

Aproape jumătate dintre companii au crescut valoarea beneficiilor acordate angajaților, în 2025 (studiu)

Aproape jumătate dintre companii (45%) au crescut valoarea beneficiilor acordate angajaților în acest an comparativ cu anul precedent, releva un studiu realizat de Up România și Reveal Marketing Research.

Pe fondul unei atenții crescute la eficiența bugetelor, companiile se orientează tot mai des spre beneficii flexibile, predictibile și ușor de administrat. Studiul arată ca primele în bani rămân lider (49%), înșă cardurile cadou câștiga teren (38%), devenind un standard tot mai utilizat în recompensarea angajaților. Popularitatea lor este susținută de beneficii clare, precum flexibilitatea și costurile optimizabile și de avantajele percepute de angajați: reduceri suplimentare (52%), perioada extinsă de utilizare (48%) și o rețea variată de parteneri (35%).

Studiul arată ca 81% dintre companii oferă beneficii de sărbători în 2025, folosindu-le ca pe un instrument de consolidare a relației cu angajații. Principalele obiective urmărite sunt creșterea sentimentului de apreciere (63%), întărirea loialității față de companie (50%) și stimularea motivației (47%). Impactul este vizibil imediat: companiile observă creșterea motivației (51%), a implicării (44%) și îmbunătățirea wellbeingului echipei (35%) după acordarea beneficiilor.

"Rezultatele studiului confirmă ceea ce vedem zi de zi în colaborarea cu partenerii noștri: companiile își doresc să rămână aproape de angajați, chiar și atunci când bugetele sunt sub presiune. Cardul cadou a devenit un mod simplu și eficient de a spune 'multumesc', oferind fiecărui angajat libertatea de a alege ce îi aduce cea mai mare bucurie. Iar această libertate se reflectă direct în motivația și energia echipelor", a declarat Ionuț Catalin Condruz, Chief Strategy & Operations Director, Up România, citat în prezentarea cercetării.

Pentru anul viitor, organizațiile iau în calcul o adaptare și mai mare a beneficiilor: 79% consideră oportun un buget flexibil pentru sărbătorile din 2026. Cele mai frecvente bugete estimate se situează între 300-400 lei (31%) și 401-500 lei (27%), semn că predictibilitatea și scalabilitatea rămân priorități.

"Companiile caută echilibrul între controlul costurilor și nevoia de a menține un nivel ridicat de motivare în echipă. Tocmai această orientare spre flexibilitate și eficiență transformă cardul cadou într-un standard al pieței și arată că investiția în oameni rămâne una dintre cele mai sigure strategii în perioade de incertitudine. Rezultatele studiului arată foarte clar că ne aflăm într-un moment de tranziție către beneficii mai inteligente și mai adaptate", a explicat Marius Luican, General Manager, Reveal Marketing Research.

Studiul a fost realizat pe un eșantion de 493 de respondenți B2B (manageri HR, directori generali, middle management și antreprenori), cu vârste între 25-65 de ani, din mediul urban și rural.

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piață full-service, specializată în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development.

Up România face parte din Grupul UpCoop, deservește peste 25.000 de clienți și peste 1,3 milioane de beneficiari pe Up Dejun, Up Cadou, Up Vacanță, Up Cultura. La aceștia se adaugă peste 1,2 milioane de beneficiari pe Up Social din 150 de proiecte sociale naționale și locale care au fost realizate în ultimii 6 ani.