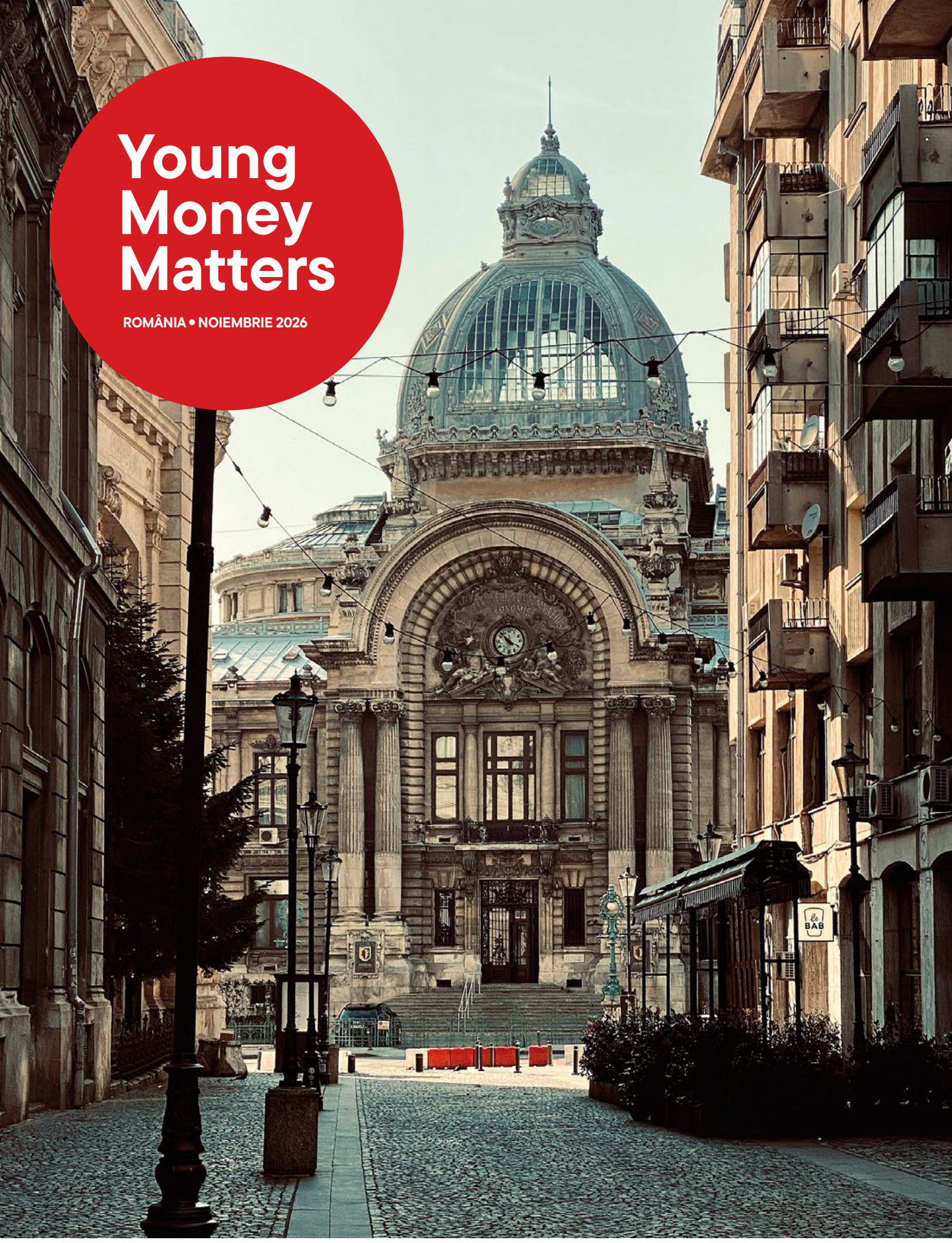
Young Money Matters

ROMÂNIA • NOIEMBRIE 2026



Cook® Communications



Mesajul editorului

Bun venit la cea de-a treia ediție a **Young Money Matters**, un studiu dedicat tinerilor și finanțelor acestora din România, Cehia și Polonia — cele mai mari trei piețe în care activează Cook Communications.

Sondajele noastre sunt pe deplin independente. Chestionarele care stau la baza lor au fost concepute de echipele noastre din București, Praga și Varșovia, iar sondajele au fost realizate de 3Gem Media. Eșantioanele sunt reprezentative, cu 1.000 de respondenți din fiecare țară, ponderate regional. Pentru transformarea datelor în rapoarte coerente și ușor de înțeles, am apelat din nou la jurnalistul Nicholas Watson.

De la înființarea sa în 2003, Cook Communications a oferit consultanță clienților care au avut nevoie de sprijin în comunicarea financiară din domeniile bancar, piețe de capital, investiții, relații cu investitorii, M&A, private equity și servicii financiare de retail. **Young Money Matters** este astfel o extindere firească a activității noastre.

Adoptăm o abordare bazată pe curiozitate jurnalistică. Chestionarele noastre au fost concepute pentru a colecta date de interes, pentru a identifica tipare de comportament și pentru a aduce în atenție subiecte ce pot fi analizate în detaliu.

Pe lângă datele noastre proprii, facem trimitere la statistici oficiale și la alte studii pentru a oferi context. Am introdus noi întrebări legate de tendințele și subiectele recente. Astfel, putem observa că inteligența artificială devine o preocupare majoră pentru tinerii care intră pe piața muncii; că presiunea financiară influențează întemeierea unei familii; că munca suplimentară și sprijinul familial sunt surse importante de venit pentru mulți tineri; că o majoritate semnificativă ar lua în considerare relocarea, în țară sau în străinătate, pentru a-și îmbunătăți perspectivele de carieră și de câștig. Am analizat diferențele de gen în ceea ce privește veniturile, economiile și investițiile — și probabil că nu vă va surprinde să citiți că tinerele femei o duc mai puțin bine decât tinerii bărbați la mai multe capitole. Într-o notă mai optimistă, entuziasmul rămâne ridicat în rândul tinerilor din cele trei țări, cu peste două treimi din respondenți apreciind că aspirațiile lor financiare sunt realizabile.

Sperăm ca **YMM 2026** să genereze dezbateri utile în sectorul serviciilor financiare, în mass-media, precum și la nivelul experților în educație și al autorităților de reglementare și, mai ales, în rândul tinerilor români, cehi și polonezi.

Joe Cook

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Parametrii sondajului

Principalele obiective ale raportului „Young Money Matters” din 2026 au fost identificarea situației financiare actuale a tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani, a atitudinilor acestora față de bani și produse financiare, precum și a surselor lor de informații privind gestionarea banilor.

