

## Opt din zece români considera inovatia o oportunitate de economisire si crestere a eficientei (studiu)

**Opt din zece români considera inovatia o oportunitate de economisire si crestere a eficientei, aceasta fiind puternic asociata cu tehnologie avansata si creativitate, reiese din rezultatele unui studiu de specialitate, publicat marti.**

Rezultatele cercetarii realizate de Reveal Marketing Research arata ca românii vad inovatia ca un motor al progresului, fiind puternic asociata cu atribute precum tehnologie avansata (55%), creativitate (51%) si eficienta (43%).

"Persoanele peste 55 de ani cu o experienta mai mare asupra evolutiei tehnologice, tind sa asocieze inovatia cu creativitatea (64%), percepând-o ca pe o abilitate de a depasi conventionalul, în timp ce tinerii între 18-30 de ani, care au fost expusi constant la tehnologie si schimbari rapide, pun mai mult accent pe atributul adaptabilitate al inovatiei (25% comparativ cu 18% total esantion)", sustin autorii studiului.

Referitor la principiile fundamentale ale inovatiei, 27% dintre români considera ca aceasta este strâns legata de dezvoltarea de produse si servicii noi si unice, procentul fiind mai mare în rândul persoanelor cu venituri peste 10.000 lei (39%), precizeaza sursa citata.

Totodata, 19% considera inovatia strâns legata de utilizarea tehnologiilor avansate, iar alti 19% o asociaza cu îmbunatatirea continua a proceselor si produselor.

Aproximativ 86% dintre respondenti considera inovatia esentiala pentru progresul societatii, în special persoanele peste 55 de ani (95%) si cele cu venit ridicat (92%), în timp ce 82% sunt de acord ca inovatia îmbunatatest accesul la educatie si informatii.

Mai mult decât atât, 79% se declara interesati sa foloseasca produse si servicii inovatoare, iar 78% sunt de parere ca inovatia contribuie la reducerea costurilor si cresterea eficientei.

Cele mai comune comportamente legate de utilizarea produselor si serviciilor inovatoare sunt utilizarea aplicatiilor digitale si a serviciilor online noi (67%), întâlnita în mai mare masura în rândul tinerilor între 18-30 de ani (70%), si recomandarea produselor si serviciilor inovatoare pe care le-au încercat (64%), precizeaza autorii cercetarii.

Principalele beneficii ale produselor inovatoare sunt confortul adus (80%), economia de timp (77%) si eficienta mai mare fata de cele traditionale (71%).

În general, românii aleg produse si servicii în functie de criterii precum adaptabilitatea acestora la nevoile personale (84%) si usurinta în utilizare (83%), acest din urma criteriu fiind mai important pentru persoanele de peste 55 de ani (88%).

Daca ne referim la produsele si serviciile inovatoare, acestea sunt apreciate în special pentru beneficii precum confortul adus (80%), economia de timp (77%) si eficienta mai mare fata de cele traditionale (71%).

"Inovatia reprezinta un angajament atât pentru succesul companiilor, cât si pentru progresul întregii societati. Românii vad în inovare o sursa de confort, eficienta si optimizare a costurilor, iar faptul ca 8 din 10 români se

declara interesati sa foloseasca produse si servicii inovatoare demonstreaza impactul real si pozitiv pe care aceste solutii îl au asupra vietii de zi cu zi", a declarat Marius Luican, director general Reveal Marketing Research, citat în comunicat.

Cele mai inovatoare domenii percepute de români sunt Electronice, Gadgeturi & Electrocasnice (69%), Tehnologie, Software & Telecomunicatii (65%) si Constructii & Imobiliare (26%). Pe de alta parte, în topul domeniilor cu cea mai mare nevoie de inovatie regasim Educatie & Formare Profesionala (44%), Sanatate & Industria Farmaceutica (42%) si Energie & Utilitati (35%), mentioneaza sursa citata.

Promovarea inovatiei joaca un rol important în decizia de cumparare atunci când subliniaza cresterea confortului si a calitatii vietii (85%) si îmbunatatirea sigurantei consumatorilor (82%).

Mai mult decât atât, cele mai atractive mesaje de comunicare pun accent pe beneficii functionale si practice, precum impactul asupra calitatii vietii (66%), demonstratiile practice ale produsului (62%) si rezultate clare si masurabile (60%).

Totodata, 68% dintre consumatori considera ca initiativele si masurile legate de inovatie contribuie la îmbunatatirea imaginii companiilor, procentul fiind semnificativ mai ridicat în rândul celor cu vârste între 46-55 de ani (76%) si peste 55 de ani (79%).

În viziunea românilor, principalele actiunile prin care companiile pot sustine inovatia în România sunt investitiile în cercetare si dezvoltare (54%), crearea de produse care raspund nevoilor reale (48%) si organizarea de campanii de educare a consumatorilor (41%).

Studiul a fost realizat în perioada 24 februarie - martie 2025, pe un esantion de 1.005 respondenti, esantion reprezentativ pentru universul persoanelor cu vârsta 18+ din România, utilizatori de internet, din mediul urban. Eroarea maxima de esantionare pentru targetul general este +/-3,1% la un nivel de încredere de 95%.

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