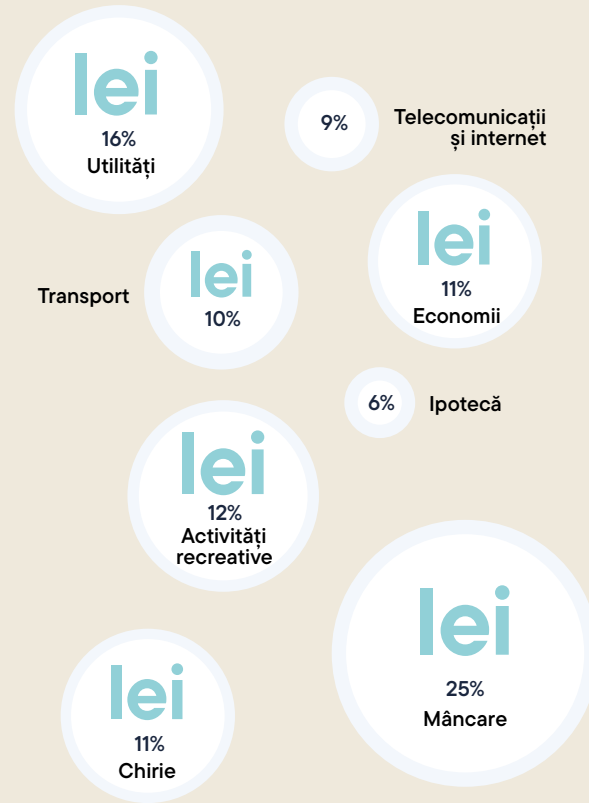
Respondenții din sondajul nostru au declarat că economisesc, în medie, 11% din venitul lunar, aproximativ la fel cu procentul de 12% înregistrat în sondajul Young Money Matters din 2024. Suma economisită lunar a fost cea mai mare în rândul grupului cu venituri mai mari (15%) și al celor din grupa de vârstă cea mai înaintată, cei între 30-35 de ani (12%). Cu toate acestea, aproape un sfert dintre cei chestionați recunosc că nu le rămân niciodată bani la sfârșitul lunii, femeile (33%) și grupul celor cu venituri mai mici (32%) fiind cei mai afectați.

Aceasta se traduce prin lipsa unei rezerve financiare adecvate pentru prea mulți tineri români, în contextul costurilor ridicate ale traiului și cu locuințele dar și al salariilor mici. În medie, tinerii din România au economii care le acoperă doar 1,3 luni (40 de zile), 59% dintre ei declarând că au economii pentru o lună sau mai puțin. Situația afectează în special grupurile cu venituri mici și al femeilor, cu 64% și, respectiv, 66%.

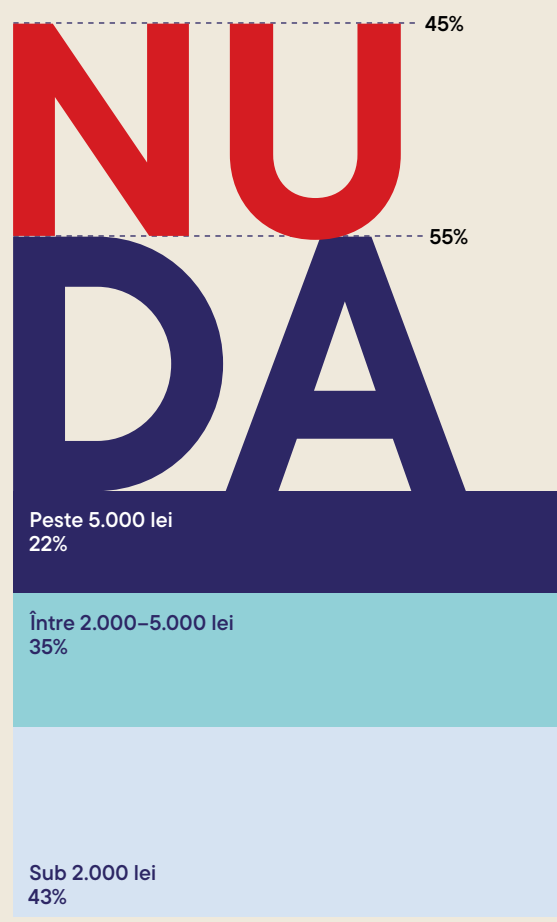
Dintre cei 75% care au bani rămași la sfârșitul lunii, 31% îi transferă într-un cont de economii și 23% îi lasă în contul curent. Jocurile de noroc și stilul de viață reprezintă un alt procent de 16%. Rămân 13% care ar căuta un produs de investiții financiare (procentul crescând la 17% în rândul bărbaților și la 16% în rândul persoanelor cu venituri mari), ceea ce reprezintă o ușoară scădere față de sondajul Young Money Matters din 2024, care a constatat că 15% din tineri ar căuta un produs de investiții financiare.