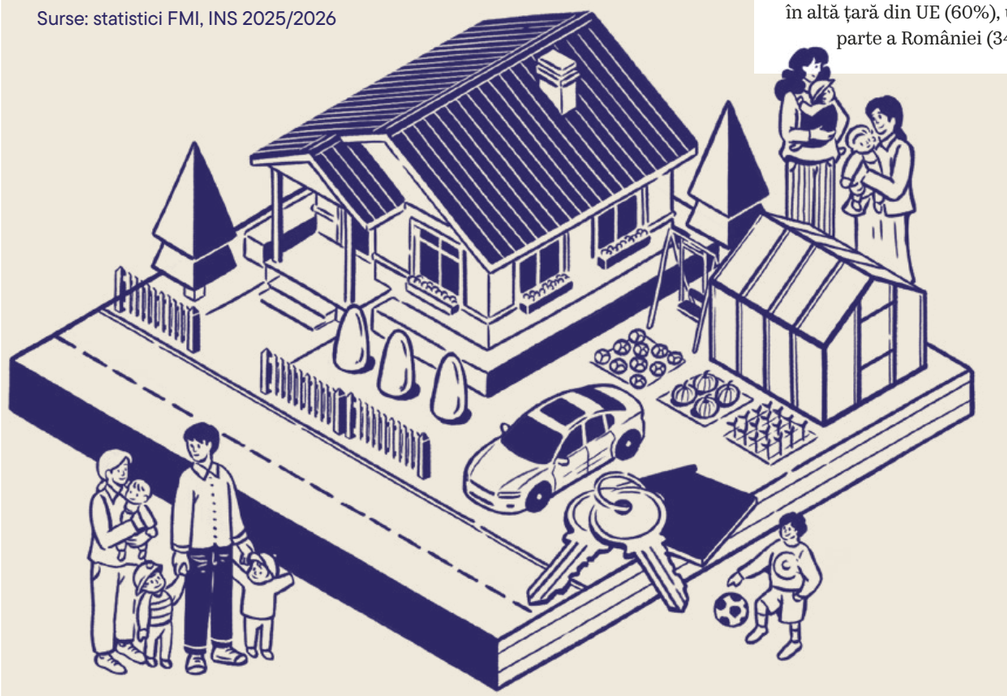
Studiul cantitativ online, care stă la baza raportului Young Money Matters din acest an, a fost realizat de 3Gem Media Group în perioada 1–16 iunie 2026, utilizând chestionare elaborate de Cook Communications.

3Gem a chestionat 1.000 de români cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani, cel mai numeros grup (32%) fiind cel al tinerilor cu vârste între 30 și 35 de ani (generația milenialilor). Celelalte trei grupuri (Generația Z) au fost: 18–21 ani (24%), 22–25 ani (22%) și 26–29 ani (22%).

În ceea ce privește nivelul de studii, 25% dintre respondenți aveau studii universitare, 53% aveau studii liceale, iar 11% au urmat un liceu profesional. Persoanele chestionate provin dintr-o gamă variată de sate, orașe mici și orașe mari din toată România. Din punct de vedere al genului, 49% dintre respondenți sunt bărbați, iar 51% sunt femei.

PIB: **480 miliarde dolari**
PIB per capita: **25.690 dolari**
Populație: **21,671 milioane**

Surse: statistici FMI, INS 2025/2026



Concluzii principale

- În sondajul YMM din 2026, 55% dintre persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani **au un loc de muncă cu normă întreagă**, procent care a rămas, în mare, neschimbat față de anul trecut (54%), deși numărul celor cu normă parțială a scăzut la 5% de la 8% în 2025. Doar o cincime (19%) câștigă peste salariul mediu național de 9.272 RON (1.766 €), iar 38% câștigă sub medie.
- Puțin sub jumătate (45%) dintre respondenții angajați **desfășoară activități suplimentare pentru a obține venituri suplimentare**, majoritatea dintre ei (70%) câștigând mai puțin de 2.600 RON (aproximativ 500 €) pe lună din aceste activități. 54% consideră aceste activități suplimentare ca fiind o mică afacere antreprenorială.
- Puțin peste două cincimi (42%) afirmă că **venitul lor disponibil a scăzut în ultimul an**, în timp ce doar 14% declară că dispun acum de un venit disponibil mai mare.
- Proporția tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani care **primesc sprijin financiar din partea familiei** a scăzut față de anul trecut, dar rămâne în continuare ridicată, respectiv 50%. Dintre cei care beneficiază de sprijin din partea familiei, un sfert (26%) primesc între 5.200 și 10.400 RON pe an, în timp ce 11% primesc peste 10.400 RON pe an.
- Puțin sub trei sferturi (72%) **ar lua în considerare relocarea pentru a-și spori veniturile sau pentru a avansa în carieră**, opțiunea cea mai atractivă fiind mutarea în altă țară din UE (60%), urmată de mutarea în altă parte a României (34%).
- Două treimi (66%) consideră că **numărul locurilor de muncă pentru începători a scăzut în ultimul an din cauza ascensiunii inteligenței artificiale**. Peste o cincime (22%) dintre cei angajați simt că **locul lor de muncă este amenințat în prezent de ascensiunea AI**; 33% consideră că acesta va fi amenințat în următorii ani.
- Modul în care tinerii cu vârste între 18 și 35 de ani își cheltuiesc banii rămâne în concordanță cu raportul YMM din 2025, **cele mai mari cheltuieli fiind destinate alimentelor (25%) și utilităților (16%)**. Economiile se mențin la 11%, în timp ce cheltuielile cu transportul au crescut de la 10% la 12%, cea mai mare creștere dintre categoriile de cheltuieli.
- Două cincimi (42%) afirmă că **situația lor financiară le-a amânat planurile de a-și întemeia o familie**, 24% amânând acest lucru cu până la cinci ani, 14% pentru o perioadă mai lungă, iar 4% hotărând să nu-și întemeieze deloc o familie.
- Un sfert dintre respondenți **nu au niciodată bani rămași la sfârșitul lunii**. Puțin sub o treime (29%) transferă banii rămași într-un cont de economii, în timp ce 26% îi lasă în contul curent.
- Trei cincimi (60%) **au economii suficiente doar pentru o lună sau mai puțin**, 22% au economii pentru una-două luni, iar 18% au economii pentru trei luni sau mai mult.
- Aspirațiile financiare ale tinerilor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani **sunt în mare parte neschimbate**, „a avea suficienți bani pentru a-și întreține familia” și „a nu-și face griji cu privire la plata facturilor” (ambele cu 17%) rămânând în continuare principalele aspirații. „A deține propria locuință” se menține pe locul al treilea, cu 14%.
- Aproape trei sferturi dintre respondenți (74%) consideră că **aspirațiile lor financiare sunt realizabile**. Printre cei care nu le consideră realizabile, costul vieții (37%), veniturile insuficiente (34%), impozitele ridicate (32%) și imposibilitatea de a economisi/investi (32%) sunt menționate ca motive principale.
- S-a înregistrat o scădere a numărului de persoane care utilizează un card de credit (35% față de 39% în 2025) și a celor cu un împrumut personal (12% față de 15% în 2025), ceea ce **sugerează o prudență mai mare în ceea ce privește împrumuturile** în comparație cu 2025.
- Principalele surse de sfaturi și informații financiare pentru tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani rămân **căutările pe internet (37%) și părinții (33%)**. Școala se menține pe un loc secundar, cu 10%, deși un procent mai mare (9% față de 6%) apelează acum la un consilier bancar personal sau la un consilier financiar.
- Aproape trei sferturi (73%) consideră că **educația lor financiară este suficientă pentru a evita să fie victime ale unor escrocherii**, dar 17% nu cred acest lucru.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Locuri de muncă și venituri

