

Allianz-Țiriac: Tinerii din Generația Z sunt cei mai optimiști privind viitorul lor financiar, deși peste 63% spun ca nu reușesc sa puna niciun ban deoparte și doar 16% cred ca s-ar descurca în situația unor cheltuieli neprevazute



Românii sunt îngrijorați privind viitorul financiar în contextul lipsei de stabilitate și a unei situații financiare solide care să-i protejeze de incertitudini. Doar 30% sunt optimiști când vine vorba de perspectivele lor financiare, mai ales că nu reușesc să economisească și foarte puțini cred că s-ar descurca în situația unor cheltuieli neprevazute, arată un sondaj online inițiat de Allianz-Țiriac la nivel național. Cei mai optimiști sunt tinerii din generația Z (47%), cu toate că tot ei au și cele mai mari provocări financiare, confirmând nevoia ridicată de protecție.

Unul din doi respondenți spune că nu reușește să pună niciun ban deoparte, având venituri cu care doar acopera cheltuielile zilnice sau care de-abia ajung chiar și pentru strictul necesar. Nivelul este mai mare în rândul generației Z (63,6%), însă ușor mai scăzut în rândul Millennials (45,5%), în linie cu tendința de creștere a veniturilor personale odată cu evoluția în cariera, mai arată sondajul Allianz-Țiriac.

Puțin sub 30% dintre tinerii din generația Z spun că au o situație financiară care le permite și să pună ceva deoparte și doar 7,2% simt că au o situație bună și economii suficiente. În acest context, doar 16,3% cred că pot face față cheltuielilor într-o situație neașteptată, cum ar fi un accident, o problemă de sănătate sau chiar un deces în familie. În plus, dacă și-ar pierde veniturile, 6 din 10 nu cred că se vor putea descurca mai mult de trei luni cu rezervele pe care le au.

Pentru a avea un confort financiar, aproape 62% dintre respondenții Gen Z consideră că ar fi nevoie să aibă deoparte echivalentul a până la 6 salarii, peste media de 45,5% în rândul tuturor generațiilor, potrivit sondajului Allianz-Țiriac. Iar pentru alți 23% nivelul de confort este între 12 și 24 de salarii, sub media în ansamblu de 33,5%, reflectând gândirea pe termen mai scurt a tinerilor față de Millennials și Gen X.

„Nivelul de protecție din România este sub nevoile reale ale oamenilor, mai ales când vorbim de tineri, care adesea nu au economii suficiente. Românii vor siguranță financiară, însă doar 11% se bazează pe asigurări, deși recunosc importanța acestora pentru protecția personală și a celor dragi. În schimb, aproape 48% se gândesc că se vor împrumuta la nevoie, de la familie, prieteni sau chiar de la bancă, iar aproape 41% nu au un plan, ci se bazează că vor găsi soluții pe moment. Realitatea arată însă că o problemă care vine cu cheltuieli neplanificate nu așteaptă după economii sau soluții de avarie, iar situația financiară a familiei ajunge astfel să fie sub presiune. Tocmai aici intervine rolul asigurărilor, oferind protecție împotriva neprevăzutului la un cost redus și sprijin financiar imediat când este cel mai necesar”, spune **Adriana Matache, Deputy CEO & CFO la Allianz-Țiriac Asigurări.**

Peste 61% dintre respondenții din Generația Z conștientizează ca asigurările sunt o soluție reală de protecție, dar și de siguranță financiară. Mai mult, pentru 3 din 10 este un mod de a reduce presiunile asupra bugetului personal în situații cum ar fi un accident, o intervenție chirurgicală, o boală gravă, un deces în familie sau diferite riscuri când vine vorba de mașina sau casa lor, mai arată sondajul Allianz-Țiriac. Totuși, peste o treime consideră că nu își permit o asigurare, iar unul din zece este de părere că mai are timp să se gândească la o asigurare, deși majoritatea tinerilor - aproape 85% - sunt de acord că o asigurare le-ar aduce beneficii importante pentru stabilitatea și viitorul lor financiar.

Datele privind vânzarile de asigurări arată că românii își asigură în primul rând mașina și casa și de-abia apoi se gândesc la asigurări de viață, de sănătate sau alte soluții care să-i protejeze financiar în cazul unui accident, al unei invalidități sau altor riscuri care pot duce la pierderea veniturilor. De exemplu, la finalul anului 2024, în România erau active peste 5,6 milioane de asigurări auto și peste 4 milioane de asigurări obligatorii și facultative de locuință. În schimb, în cazul asigurărilor de viață erau active doar puțin peste 2 milioane de contracte, iar în cazul celor de sănătate doar aproape 250.000 de contracte, conform datelor oficiale.

„În ultimii ani vedem însă un interes tot mai mare al românilor pentru asigurări care să protejeze tot ce le face inima să bată mai tare, reflectat și în creșterea mai rapidă a asigurărilor de viață și de sănătate comparativ cu alte categorii. Evoluția este susținută de diversificarea opțiunilor de asigurare, de extinderea beneficiilor oferite de acest tip de asigurări și inclusiv de dezvoltarea unor soluții cu costuri mai accesibile, inclusiv pentru tineri, disponibile 100% online”, adaugă Adriana Matache.

Sondajul Allianz-Țiriac a fost desfășurat în aprilie 2025, la nivel național, pe un eșantion total de 1.011 utilizatori de internet din România. Aproximativ 52% dintre respondenți sunt bărbați, preponderent cu vârsta între 18 și 44 de ani, iar aproape 59% au venituri lunare de peste 4.000 de lei.