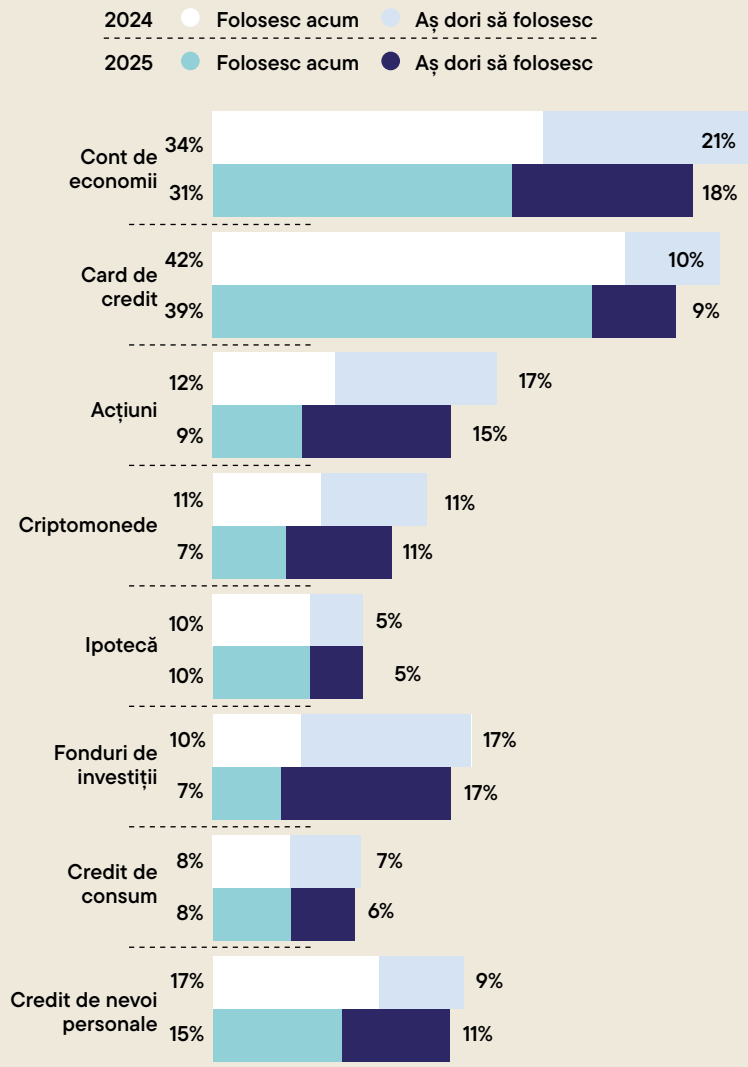
Cum își cheltuiesc banii...



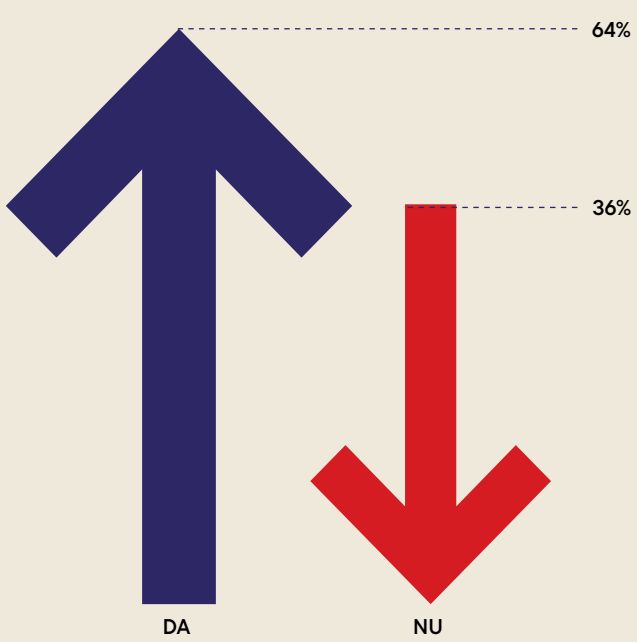
Ajutor din partea familiei?