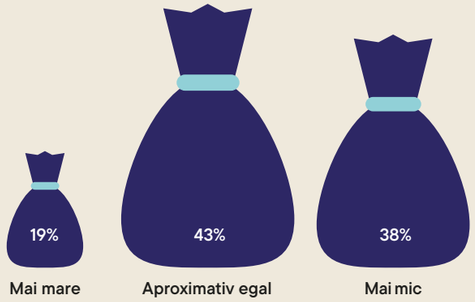
Conform raportului Young Money Matters din 2026, 55% dintre tinerii români au un loc de muncă remunerat cu normă întreagă, în concordanță cu rezultatele sondajului de anul trecut (54%). Procentul celor cu normă parțială a scăzut la 5% de la 8% în 2025, în timp ce 7% desfășurau activități independente, față de 8%. Anul acesta, 2% declară că își conduc propria afacere. Procentul de 69% dintre cei care au un loc de muncă, indiferent de tipul acestuia, este, în linii mari, în concordanță cu rata de ocupare a forței de muncă din România pentru populația în vârstă de muncă (15–64 de ani), care a fost de 63% în 2025, potrivit Institutului Național de Statistică din România (INS).

Procentele celor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani care declară că sunt șomeri (5%) și că nu lucrează (11%) au rămas practic neschimbate față de raportul YMM de anul trecut. În iunie 2026, rata șomajului ajustată sezonier a României a fost estimată la 6,3%, conform INS. Procentul de 16% dintre respondenții sondajului nostru care nu lucrează se reflectă în rezultatele naționale extrem de slabe ale țării în această privință. Conform datelor publicate de Eurostat, agenția de statistică a UE, ponderea tinerilor cu vârste cuprinse între 15 și 29 de ani care nu au un loc de muncă și nu urmează niciun program de educație sau formare profesională, așa-numiții NEET (Not in Employment, Education or Training), a scăzut în UE la 11% în 2025. Cu toate acestea, România continuă să înregistreze cea mai mare pondere de NEET, de 19,2%.

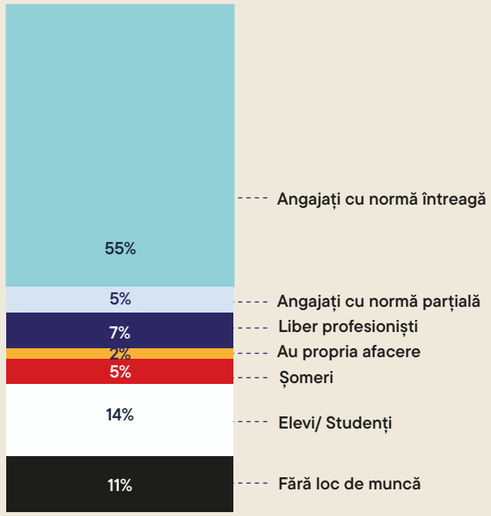
Comparațiile între statele membre arată că, în 2025, procentul de NEET era de aproximativ patru ori mai mare în România decât în Țările de Jos, care înregistrau cea mai mică pondere, de 5,3%. Situația este mult mai gravă în cazul tinerilor români din categoria NEET cu un nivel scăzut de educație, ajungând la 35,8%, comparativ cu doar 6,1% în Polonia, care este la polul opus.

Există, de asemenea, o diferență semnificativă între sexe în România: în 2025, au existat două țări în care ponderea tinerelor femei din categoria NEET a fost cu cel puțin 7% mai mare decât cea a tinerilor bărbați. Cea mai mare diferență s-a înregistrat în România (11,2%), urmată de Cehia (7,4%). Totodată, în România, ponderea tinerilor NEET era de 25% în rândul tinerelor femei și de 13,5% în rândul tinerilor bărbați. Efectul inteligenței artificiale se resimte pe piața muncii pentru tinerii români. În sondajul nostru, două treimi (66%) dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani consideră că numărul locurilor de muncă pentru începători a scăzut în ultimele 12 luni din cauza dezvoltării inteligenței artificiale. Peste o cincime (22%) dintre cei angajați în prezent consideră că locul lor de muncă este amenințat de dezvoltarea inteligenței artificiale, în timp ce

Venitul lunar comparativ cu salariul mediu brut național.

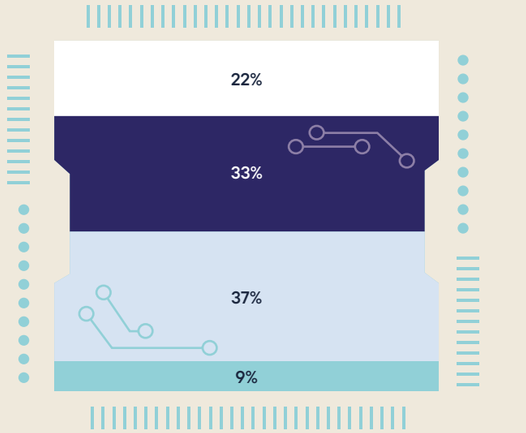


Locul de muncă

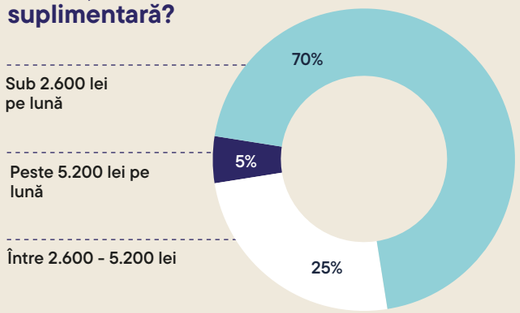




Este locul tău de muncă actual amenințat de ascensiunea AI?



Cât câștigi în plus din munca suplimentară?



Primești ajutor financiar de la familie?



o treime consideră că locul lor de muncă va fi amenințat în doi sau mai mulți ani.

Salariile rămân scăzute în România, în special pentru tineri. Doar 19% dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani care au participat la sondajul nostru YMM din 2026 câștigă peste salariul mediu național de 9.272 RON (1.766 €) — aceeași proporție ca anul trecut. Cu toate acestea, numărul tinerilor români care câștigă acum sub media națională a crescut la 38%, față de 35% în sondajul de anul trecut, în timp ce numărul celor care câștigă aproape de salariul mediu național a scăzut la 43%, față de 46% anul trecut. Bărbații și persoanele cu vârsta cuprinsă între 26 și 29 de ani sunt cei mai susceptibili să câștige peste media națională în România, în timp ce femeile și tinerii cu vârsta între 18 și 21 de ani sunt categoriile cele mai puțin susceptibile să câștige peste media națională. Un sondaj național recent a relevat că mai mult de jumătate dintre angajații români (52%) sunt nemulțumiți de salariul lor.

Nu este o surpriză faptul că mulți dintre participanții la sondajul YMM din 2026 consideră că venitul lor disponibil a scăzut (42%) sau a rămas la același nivel (44%) în ultimul an. Doar 14% afirmă că acesta a crescut efectiv. Grupul cu venituri mai mici (58%) este cel mai predispus să raporteze o scădere a venitului disponibil, în timp ce grupul cu venituri mai mari (29%) este cel mai predispus să raporteze o creștere.

