

## Doar 34% dintre români cred ca îi asteapta o viata mai buna în 2024, fata de 48% în 2023

**Doar 34% dintre români cred ca îi asteapta o viata mai buna în 2024, comparativ cu 48% în 2023, optimismul acestora fiind în declin, releva rezultatele unui studiu de piata, publicat marti.**

Conform cercetarii Reveal Marketing Research, 47% dintre români nu adopta nicio perspectiva optimista, nici una pesimista în privinta anului 2024, acest sentiment de neutralitate evidentiind un echilibru fragil între speranta si incertitudine. Pe de alta parte, 34% dintre respondenti si-au manifestat optimismul, iar 19% pesimismul privind noul an.

Femeile sunt mai optimiste (37%) decât barbatii (30%), iar raportat la categoriile de vârsta, cele doua extreme, tinerii între 18-24 ani (43%) si persoanele mature peste 55 ani (45%), se diferentiaza ca fiind mai optimiste.

"Comparativ cu studiul similar desfasurat în urma cu un an, observam ca optimismul pronuntat al românilor înregistreaza o scadere semnificativa de la 48% pentru 2023, la 34% pentru 2024. Daca începutul lui 2023 a venit pe fondul redobândirii libertatilor dupa perioadele de restrictii impuse de pandemie, începutul lui 2024 a venit pe fondul incertitudinilor si al schimbarilor socio-economice. În acest context, era de asteptat ca românii sa fie mai degraba în expectativa, aceasta neutralitate putând reprezenta si un apel la prudenta si adaptabilitate, elemente esentiale în fata unui viitor incert", a afirmat Marius Luican, CEO al Reveal Marketing Research.

În ceea ce priveste asteptarile românilor la început de an nou, optimismul referitor la îmbunatatirea situatiei financiare personale ocupa locul fruntas (34%), fiind prezent în masura semnificativ mai mare în cazul femeilor (39% vs. 28% barbati) si al tinerilor cu vârste cuprinse între 18 si 24 de ani (53%).

La polul opus, nivelul de pesimism atinge cele mai mari valori în ceea ce priveste evolutia tarii din urmatorul an, diminuarea nivelului de coruptie (64%), scaderea inflatiei (51%) si îmbunatatirea situatiei economice a tarii (50%) fiind percepute ca obiective greu sau chiar imposibil de realizat în urmatoarele 12 luni.

Referitor la intentiile din sfera personala si de familie, 13% dintre români intentioneaza sa se casatoreasca sau logodeasca în 2024, în timp ce 32% nu au astfel de planuri, în special cei cu vârste între 45-55 ani (46%) si tinerii între 18 si 24 de ani (43%). În aceeasi ordine de idei, 10% dintre respondenti intentioneaza sa aiba un copil în noul an, într-o masura semnificativ mai mare cei cu vârste între 35 si 44 de ani (17%).

În ceea ce priveste cariera si sfera profesionala, 4 din 10 români intentioneaza sa își schimbe locul de munca în 2024. Mai exact, 27% dintre români își doresc un nou angajator, în special persoanele între 44-55 ani, iar 13% doresc sa își deschida o afacere, în special tinerii între 25-34 ani (28%).

Mai mult decât atât, un sfert dintre români declara ca intentioneaza sa își schimbe domiciliul în 2024, fie în alta locuinta din aceeasi localitate (11%), în alta localitate din tara (10%) sau chiar în strainatate (4%).

Masurând nivelul de satisfactie cu diferitele aspecte din viata de zi cu zi, aflam ca românii sunt cei mai multumiti de relatiile interpersonale pe care le au cu familia (75%), cu persoanele apropiate (66%) sau de relatiile sentimentale (65%). Ca tendinta, persoanele cu venituri mici (sub 2.000 lei) se declara în mai mica masura multumite de relatiile sentimentale (50%).

Cele mai mici scoruri de satisfactie au fost înregistrate de aspecte ce tin de sfera profesionala, mai exact nivelul de multumire cu locul de munca (51%) si situatia financiara prezenta (46%). Cei mai nemultumiti de situatia

financiara sunt persoanele mature peste 55 ani (34%).

Topul rezolutiilor pentru noul an este similar celui de anul trecut, cei mai multi dintre români dorindu-si sa calatoreasca mai mult (34%), sa își petreaca mai mult timp cu familia (32%) sau sa manânce mai sanatos (27%).

Pentru persoanele care au copii, nevoia de a petrece mai mult timp alaturi de familie este mai importanta (42% vs. 23% în cazul celor fara copii), iar pentru cei cu vârste între 44-55 ani dorinta de a calatori mai mult (47% vs. 34% total esantion).

Daca ne îndreptam atentia catre tineri, cei între 25-34 ani își doresc în mai mare masura sa participe la cursuri de dezvoltare personala (23% vs. 11% total esantion), iar reprezentantii generatiei Z (19-24 ani) sa mearga la sala de fitness (19% vs. 12% total esantion).

În cazul persoanelor de peste 55 ani, dorinta de a acorda mai mult timp pasiunilor lor (21%) si de a merge mai des la biserica (17%) sunt semnificativ mai importante decât pentru total esantion (15%, respectiv 10%).

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development. Cu o expertiza în peste 20 de industrii, Reveal Marketing Research crede ca cercetarea de piata reprezinta baza deciziilor corecte si a pozitionarii brandurilor. Solutiile calitative si cantitative ajuta de 15 ani companii din România si Europa.

Studiul Reveal Marketing Research s-a desfasurat online, pe un esantion reprezentativ pentru universul persoanelor cu vârsta 18+, din mediul urban si rural, utilizatori de internet. Marimea esantionului a fost de 1.015 respondenti, iar eroarea maxima de esantionare este +/-3,1% la un nivel de încredere de 95%.