Produsele mele financiare...



Scăderea ratelor dobânzilor a făcut ca un împrumut să fie mai atractiv acum?



Cum economisesc tinerii

Sondajul Young Money Matters din 2025 a constatat că tinerii români au o tendință mai mare de a se îndatora decât tinerii din Cehia și Polonia. Dintre cei care în continuare au declarat că și-ar folosi economiile lunare pentru a căuta un produs de investiții financiare, conturile curente rămân cel mai utilizat produs/serviciu financiar în 2025 (46%), deși cardurile de credit ocupă locul al doilea (39%). Ambele au înregistrat o scădere față de raportul Young Money Matters din 2024.

Aproape două treimi (64%) dintre tinerii români afirmă că scăderea ratelor dobânzilor a făcut împrumuturile mai atractive; atractivitatea creditelor este și mai mare în rândul tinerilor cu vârste cuprinse între 22 și 25 de ani (72%) și al celor cu venituri medii sau peste medie (69% și 73%). Peste jumătate (54%) dintre cei care consideră acum împrumuturile mai atractive ar lua în considerare împrumuturile personale, urmate de cardurile de credit (37%), creditele de consum (20%) și descoperirile de cont (15%). Din fericire, datoria totală a gospodăriilor din România rămâne relativ scăzută în comparație cu standardele UE – în septembrie 2024, datoriile totale ale gospodăriilor se situau la aproximativ 18,4 % din PIB, cel mai scăzut nivel din UE, potrivit Eurostat.

Popularitatea produselor de investiții tradiționale, precum acțiunile, obligațiunile, fondurile și depozitele la termen, în rândul tinerilor români a rămas în mare parte neschimbată sau ușor mai scăzută față de sondajul de anul trecut. Interesant este faptul că, în ciuda tendinței regionale, utilizarea criptoactivelor a scăzut la 7% în sondajul de anul acesta față de 11% în sondajul de anul trecut. Acest lucru ar putea fi legat de consecințele mai multor scandaluri privind criptoactivele, printre care și cel cu influencerul de TikTok Bogdan Peschir, care a devenit cunoscut la sfârșitul anului 2024 pentru promovarea criptoactivelor și distribuirea de tokenuri către utilizatori.

Cu toate acestea, sondajul a constatat că utilizarea (10%) și interesul (14%) pentru criptoactive rămân ridicate în rândul tinerilor români, ceea ce corespunde cu rezultatele altor sondaje, cum ar fi o analiză a audienței realizată de Start.io în noiembrie 2024, care a constatat că 96% dintre utilizatorii de crypto se încadrau în categoria de vârstă 18-34 ani, dintre care aproximativ două treimi erau bărbați. Platformele de criptoactive, influencerii și comunitățile din România vizează adesea bărbații în mod mai agresiv, cu un branding care pune accentul pe asumarea riscurilor, competiție și statut.

Adevăruri de acasă

Locuința rămâne nu numai una dintre cele mai mari cheltuieli pentru tinerii români, ci și o sursă majoră de îngrijorare și aspirații.

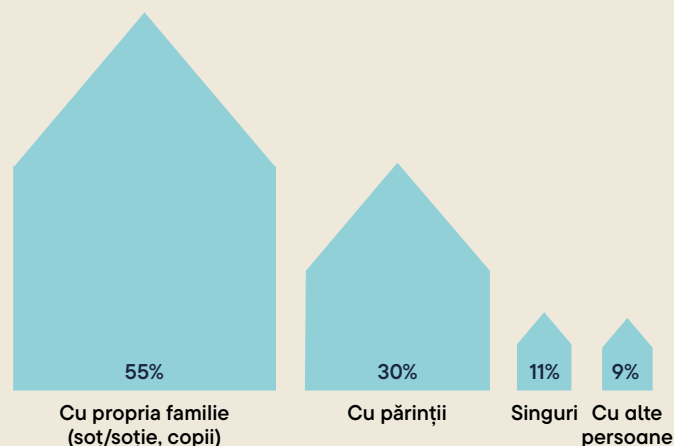
În sondajul nostru, peste jumătate (55%) dintre tinerii români locuiesc împreună cu familia proprie (soț/soție/copii), însă aproape o treime (30%) încă locuiesc cu părinții sau cu alte rude, procent similar cu cel înregistrat în sondajul de anul trecut (32%). Așa cum era de așteptat, grupurile cu o vârstă mai înaintată (26–35 de ani) și persoanele cu venituri mai mari sunt cele mai predispuse să locuiască împreună cu soțul/soția și copiii, în timp ce persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani și cele cu venituri mai mici sunt mai predispuse să locuiască cu părinții/alte rude.