Având în vedere costul ridicat al vieții (în special în București) și salariile relativ mici, 45% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani care au un loc de muncă desfășoară activități suplimentare pentru a obține venituri suplimentare. Peste jumătate (54%) consideră această activitate suplimentară ca fiind o mică afacere antreprenorială, iar persoanele cu venituri mai mari (70%) sunt mai predispuse să considere această activitate suplimentară ca atare, comparativ cu cele cu venituri mai mici (22%). Marea majoritate (70%) câștigă mai puțin de 2.600 RON (500 €) pe lună din această activitate suplimentară. Un sfert câștigă între 2.600 și 5.200 RON, iar doar 5% câștigă peste 5.200 RON (1.000 €). Acest lucru este susținut de alte sondaje care au constatat că peste o treime (35%) dintre angajații români sunt dispuși să își ia slujbe suplimentare pentru a genera venituri mai mari.

Familia rămâne o sursă importantă de venit pentru mulți tineri români, deși ponderea acesteia a scăzut ușor față de sondajul de anul trecut. Jumătate dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani au declarat că primesc ajutor de la părinți și alte rude în sondajul YMM din 2026, în scădere față de 55% în 2025. Majoritatea (63%) primesc până la 5.200 RON pe an, în timp ce 26% primesc între 5.200 și 10.400 RON pe an, iar 11% primesc peste 10.400 RON.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026
Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Cheltuieli și economii

Alimentele (25 %) și utilitățile (16 %) rămân cele mai mari cheltuieli lunare pentru tinerii români, exact la fel ca în sondajul de anul trecut. Deși un sondaj realizat de Eurostat a arătat că, în a doua jumătate a anului 2025, prețurile medii la energia electrică pentru gospodării din UE au rămas în mare parte stabile, aceste niveluri de prețuri se situează în continuare cu mult peste nivelurile înregistrate înainte de criza energetică din 2022. Exprimate în standardul puterii de cumpărare (PPS), prețurile la energie electrică au fost cele mai ridicate pentru gospodăriile din România (49,52 € pe 100 kWh), Cehia (38,65 €) și Polonia (37,15 €).

Reprezentând 11% din venitul lunar, chiria, activitățile de agrement și economiile au fost următoarele alocări ca importanță — în concordanță cu sondajul de anul trecut, cu o abatere de aproximativ 1%. Nu este de mirare că persoanele cu venituri mai mari (15 %) sunt cele care economisesc cel mai mult; ca regulă generală, pe măsură ce veniturile cresc, o pondere mai mare este alocată economiilor și una mai mică consumului. Bărbații economisesc o proporție mai mare (12 %) din venitul lor lunar decât femeile (9 %).

Nivelul economiilor rămâne însă o problemă pentru majoritatea românilor. Într-un sondaj Eurostat, românii au înregistrat cea mai scăzută rată de economisire a gospodăriilor dintre toate cele 27 de state membre ale UE. În sondajul nostru, trei cincimi (60%) dintre persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani au economii care acoperă cheltuielile de trai pentru mai puțin de o lună (față de 59% anul trecut), în timp ce 22% au economii pentru una până la două luni, 11% pentru trei până la cinci luni, iar doar 7% pentru șase luni sau mai mult. Inevitabil, persoanele cu venituri mai mici (71%), femeile (68%) și tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (64%) sunt grupurile cele mai susceptibile de a avea economii care acoperă mai puțin de o lună de cheltuieli de trai.

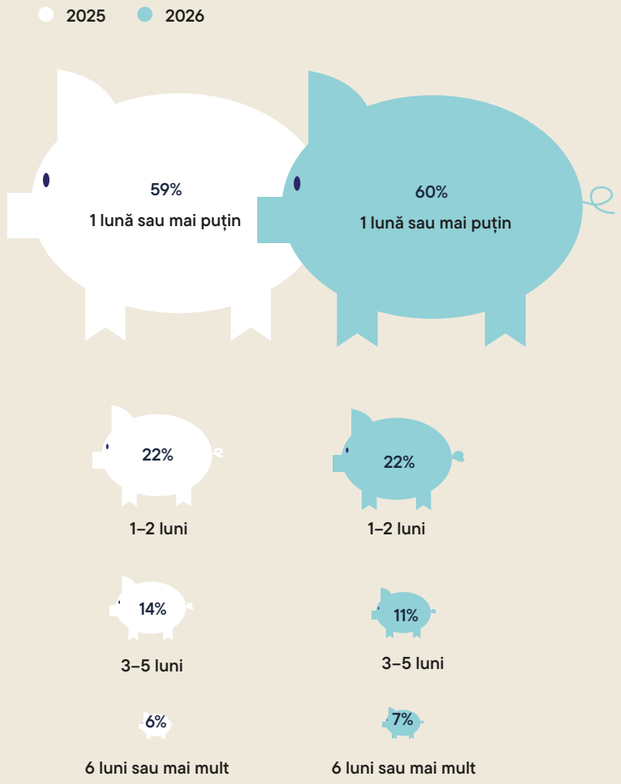
Concluzia este că același număr de tineri români (25%) ca în 2025 declară că nu mai au bani la sfârșitul lunii. Acest procentaj crește la 35% în rândul celor cu venituri mai mici și la 31% în rândul femeilor.

Când au fost întrebați ce ar face, în mod normal, cu banii rămași la sfârșitul lunii, 29% dintre respondenți au ales un cont de economii, 26% i-ar lăsa în contul curent, iar doar 11% (față de 13% în 2025) ar căuta un produs de investiții. Având în vedere că femeile și persoanele cu venituri mai mici sunt cele mai predispuse să nu aibă niciodată bani rămași la sfârșitul lunii, ambele grupuri sunt mai puțin predispuse să caute produse de investiții financiare (doar 6% dintre femei și 5% dintre persoanele cu venituri mai mici ar face acest lucru).

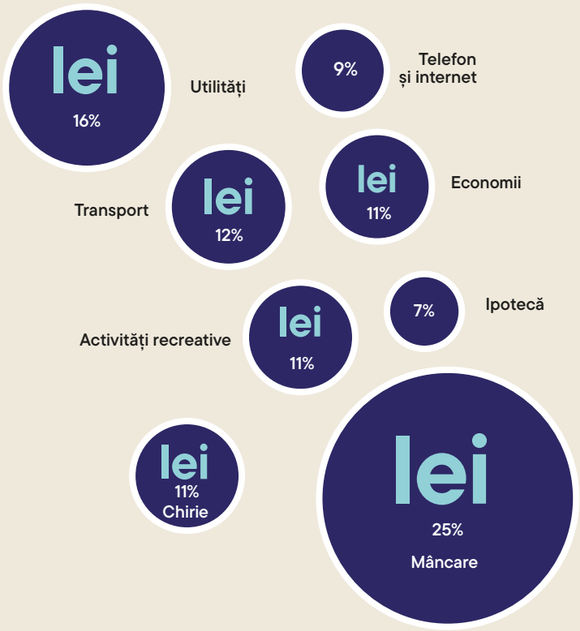
În ceea ce privește produsele financiare pe care tinerii români le utilizează deja sau sunt interesați să le utilizeze, numerarul/contul curent rămâne cel mai utilizat (44%), urmat de cardurile de credit (35%). În sondajul din acest an se observă o schimbare mică, dar vizibilă, către produsele financiare tradiționale, precum conturile de economii (32%), acțiunile (9%) sau fondurile de investiții (9%), și o îndepărtare de îndatorare. O astfel de tendință se regăsește și în alte sondaje naționale, care au constatat că românii tind spre prudență financiară și preferă instrumente cu risc redus și lichiditate ridicată, într-un climat social și economic marcat de incertitudine.

