

Romanii stiu ce trebuie sa faca pentru un viitor financiar mai bun, insa putini actioneaza

- O treime dintre romani* considera ca au puterea de a-si construi viitorul prin deciziile pe care le iau in prezent.
- ING Asigurari de Viata continua demersurile de constientizare privind necesitatea de a actiona din timp pentru un viitor financiar mai sigur, prin campania “Viitorul este roz, daca pui acum in el un pic de portocaliu”.
- Pe site-ul www.rozsiportocaliu.ro cei interesati isi vor putea calcula decalajele financiare privind nevoia de protectie financiara pentru trei nevoi esentiale.

Aproape trei sferturi dintre romanii cu varsta intre 26 si 55 de ani, cu educatie si venituri peste medie, utilizatori de internet, au o atitudine pozitiva fata de viitor, potrivit unui **studiu online realizat la sfarsitul lunii octombrie 2011 de GfK Romania pentru ING Asigurari de Viata**. Astfel, 34% dintre respondenti sunt optimisti si convinsi ca totul va fi bine, iar alti 36% considera ca viitorul depinde de ei si cred in posibilitatea de a-l construi prin deciziile pe care le iau in prezent. In mod firesc, tinerii sunt si cei mai optimisti – aproape 40% din respondentii cu varsta cuprinsa intre 26 si 45 de ani spun ca privesc viitorul cu optimism –, in timp ce 40% dintre persoanele de peste 45 de ani sunt ingrijorate atunci cand se gandesc la viitor.

In ceea ce priveste **demersurile financiare pe care cred ca ar trebui sa le intreprinda pentru a-si construi un viitor mai bun**, o treime dintre respondenti (31%) crede ca ar trebui sa economiseasca in mod constant minim 5-10% din venitul lunar, 33% apreciaza ca este suficient sa economiseasca ocazional, iar 38% sa puna deoparte veniturile suplimentare neplanificate. In general, actiunile considerate a fi cele mai importante pentru a avea un viitor mai bun se refera la dezvoltarea profesionala si personala cu ajutorul cursurilor si auto-educarii (50%), dedicarea unui timp cat mai mare familiei (48%) si mentinerea unei diete sanatoase (46%).

Totusi, atunci cand vine vorba despre **actiuni efective** pe care respondentii le intreprind in prezent pentru a-si asigura un viitor mai bun, exista o discrepanta

importanta intre solutiile gandite si actiuni. Astfel, doar 17% dintre respondenti economisesc constant, 32% economisesc ocazional si 28% pun bani deoparte atunci cand obtin venituri suplimentare neplanificate. Totodata, este interesant de observat ca cel mai important lucru pe care romanii il fac in prezent pentru a-si asigura un viitor mai bun este sa muncesca mult pentru a progresa in cariera (52%).



“Cercetarile pe care le-am intreprins ne arata ca, in general, oamenii manifesta o atitudine pozitiva fata de viitor si au repere clare privind actiunile necesare pentru a-l imbunatati. In ceea ce priveste latura financiara, exista insa discrepante mari intre solutiile gandite si actiunile intreprinse, si tocmai de aceea am decis sa comunicam o data in plus prin campania de marketing din aceasta toamna faptul ca este important sa ne planificam viitorul financiar din timp, iar la ING clientii pot gasi sfaturile financiare de care au nevoie pentru a face acest lucru”, a declarat Carmen Soare, director marketing ING Asigurari de Viata. „Cu alte cuvinte, parafrazand mesajul campaniei, viitorul poate fi roz, daca pui in el acum si putin portocaliu”.

Pana la sfarsitul anului, ING Asigurari de Viata desfasoară o campanie de comunicare, **“Viitorul este roz, daca pui acum in el un pic de portocaliu”**, care subliniaza importanta pregatirii din timp a viitorului financiar. Campania TV, care se difuzeaza pe 20 de canale nationale, va fi completata de o componenta online, prin website-ul dedicat www.rozsiportocaliu.ro. Folosind calculatoarele disponibile pe site, persoanele interesate isi pot contura o imagine de ansamblu a propriei situatii financiare, afland o dimensiune clara a decalajelor financiare pe care le au cu privire la nevoia de protectie financiara a familiei in caz de deces, asigurarea viitorului copiilor si asigurarea unor venituri suplimentare la pensie.

Campania din aceasta toamna completeaza demersurile desfasurate de ING Asigurari de Viata in 2009 si 2010 - *“ING Asigurari de Viata si Declaratii de Dragoste”* si *„Introducere in Viitorologie”* - cu obiectivul de a evidentia rolul esential al asigurarilor de viata in planificarea financiara pentru viitor, dar si a necesitatii de a economisi pentru atingerea unor obiective importante.

NOTE:

(*) Utilizatori de internet, cu varsta intre 26 si 55 de ani, cu educatie si venituri peste medie (esantion in studiul online realizat in octombrie 2011 de GfK Romania pentru ING Asigurari de Viata).

Pentru mai multe informatii, va rugam contactati:

- **ING Asigurari de Viata:** Raluca Marcu, Senior Communication Officer, 021 402 85 80, raluca.marcu@ing.ro
- **Consultant extern:** Ioana Ursu, 0733 057 890, ioanaursu35@yahoo.com