Numărul tinerilor români care utilizează un credit ipotecar a rămas stabil la 10% față de sondajul de anul trecut, deși interesul pentru utilizarea unui astfel de produs financiar rămâne scăzut (5%), variind între 4–8% în funcție de grupa de vârstă, sex și venituri. Acest lucru este probabil o consecință a dobânzilor relativ ridicate ale creditelor ipotecare. Comparând dobânzile medii ale creditelor ipotecare, [raportul Deloitte „Property Index 2024”](#) a constatat că România, cu dobânzi de 7,7%, se află pe locul al doilea după Polonia, cu dobânzi de 8,1%, ceea ce are un impact în special asupra cumpărătorilor care achiziționează pentru prima dată o locuință. Nu este surprinzător că patru din cinci tineri (82%) din România consideră că statul ar trebui să facă mai mult în ceea ce privește disponibilitatea locuințelor la prețuri accesibile.

Chiria reprezintă însă doar a patra cea mai mare cheltuială lunară pentru tinerii din sondajul nostru, deoarece chiria și prețurile proprietăților rămân mai accesibile în România decât în alte țări europene. Potrivit [raportului Deloitte](#), piața închirierilor din capitala României rămâne relativ accesibilă, nu numai în comparație cu capitalele din Polonia și Cehia, ci și în comparație cu orașele provinciale din aceste țări. În București, costul mediu lunar al chiriei este de 9,2 €/m², mult sub cel din Varșovia, de 16,7€/m², și cel din Praga, de 15,9€/m².

Raportul calculează, de asemenea, accesibilitatea locuințelor ocupate de proprietari, analizând numărul de salarii medii brute anuale necesare pentru achiziționarea unei locuințe noi standardizate, cu o suprafață medie de 70m². S-a constatat astfel că românii trebuie să cheltuiască echivalentul a 5,9 salarii anuale, în scădere față de 6,3 salarii anuale în raportul din anul precedent. Prețurile locuințelor în România cresc, de asemenea, mult mai lent decât în țările din regiune, respectiv cu 4,0% față de anul precedent în al patrulea trimestru al anului 2024, potrivit [Eurostat](#).

Unde locuiesc...