În sondajul YMM din 2026, cardul de credit este al doilea produs ca popularitate, dar procentul celor care dețin unul a scăzut față de anul trecut (35% față de 39% în 2025). Procentul celor cu un împrumut personal a scăzut la 12% față de 15% anul trecut, cel al celor cu descoperire de cont la 4% față de 6%, iar cel al celor cu leasing auto la 4% de la 5% în 2025. Criptoactivele au contrazis această tendință, procentul celor care le utilizează crescând la 9% de la 7% anul trecut.

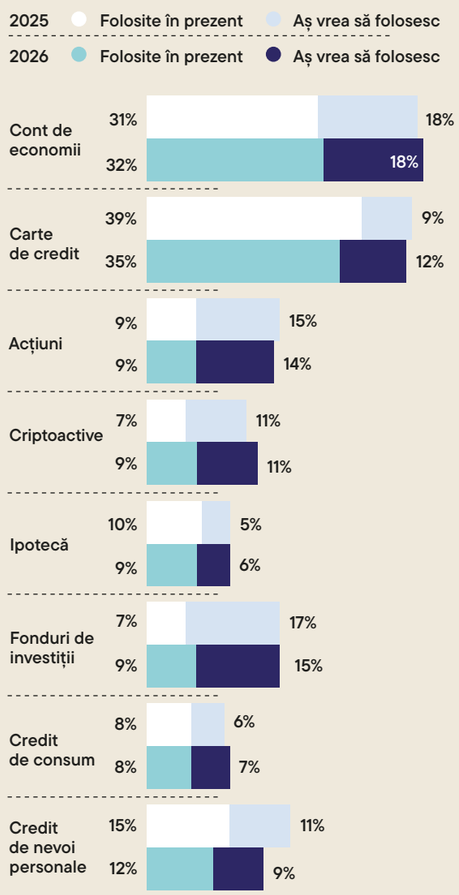
Economiile mele vor asigura...



Pe ce se duc banii...



Produsele mele financiare...



Diferențele de gen

În ansamblu, sondajul YMM din 2026 realizat în rândul românilor cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani evidențiază diferențe foarte clare între sexe în ceea ce privește veniturile, economiile, investițiile și posibilitatea de a-și atinge obiectivele financiare.

În ceea ce privește veniturile, 43% dintre tinerele românce declară că au câștiguri sub salariul mediu național de 9.272 RON, în timp ce doar 34% dintre bărbați se află în această situație. Această cifră se compară cu procentul de 42% înregistrat în rândul femeilor în sondajul de anul trecut. Doar 14% dintre femei câștigă peste media națională, în timp ce 24% dintre bărbați se află în această situație. Acest lucru se întâmplă în ciuda faptului că România are una dintre cele mai mici diferențe de remunerare între femei și bărbați din UE. Conform *celor mai recente date de la Eurostat*, România a înregistrat a treia cea mai mică diferență salarială între femei și bărbați (definită ca diferența dintre câștigurile medii brute pe oră ale angajaților de sex masculin și feminin), de 3,7%, fiind devansată doar de Belgia și Luxemburg. Această cifră se compară cu o medie a UE de 11,1%.

Aproape jumătate (48%) dintre toate femeile cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani din România au înregistrat o scădere a cheltuielilor discreționare în ultimul an, comparativ cu doar 36% dintre bărbați.

Sondajul nostru a relevat că aceste disparități de venit se reflectă și în alți indicatori financiari: 68% dintre tinerele românce au economii echivalente cu mai puțin de o lună de venituri, comparativ cu 52% dintre bărbați, în timp ce doar 13% dintre femei au economii echivalente cu trei luni sau mai mult, față de 24% dintre bărbați. Un procent mai mare de femei (31%) rămân fără bani la sfârșitul lunii, comparativ cu bărbații (20%).

Sondajul nostru a relevat că doar 6% dintre tinerele românce caută produse de investiții pentru banii rămași, comparativ cu 16% dintre bărbați. Există o diferență clară și în ceea ce privește opțiunile de investiții: doar 3% dintre femei dețin criptoactive, comparativ cu 15% dintre bărbați, în timp ce 3% dintre femei dețin acțiuni, comparativ cu 16% dintre bărbați.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Cook®
Communications

Comunicare strategică | Relații publice | Reprezentare media

Cook Communications este o agenție de comunicare cu servicii complete, fondată în 2003. Oferim companiilor, investitorilor, organizațiilor și familiilor consultanță în comunicare strategică, servicii de Relații Publice (PR), sprijin în marketing și dezvoltarea afacerilor, reprezentare și advocacy

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 promovați produsul sau serviciul
& să vă planificați evenimentul
să fiți reprezentați în fața media






Cum vă putem ajuta?

Hai să discutăm... sunați sau scrieți-i lui Joe, Annei, lui Alex sau Miroslavei

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

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

Bulgaria
Miroslava Kostadinova
(359) 887 573 179
m.kostadinova@cook-comm.com

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

Young Money Matters — Cook Communications © 2026
Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Casă și familie

Gospodăriile din cercetarea YMM din 2026 prezintă o imagine similară cu cea din 2025, mai mult de jumătate (57%) dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani locuind împreună cu familia proprie (soț/soție, partener/parteneră, copii). Aproape o treime (29%) locuiesc cu părinții sau cu alte rude. S-a înregistrat o ușoară scădere a numărului de tineri români care locuiesc cu persoane care nu fac parte din familie, de la 9% în 2025 la 7% în acest an. Numărul celor care locuiesc singuri rămâne stabil, la 11%. Nu este surprinzător că cei între 18–21 de ani (48%) și cei cu venituri mai mici (37%) sunt cei mai predispuși să locuiască cu părinții sau cu alte rude.

Sondajul nostru a relevat că 49% din respondenți dețin în proprietate propria locuință. Alți 26% locuiesc în locuințe neînchiriate împreună cu prietenii sau familia, iar 23% locuiesc în locuințe închiriate. Proporția mai mare de proprietari din rândul tinerilor români este legată de accesibilitatea relativă a locuințelor din România în comparație cu Cehia și Polonia. În timp ce trei orașe cehe și două orașe poloneze figurează în topul celor 20 de orașe cu cele mai puțin accesibile prețuri pentru achiziționarea unei proprietăți în *raportul* „Property Index 2025" al Deloitte, Bucureștiul nu apare deloc pe listă.

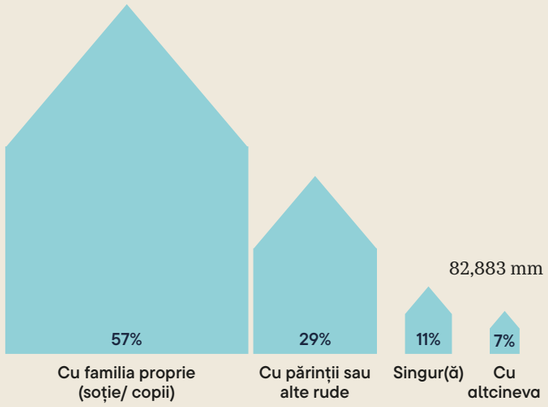
Pentru chiriași, prețurile sunt de asemenea mai scăzute în comparație cu alte orașe din regiune.

