

69% dintre angajații români spun că jobul le afectează starea generală de bine și doar 37% primesc beneficii extrasalariale, arată un studiu derulat de Reveal Marketing Research în parteneriat cu Up România

București, 15 octombrie 2025. Reveal Marketing Research, în parteneriat cu Up România, a realizat un studiu, prin care a analizat ce înseamnă pentru români bunăstarea completă (Wellbeing 360°) și care sunt factorii principali care le influențează starea de bine. 69% dintre angajații români spun că jobul le afectează starea generală de bine, în timp ce doar 37% primesc beneficii extrasalariale.

Ce înseamnă pentru români bunăstarea completă (Wellbeing 360°)

Conceptul de bunăstare completă (Wellbeing 360°) este definit de români prin trei dimensiuni esențiale: emoțională (70%), financiară (70%) și fizică (64%). Diferențele de percepție între femei și bărbați sunt semnificative însă: femeile asociază mai frecvent conceptul cu starea emoțională (75% față de 65% în cazul bărbaților), în timp ce pentru bărbați un rol mai important îl are timpul liber (41% comparativ cu 27% dintre femei).

Percepția stării de bine diferă semnificativ între generații. Dacă pentru Gen Z cel mai important aspect al stării de bine este cel financiar, fiind menționat de 72% dintre respondenți, în cazul Millennials accentul cade mai degrabă pe echilibrul emoțional (69%). Pentru Gen X aspectele financiare și cele emoționale au aceeași importanță, potrivit a 70% dintre respondenți, iar pentru Baby Boomers cel mai important aspect al stării de bine este cel financiar (76%).

Și locul de muncă influențează modul în care românii percep starea de bine. Pentru angajații din multinaționale și pentru freelanceri prioritară este bunăstarea financiară (71%), în timp ce cei din IMM-uri și instituțiile publice pun accent pe echilibrul emoțional (72%, respectiv 70%).

Cum văd românii grija pentru propria stare de bine

Pentru români, grija față de propria stare de bine are mai multe semnificații: 34% o consideră o necesitate, 25% o văd ca pe o normalitate, 23% o asociază cu un răsfăț sau moft, iar 10% o privesc ca pe o tendință modernă.

La nivel personal, jumătate dintre respondenți (50%) spun că au o stare generală „bună”, 32% o descriu ca fiind „fluctuantă” și doar 13% se declară într-o formă „excelentă”. Bărbații tind să fie mai optimiști, raportând o stare bună sau excelentă în 69% din cazuri, față de 58% în rândul femeilor.

Când vine vorba de obstacole, lipsa banilor (42%) și lipsa timpului (36%) sunt principalele motive care îi împiedică pe români să acorde atenție propriei stări de bine. Diferențele apar în funcție de locul de muncă: angajații din sectorul public invocă mai des lipsa banilor (52%), iar cei din multinaționale lipsa timpului (44%).

Mai mult, 69% dintre angajați spun că jobul le afectează starea generală de bine, în special cei din IMM-uri (74%). În perioadele aglomerate, românii renunță cel mai des la timpul liber (57%), somn (39%) și relațiile personale (36%).

Bunăstarea financiară: între venituri mai mari și beneficii extrasalariale

Dacă ar avea un venit mai mare cu 20%, românii ar investi în primul rând în vacanțe (30%), sănătate (25%) și economii (20%). Preferințele diferă însă în funcție de profil: femeile aleg mai des vacanțele (34% vs. 26% dintre bărbați), iar bărbații și freelancerii ar prioritiza economiile (26%, respectiv 29%).

Doar 37% dintre angajați beneficiază în prezent de avantaje extrasalariale, cu diferențe vizibile între generații. Generația Z este cea mai bine reprezentată (64% primesc beneficii), în timp ce Generațiile X (29%) și Baby Boomers (30%) sunt cel mai puțin vizate.

Printre beneficiile considerate cele mai atractive de către cei care nu le primesc încă se numără:

- Cardurile de vacanță - 44%
- Abonamentele medicale private - 39%
- Tichetele de masă - 37%

Cei care au deja beneficii suplimentare își doresc în plus bonusuri sau prime (58%), mai mult timp liber (54%) și abonamente culturale - teatru, cinema, concerte (28%). În schimb, cei fără beneficii ar aprecia cel mai mult bonusurile (68%), timpul liber (52%) și serviciile de wellbeing, precum spa sau masaj (31%).

„Bunăstarea completă pentru români nu se limitează doar la sănătatea fizică sau la resursele financiare - ea înseamnă un echilibru între dimensiunea emoțională, relațiile sociale, timpul liber și grija pentru sine. Studiul arată că, deși o treime percepe preocuparea pentru propria stare de bine ca pe un răsfăț sau ca pe un trend, tot mai mulți români încep să o considere o normalitate sau o nevoie zilnică. Această tendință semnalează o maturizare a mentalității legate de bunăstare.” a declarat **Marius Luican, Director General Reveal Marketing Research.**

„Într-o perioadă în care angajații caută mai mult decât beneficii materiale, organizațiile care investesc în wellbeingul echipelor au un avantaj real în a atrage și a păstra oameni motivați, echilibrați și performanți. Rezultatele studiului ne (re)confirmă că atenția acordată stării de bine a angajaților nu mai este un gest opțional, ci o condiție esențială pentru succesul pe termen lung al oricărei organizații.” **Loredana Vătăvoiu, Director of Marketing & Communications Up Romania**

Jumătate dintre români ar fi dispuși să plătească pentru aplicații dedicate stării de bine

Interesul pentru platformele de wellbeing este în creștere, însă utilizarea lor rămâne redusă. Doar 15% dintre români folosesc frecvent aplicații dedicate stării de bine, iar 31% le accesează ocazional.

Printre cele mai populare se numără:

- Aplicațiile de sport, fitness sau nutriție - 42%
- Podcasturile și audiobook-urile - 38%
- Aplicațiile de meditație și mindfulness - 36%

În rândul celor care nu folosesc astfel de platforme, principalele motive sunt lipsa timpului (54%) și costurile asociate (24%). Chiar și așa, aproape jumătate dintre respondenți (47%) ar fi dispuși să plătească pentru servicii digitale de wellbeing. Dintre aceștia, 42% ar alocă un buget lunar între 25 și 50 de lei, iar 30% ar plăti între 51 și 100 de lei.