Statul și locuințele la prețuri accesibile

82%

din tineri cred că statul ar trebui să facă mai mult

11%

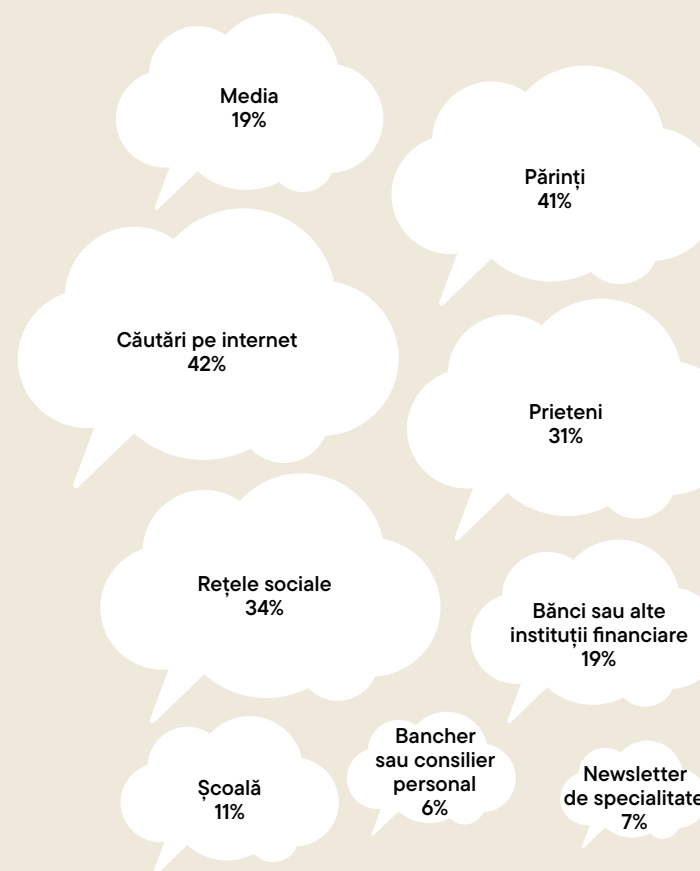
...statul face destul

7%

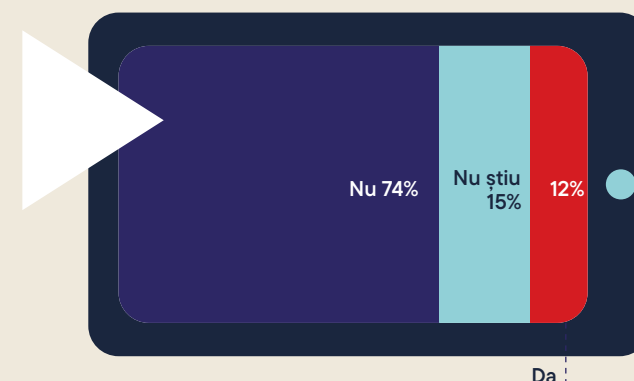
...ar trebui să se implice mai puțin



De unde îmi iau informațiile...



Urmăriți vreun „finfluencer“?



Cunoștințe și învățare

Sondajul nostru „Young Money Matters” din 2025 arată că tinerii români se bazează pe căutări pe internet (42%) și pe părinți (41%) ca principale surse de consiliere și informare financiară, în timp ce aproximativ o treime obțin aceste informații de pe rețelele sociale (34%) și de la prieteni (31%). Tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (55%) și cei cu venituri mai mici (51%) sunt mai predispuși să se bazeze pe părinți pentru sfaturi.

Școala rămâne pe un loc inferior în clasament, cu doar 11% din respondenți menționând-o ca o sursă de informații. Un [studiu](#) separat din noiembrie 2024 realizat de agenția de cercetare de piață iSense Solutions pentru BankingNews a relevat că doar unul din trei români a declarat că au primit o educație financiară într-un mediu formal, ceea ce înseamnă că există un potențial mare de creștere în acest domeniu, atât din partea instituțiilor statului, cât și a entităților comerciale.

Sondajul nostru indică faptul că ascensiunea influencerilor/bloggerilor financiari, așa-numiții „finfluenceri”, ar putea să fi ajuns la apogeu. După ce o cincime (20%) dintre tinerii români care au participat la din 2024 sondajul Young Money Matters au declarat că urmăresc cel puțin un influencer financiar online – procentul crescând la 34% în rândul celor cu venituri mai mari – această cifră a scăzut la 12% în sondajul din acest an. Dintre cei care urmăresc influenceri, majoritatea (77%) au încredere în sfaturile oferite; puțini (6%) sunt foarte sceptici. Printre numele de influenceri menționate s-au numărat Selly, Dorian Popa, Bisoi, Cristian Sima, Zbir, Maria Karapa, Theo Rose și Tiberiu Nicolae.

Temerile, speranțele și progresul

Aproximativ jumătate dintre tinerii români care au participat la sondajul nostru din 2025 au declarat că nivelul lor de trai s-a îmbunătățit în ultimul an, același procent ca în sondajul de anul trecut. Acest lucru este deosebit de evident în rândul celor cu venituri mai mari (67%) și celor cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (58%). Cu toate acestea, doi din trei (68%) consideră că le vor crește costurile cu traiul în următorul an, așteptări care sunt similare în toate grupele, indiferent de sex, vârstă și venituri. Acest lucru este susținut și de sondajul Deloitte Global „2025 Gen Z and Millennial Survey”, care a constatat că aproape jumătate dintre membrii generației Z (48%) și Milenialii (46%) spun că nu se simt în siguranță din punct de vedere financiar, față de 30% dintre membrii generației Z și 32% dintre Milenialii chestionați în sondajul de anul trecut.