În timp ce raportul Deloitte estimează costurile medii lunare de închiriere la Praga la 16,5 €/m² și la Varșovia la 17,9 €/m², în cele trei orașe românești cu cele mai scumpe chirii — București, Cluj-Napoca și Brașov — costurile medii lunare de închiriere sunt de 10,3 €/m², 10,3 €/m² și, respectiv, 9,2 €/ m². Cu toate acestea, România nu a fost ferită de creșteri semnificative ale prețurilor imobiliare: conform Eurostat, în trimestrul IV al anului 2025, prețurile locuințelor în UE au crescut cu 5,5%, în timp ce chiriile au crescut cu 3,2% față de anul precedent.

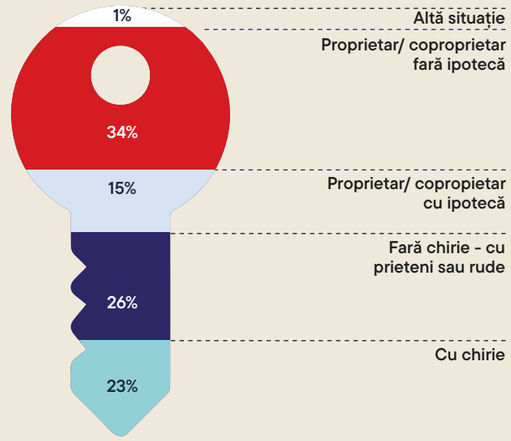
Pentru cei care achiziționează o proprietate cu ajutorul unui credit ipotecar, piața rămâne dificilă, în special pentru persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (3%) și pentru cei cu venituri mai mici (4%), care manifestă un interes semnificativ mai redus în sondajul nostru cu privire la contractarea unui credit ipotecar (față de 9% în cazul grupurilor de vârstă mai înaintată și 9% în cazul celor cu venituri mai mari). Dintre cele 28 de țări analizate în *raportul* „Property Index 2025" al Deloitte, România a fost una dintre cele șase țări (printre care se numără și Cehia și Polonia) în care rata medie a dobânzii la creditele ipotecare a depășit 5,0%.

Pentru majoritatea tinerilor, creșterea prețurilor imobiliare/chiriei și presiunile financiare le afectează planurile de a-și întemeia o familie. În sondajul nostru, 38% dintre respondenți afirmă că situația lor financiară le-a afectat negativ planurile de a-și întemeia o familie, fie pe termen scurt, fie pe termen lung; 4% au decis să nu-și întemeieze deloc o familie. Acest lucru este

Unde locuiesc



Situația proprietății



Nivelul educației financiare

73%

Suficient pentru a evita fraudele și înșelătoriile

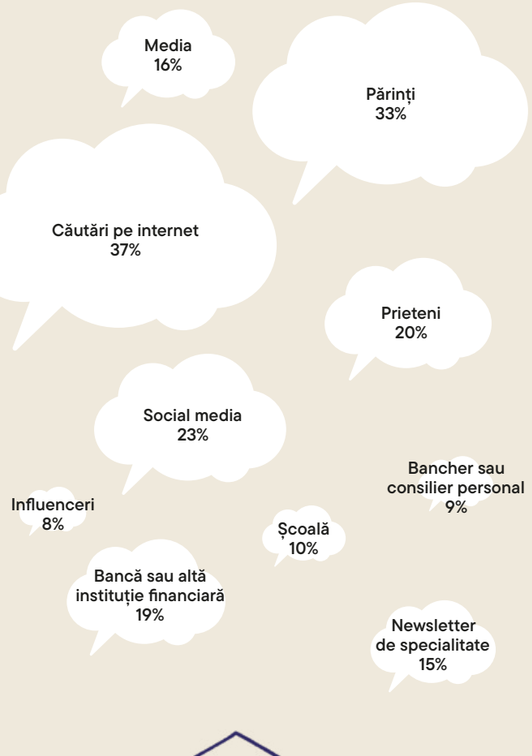
17%

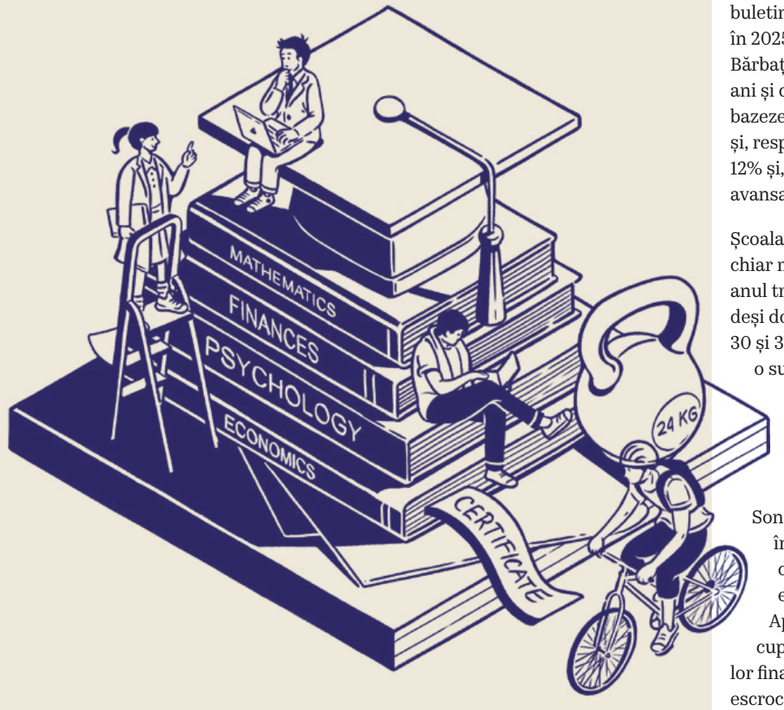
Insuficient pentru a evita fraudele și înșelătoriile

10%

Nu știu

De unde îmi iau informațiile





susținut și de alte sondaje realizate în rândul tinerilor. Sondajul Deloitte din 2026 privind Generația Z și milenialii a constatat că mai mult de jumătate dintre membrii Generației Z (55%) și Mileniali (52%) afirmă că amână decizii importante de viață, precum căsătoria, întemeierea unei familii sau a unei afaceri, sau continuarea studiilor, din cauza situației lor financiare.

Educarea și responsabilizarea

Cele cinci surse principale de sfaturi și informații privind gestionarea finanțelor rămân aceleași ca în sondajul YMM de anul trecut, deși procentajul fiecăreia a scăzut: căutările pe internet (37%) au fost sursa principală, urmate de părinți (33%), rețelele sociale (cu excepția influencerilor) (23%), prieteni (20%), iar băncile/ alte instituții financiare (19%). Influencerii financiari au fost aleși de 8%; în sondajul YMM din 2024, 20% dintre respondenți au declarat că urmăresc online cel puțin un influencer financiar.