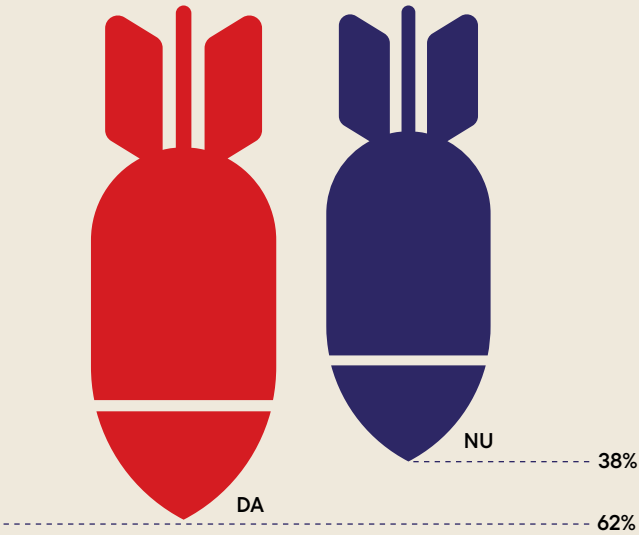
Se înregistrează o scădere a numărului celor care consideră că aspirațiile lor financiare sunt realizabile (75% față de 81% în 2024) și o creștere a numărului celor care consideră că nu sunt (10% față de 7% în 2024). Principalele motive invocate pentru neîncrederea în realizarea aspirațiilor financiare au fost: un cost cu traiul prea ridicat (44%); imposibilitatea de a câștiga suficient (40%); prețurile locuințelor și impozitele prea mari (33% și respectiv, 25%); și imposibilitatea de a economisi sau investi suficient (23%).

Optimismul tinerilor români este afectat și de războiul care face ravagii în Ucraina vecină, precum și de temerile legate de recrutarea în armată. Aproximativ trei din cinci tineri (62%) sunt îngrijorați de o eventuală reintroducere a recrutării și a serviciului militar obligatoriu; îngrijorarea este cea mai mare în rândul tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (70%) și al celor cu venituri peste medie (73%). Acest lucru are un impact și asupra obiceiurilor de consum ale tinerilor, peste jumătate (57%) dintre cei îngrijorați de reintroducerea stagiului militar obligatoriu fiind dispuși să economisească mai mult pentru situații de urgență.

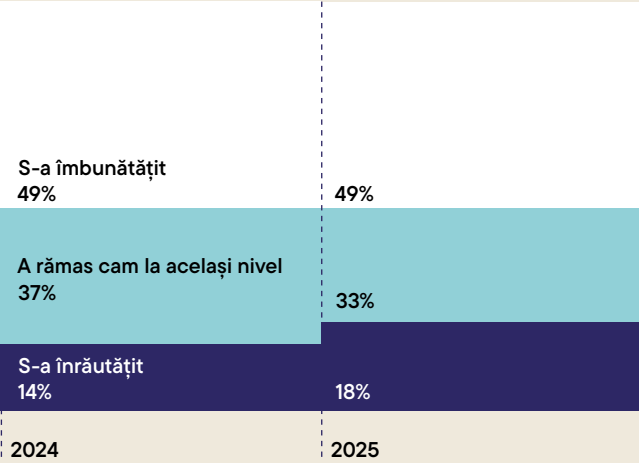
„Să am suficienți bani pentru a nu-mi face griji cu plata facturilor lunare” (17%) a devenit principala aspirație financiară a tinerilor români în sondajul din acest an, detronând „Să am suficienți bani pentru a mă întreține pe mine și familia mea”, care a coborât pe locul al doilea, cu 16%. „Să am propria mea casă” (14%) completează topul celor trei aspirații ale tinerilor români.

Emigrarea este percepută ca una dintre modalitățile de a avansa în viață, 70% dintre tinerii români declarând că ar fi dispuși să se mute în străinătate pentru a-și continua cariera sau pentru a-și mări veniturile. Peste jumătate (57%) s-ar muta într-un alt stat membru UE, iar aproape un sfert (23%) în SUA.

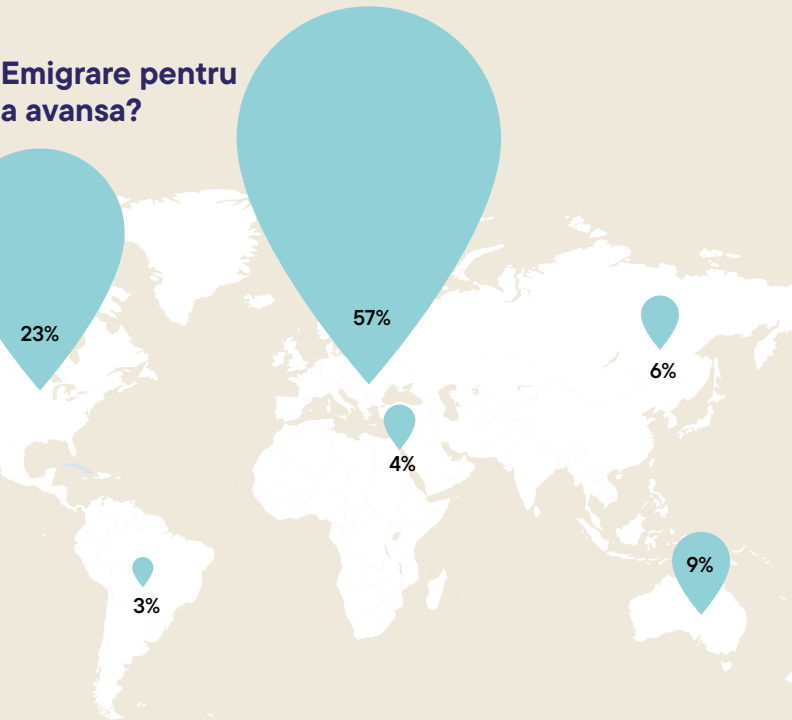
Chemarea la arme: Te îngrijorează recrutarea obligatorie în armată?



Schimbarea standardului de viață în ultimele 12 luni



Emigrare pentru a avansa?



Ce facem de aici înainte?

Problemă	Datele din YMM 2025	Plan de acțiune	
		Pe termen scurt	Pe termen lung
Independență redusă în ceea ce privește locuința	30% locuiesc cu părinții sau alte rude. Procentul crește la 39% în cazul persoanelor cu venituri mici și la 49% în cazul persoanelor cu vârsta cuprinsă între 18 și 21 de ani.	Crearea de ghiduri online care să explice drepturile chiriașilor, contractele și costurile de bază. Crearea unui portal centralizat pentru locuințe, cu liste verificate de chirii accesibile. Lansarea unor campanii locale care să încurajeze coabitarea sau împărțirea apartamentelor.	Extinderea accesului la credite ipotecare preferențiale pentru persoanele sub 35 de ani. Dezvoltarea de locuințe de închiriat la prețuri accesibile prin parteneriat public-privat. Integrarea sprijinului pentru locuințe în strategiile naționale pentru tineret.
Economii insuficiente	Economiile medii sunt egale cu aproximativ 1,3 luni de salariu, dar 59% din tineri au economii pentru doar o lună sau mai puțin. Acest procent crește la 64% în cazul persoanelor cu venituri mici și la 66% în cazul femeilor.	Promovarea unor instrumente de economisire prin intermediul rețelilor sociale sau al aplicațiilor bancare. Oferirea de mici recompense (de exemplu, rambursări, vouchere) pentru atingerea obiectivelor lunare de economisire. Oferirea de instrumente digitale gratuite pentru a ajuta la urmărirea cheltuielilor și la elaborarea bugetelor de bază.	Introducerea unor scheme de economisire cu contribuție egală pentru utilizatorii tineri sau cu venituri mici. Oferirea de stimulente fiscale pentru obiceiuri de economisire consecutive. Includerea educației financiare în programele naționale de educație și în programele de integrare ale angajatorilor.
Dependența de sprijinul financiar al părinților	55% primesc ajutor financiar de la familie, 57% dintre aceștia primind peste 2.000 RON anual.	Distribuirea de șabloane simple de bugetare prin școli, rețele sociale și angajatori. Promovarea de platforme de locuri de muncă cu jumătate de normă destinate studenților și tinerilor aflați la începutul carierei. Evidențierea unor povești de succes privind independența financiară pentru a schimba normele sociale.	Oferirea de stagii subvenționate și subvenții pentru locuri de muncă la nivel de începători. Oferirea unor „fonduri de pornire” pentru tinerii care se mută din casa părintească. Oferirea de stimulente fiscale angajatorilor care angajează tineri în posturi cu normă întreagă.
Dificultatea de a atinge obiectivele financiare din cauza costului ridicat al vieții	10% spun că obiectivele lor sunt de neatins din cauza costului ridicat al vieții (44%) și a veniturilor mici (40%). 68% se așteaptă la creșterea costului vieții și mai mult în următorul an.	Sfaturi practice de bugetare și calculatoare ale costului vieții prin intermediul aplicațiilor mobile. Colaborări cu administrațiile locale pentru a oferi reduceri la transport sau alimente. Crearea unei liste de servicii gratuite sau cu reduceri pentru tinerii adulți (locuințe, asistență medicală, studii).	Sprijinirea accesului tinerilor la locuri de muncă mai bine remunerate prin cursuri și diplome subvenționate. Dezvoltarea sectoarelor care oferă locuri de muncă la distanță și flexibile pentru tineri Explorarea unor mecanisme de reglementare a costurilor de trai esențiale, precum chiria și energia.
Educație financiară insuficientă și puterea mass-media/influencerilor	Principalele surse de informații financiare: căutări pe internet (42%), părinți (41%) și rețele sociale (34%). 12% urmăresc influențieri; 77% dintre ei au încredere în sfaturile acestora.	Colaborări cu influenceri cunoscuți pentru a distribui informații financiare de bază. Crearea unei etichete sau a unui simbol de conținut verificat pentru sfaturi financiare credibile. Lansarea unor videoclipuri scurte și ușor de înțeles pe teme financiare cheie.	Introducerea ca materie obligatorie a educației financiare personale în școli. Stabilirea unor standarde naționale pentru educația financiară online și transparența influențierilor. Crearea unui portal public pentru îndrumare financiară clară și de încredere pentru tineri.