Interesant este faptul că cele două surse care au înregistrat cea mai mare creștere față de anul trecut sunt buletinele informative de specialitate (15% față de 7% în 2025) și consilierul bancar personal (9% față de 6%). Bărbații, persoanele cu vârsta cuprinsă între 30 și 35 de ani și cei cu venituri mai mari sunt mai predispuși să se bazeze pe buletine informative de specialitate (16%, 19% și, respectiv, 18%) și pe consilierul bancar personal (10%, 12% și, respectiv, 13%), ceea ce sugerează un nivel mai avansat de educație financiară în rândul acestor grupuri.

Școala rămâne mult mai jos pe listă, cu 10%, ceea ce este chiar mai slab decât cele 11% înregistrate în sondajul de anul trecut. Cu toate acestea, sondajul nostru arată că, deși doar 7% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 30 și 35 de ani afirmă că perioada școlară a reprezentat o sursă de consiliere financiară, această cifră crește la 16% în rândul celor cu vârsta cuprinsă între 18 și 21 de ani, ceea ce sugerează că eforturile recente de a introduce mai multă educație financiară în școli încep să dea roade.

Sondajul YMM din 2026 arată, de asemenea, că, în general, tinerii români manifestă un grad ridicat de încredere că educația lor financiară este suficientă pentru a evita să devină victime ale fraudelor. Aproape trei sferturi dintre persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani consideră că educația lor financiară este suficientă pentru a-i ajuta să evite escrocheriile, doar 17% considerând că nu este. Unul din zece declară că nu este sigur. Nu este de mirare că bărbații mai în vârstă și cu un nivel de trai mai ridicat sunt cei mai înclinați să creadă că nivelul lor de educație financiară este suficient pentru a-i ajuta să evite fraudele sau escrocheriile.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026
Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Aspirații și ambiții

În ciuda îngrijorărilor generalizate legate de inteligența artificială, locurile de muncă, veniturile și locuințele, sondajul YMM din 2026 a relevat că aproape același număr de tineri români consideră că aspirațiile lor financiare sunt realizabile, la fel ca anul trecut. În sondajul din 2025, 75% considerau că obiectivele lor financiare sunt realizabile, comparativ cu 74% în sondajul din acest an. Doar 11% nu consideră că aspirațiile lor financiare sunt realizabile, comparativ cu 10% în 2025. Nu este de mirare că femeile (12%), tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (13%) și cei cu venituri mai mici (14%) sunt mai puțin înclinați să considere că aspirațiile lor financiare sunt realizabile, în timp ce doar 11% dintre bărbați și 9% dintre cei cu venituri peste media națională consideră că nu își pot atinge aspirațiile financiare.

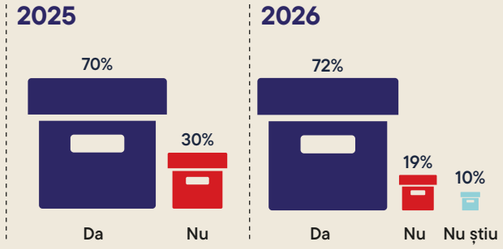
Această atitudine generală pozitivă este în concordanță cu sondajele globale. *Sondajul Deloitte din 2026 privind Generația Z și milenialii* a constatat că, în ciuda presiunilor vieții, optimismul persistă, în special în rândul Generației Z: 53% se așteaptă ca situația lor financiară personală să se îmbunătățească în următorul an, comparativ cu 45% dintre mileniali. De asemenea, un sondaj Eurobarometru din primăvară a relevat că 55% dintre români consideră că nivelul lor de trai personal nu se va schimba în următorii cinci ani; doar 29% cred că acesta va scădea.

Aspirațiile tinerilor români nu s-au schimbat față de sondajul YMM de anul trecut. „Să am suficienți bani pentru a mă întreține pe mine și familia mea” și „Să am suficienți bani pentru a nu-mi face griji cu privire la plata facturilor și să-mi rămână ceva în plus” se află la egalitate pe primul loc, cu 17%, iar „Să dețin propria locuință” se situează la 14%. Se observă că, având în vedere prețurile inaccesibile ale locuințelor și ratele ridicate ale creditelor ipotecare, „Să dețin propria locuință” este considerată acum una dintre primele trei aspirații doar de 33% dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani, comparativ cu 36% în sondajul de anul trecut. *Sondajul Deloitte din 2026 privind Generația Z și milenialii* a constatat că 51% dintre membrii Generației Z și 41% dintre mileniali afirmă că nu își pot permite să dețină o locuință.

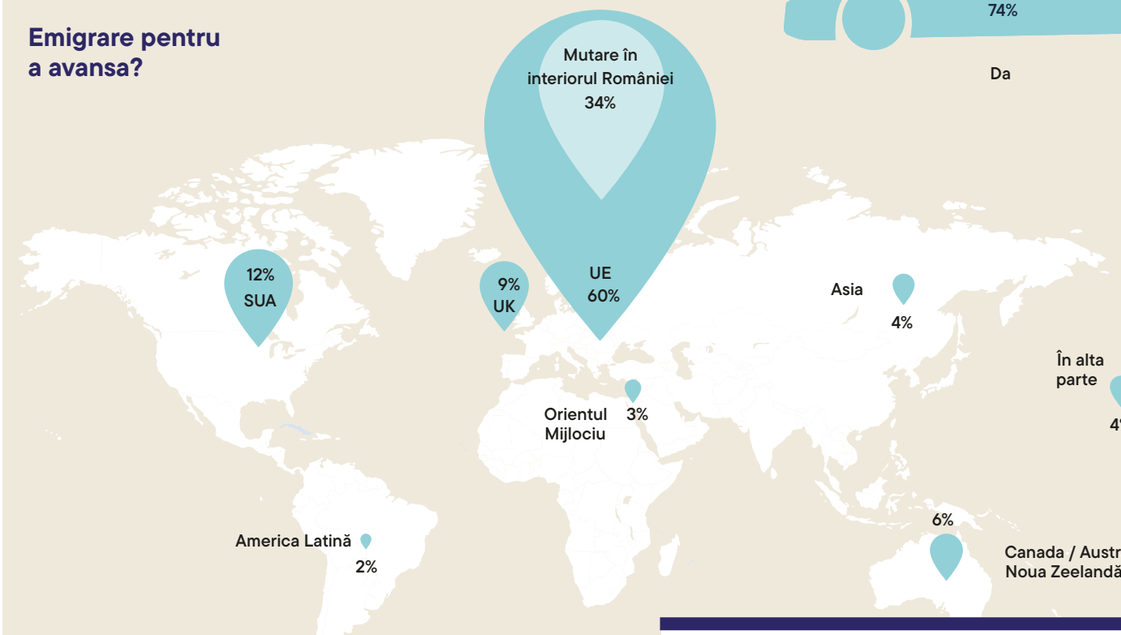
A avea suficienți bani pentru a-și întreține familia este o prioritate mai mare pentru femei (52%) și pentru cei cu venituri mai mici (54%), în timp ce a avea suficienți bani pentru a plăti facturile este, de asemenea, o prioritate mai mare pentru persoanele cu venituri mai mici (53%).