să vă creșteți profilul
să vă construiți notorietatea brandului
să vă faceți cunoscute noutățile să vă susțineți cauza
să vă îmbunătățiți reputația să vă monitorizați concurenții în media
să analizați mass-media să vă stabiliți stakeholderii să vă spuneți povestea
să intrați pe noi piețe să vă explicați ideile
să vă mențineți vizibilitatea
să vă dezvoltați afacerea
să vă adresați publicului țintă & să vă planificați evenimentul
să vă promovați produsul sau serviciul
să fiți reprezentați în fața media

Cum vă putem ajuta?

Hai să discutăm – contactează-i pe Joe, Anna sau Alex

Cehia și regiunea

Joe Cook
(420) 602 683 230
j.cook@cook-comm.com

Polonia

Anna Ziubińska
(48) 663 171 033
a.ziubinska@cook-comm.com

România

Alexandru Alexe
(40) 729 851 969
a.alex@cook-comm.com

Bibliografie și lecturi suplimentare

<https://www.cook-comm.com/files/young-money-matters-ro-en-v05.pdf>

[https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/dd-n-20250612-1#:~:text=In%202024%2C%20the%20severe%20material,the%20total%20population%20\(6.4%25\).](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/dd-n-20250612-1#:~:text=In%202024%2C%20the%20severe%20material,the%20total%20population%20(6.4%25).)

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Gender_pay_gap_statistics

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Households_statistics_on_financial_assets_and_liabilities

<https://www.start.io/audience/crypto-investors-in-romania?utm>

<https://www.deloitte.com/cz-sk/en/Industries/real-estate/research/property-index.html>

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-euro-indicators/w/2-08042025-ap>

https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-2025-gen-z-and-millennial-survey.html?icid=top_deloitte-2025-gen-z-and-millennial-survey

Young Money Matters was written by Nicholas Watson, and translated from the English by our teams in Bucharest, Prague and Warsaw. The questionnaires upon which the surveys were based were developed, collectively, by Alexandru Alexe, Dalia Bărbuică, Marie Chaloupková, Joe Cook, Matyáš Hopp, Agata Koczkowska, Vit Šubrt, Nicholas Watson and Anna Ziubińska. The surveys were conducted by 3Gem Media Group. Soňa Daňková prepared the infographics and layout, and together with Lukáš Honzák of Ginger & Fred in Prague undertook the design. Young Money Matters is published by, and is the copyright of, Cook Communications © 2025.