Dintre cei 11% care nu cred că aspirațiile lor financiare sunt realizabile, 37% invocă costul ridicat al vieții, iar 34% indică veniturile insuficiente.

Te-ai muta pentru oportunități?

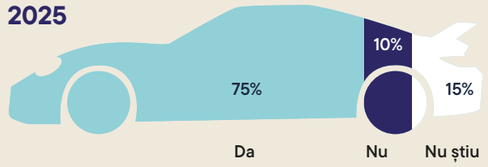


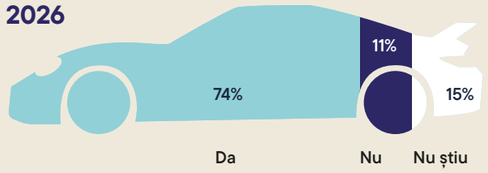
Emigrare pentru a avansa?





Sunt aspirațiile financiare realizabile?





Aceeași proporție, de 32%, atribuie această lipsă de încredere în îndeplinirea aspirațiilor financiare impozitelor ridicate și imposibilității de a economisi sau investi suficienți bani. Doar 22% consideră că prețurile imobiliare sunt prea mari, în scădere față de 33% în sondajul de anul trecut.

În sondajul nostru, aproape trei sferturi (72%) dintre tinerii români afirmă că ar lua în considerare relocarea pentru a-și dezvolta cariera, a-și crește veniturile sau a-și reduce costul vieții, o ușoară creștere față de 70% în sondajul de anul trecut. Cei cu vârste cuprinse între 18 și 21 de ani (79%) și cei cu venituri mai mici (74%) sunt cei mai dispuși să ia în considerare o mutare pentru a-și dezvolta cariera sau a-și crește veniturile, disponibilitatea scăzând pe măsură ce oamenii îmbătrânesc (probabil ca urmare a legăturilor familiale mai puternice).

Cei dispuși să se mute sunt cel mai probabil să o facă fie în cadrul altor țări din Uniunea Europeană (60%), fie în România (34%). Alți 12% ar lua în considerare mutarea în SUA. Aproape o cincime (19%) declară că nu s-ar muta.

Printre principalele obstacole în calea relocării menționate de persoanele cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani în cadrul sondajului nostru se numără: „Legăturile familiale sau dorința de a rămâne aproape de familie”, menționate de 44% dintre cei care nu ar lua în considerare mutarea; 30% invocă „Costurile de locuire în noua locație”; în timp ce „Cheltuielile ridicate cu mutarea” și „Economii insuficiente pentru a acoperi cheltuielile până la găsirea unui loc de muncă”, ambele menționate de 24% dintre respondenți.

Ce ne arată sondajul...

Anxietate tot mai mare că AI afectează perspectivele de carieră. 66% dintre tinerii cred că în ultimul an ascensiunea AI a redus numărul de locuri de muncă disponibile pentru debutanți. Astfel, 22% dintre cei angajați își simt jobul amenințat direct de AI în prezent, iar 34% se așteaptă să le fie amenințat în decurs de doi sau mai mulți ani.

Siguranța familiei și reziliența financiară impulsionează aspirațiile. În pofida dificultăților, 74% susțin că obiectivele lor financiare sunt realizabile. Principalele aspirații sunt: asigurarea nevoilor familiei (46%) și plata facturilor fără anxietate (46%), urmate de deținerea unei locuințe proprii (33%). Barierele menționate cel mai des de cei care consideră că obiectivele lor sunt nerealizabile sunt costul ridicat al vieții (37%), veniturile insuficiente (34%) și impozitarea ridicată (32%).

A avea suficienți bani pentru întreținerea familiei este o prioritate mai mare pentru femei (52%) și pentru cei cu venituri mai mici (54%). Facturile sunt, de asemenea. o prioritate mai mare pentru persoanele cu venituri mai mici (53%).

Absența generalizată a unor mecanisme de protecție financiară. Economiile rămân mici pentru toate categoriile de vârstă. 60% dintre tineri au fonduri de urgență pentru cel mult o lună (inclusiv 36% care nu au deloc), iar 25% rămân complet fără bani la sfârșitul fiecărei luni.

Disponibilitate ridicată de relocare pentru dezvoltarea carierei și a veniturilor. 72% dintre tineri s-ar muta pentru a avansa în carieră, a câștiga mai mult sau a-și reduce cheltuielile de trai. Dintre aceștia, semnificativ mai mulți ar prefera să plece în străinătate decât să se stabilească în altă parte a țării.

Recurgerea pe scară largă la activități secundare și mic antreprenoriat. 45% dintre tinerii angajați desfășoară activități suplimentare pentru a genera venituri în plus. Dintre ei, 70% câștigă sub 2.600 RON/lună din aceste activități, iar 54% își percep munca suplimentară ca pe o mică afacere antreprenorială.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Young Money Matters | Cook Communications © 2026

Note

Note și lecturi suplimentare

www.cook-comm.com

https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-2026-gen-z-and-millennial-survey.html

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

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

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

https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2025e.pdf

https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_bim_iunie26e.pdf

https://actmedia.eu/daily/poll-35-of-romanian-employees-willing-to-find-additional-acitivity-for-extra-incomes/118927

https://www.romaniajournal.ro/business/financial/survey-cash-pensions-top-romanians-investment-choices-in-2026/

https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/498a727a-7f2a-11f1-bf5e-01aa75ed71a1/language-en

Young Money Matters a fost scris de Nicholas Watson și tradus din limba engleză de echipele noastre din București, Praga și Varșovia. Chestionarele pe care s-au bazat sondajele au fost dezvoltate, în mod colectiv, de Alexandru Alexe, Daliana Bărbuică, Marie Chaloupková, Joe Cook, Matyáš Hopp, Agata Koczowska, Vít Šubrt, Nicholas Watson și Anna Ziubińską. Sondajele au fost realizate de 3Gem Media Group. Designul a fost realizat de studioul ginger&fred din Praga, iar ilustrațiile de Alice Slavíček.

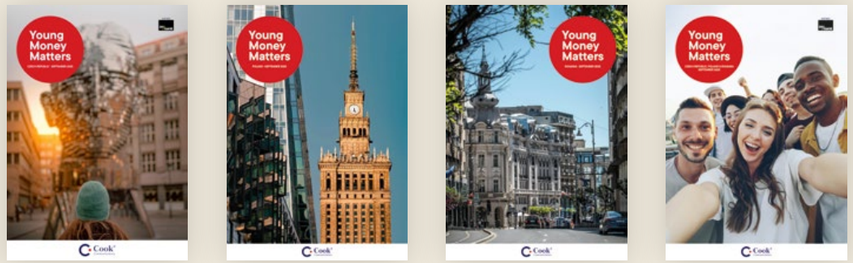
Toate drepturile de autor și proprietate intelectuală asupra Young Money Matters aparțin Cook Communications © 2026.

Cook® Communications

Descărcați YMM pe dispozitivul dvs.



Young Money Matters 2025



Young Money Matters 2024



Cook® Communications

Young Money Matters 2027

Oportunitate de sponsorizare

Aliniați-vă brandul cu platforma **lider în Europa Centrală** în domeniul **analizelor financiare** privind tinerii și modul în care aceștia își gestionează banii.

CONTACTAȚI-NE

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

