

“România Durabilă” (SIPOCA 613)

Valurile de cercetare sociologică

RD19

ODD 12 In Depth

(aprilie 2021)

Narativ de sinteză și concluzii

Livrabil

luna mai 2021

A 19-a cercetare sociologică din cadrul proiectului “România Durabilă” SIPOCA 613, cu indicativul RD19, a avut drept scop continuarea măsurării la nivel detaliat, în adâncime („*in depth*”), a opiniei publice privind aspecte din cadrul celui de-al 12-lea Obiectiv de Dezvoltare Durabilă din cadrul Strategiei Naționale pentru Dezvoltare Durabilă a României 2030 (SNDDR 2030) – ODD 12 „Consum și producție responsabile”, focalizându-se pe tema „Tranziția către economia circulară”.

Metodologie

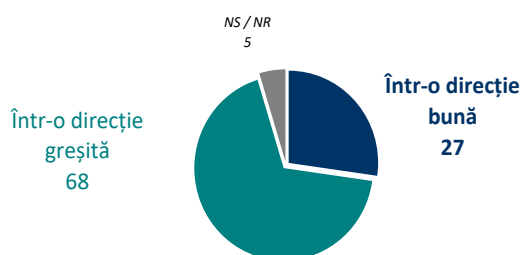
Pe baza structurii obiectivelor de dezvoltare durabilă și a temelor de preocupare instituțională aferente acestora, așa cum sunt ele explicitate în SNDDR 2030 (pp. 37-41), echipa ARDA, împreună cu partenerii din cadrul SGG (DSG și DDD), a operaționalizat o listă de indicatori de opinie publică, pe următoarele teme de interes:

- Evaluarea cetățenilor asupra comportamentului propriu în privința resturilor alimentare;
- Identificarea percepției populare asupra producției și consumului în România de azi;
- Identificarea percepției populare asupra reciclării și colectării selective a deșeurilor;
- Evaluarea percepției cetățenilor asupra ambalajelor ecologice.

1. Climatul social general

Q01 DIRECȚIA LUCRURILOR

Q01. În general, considerați că România în momentul de față se îndreaptă într-o direcție bună sau într-o direcție greșită?



La momentul efectuării Barometrului RD19 (aprilie 2021), 68% dintre respondenți declarau România se îndreaptă într-o direcție greșită, față de 28% care considerau că direcția este bună. Față de barometrele precedente, se constată o ameliorare a climatului social general, numărul optiuniștilor crescând, față de sondajele anterioare, pe seama scăderii numărului de nehotărâți, care atinge un minim (5%) pentru acest an.

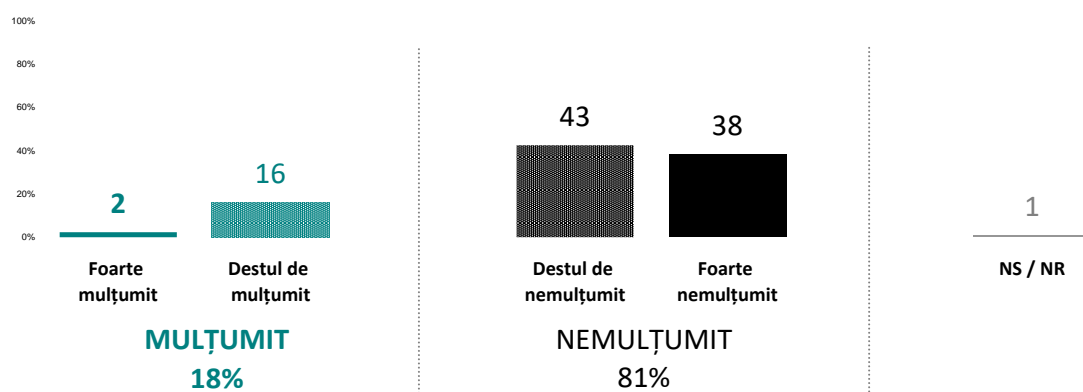
În mod firesc, atât încheierea sezonului rece, cât și scăderea incidenței COVID 19, sunt factori importanți în transformarea climatului social general.

Subliniem, în continuare, că starea de spirit generală a oamenilor se reflectă și în aprecierile asupra problemelor sectoriale pe care le analizăm în acest proiect.

2. Românii și protecția mediului

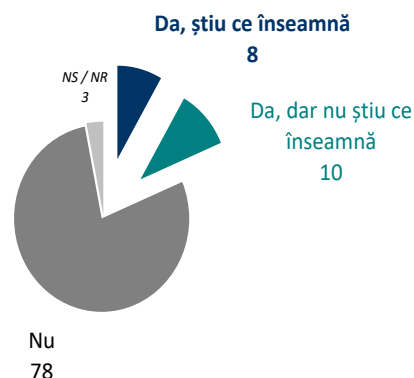
O primă secțiune a acestei cercetări este dedicată percepțiilor generale privind protecția mediului în România.

Q02. Cât de mulțumit sunteți cu felul în care este protejat mediul înconjurător în România în momentul de față?



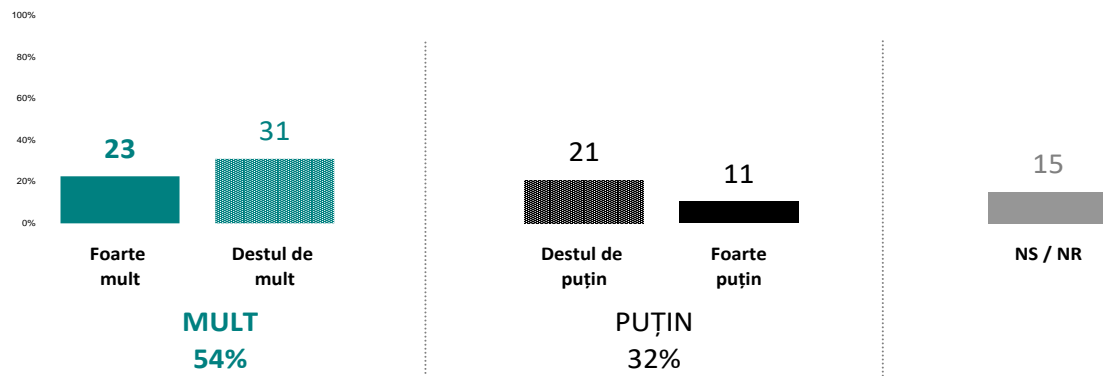
81% dintre respondenți se declară nemulțumiți de felul în care este protejat mediul înconjurător, în momentul de față. Procentul celor „foarte nemulțumiți” (38%) este remarcabil, modelând percepția în sensul unei nemulțumiri profunde, care nu poate fi schimbată ușor. Această percepție este accentuată de faptul că doar 2% dintre cei care au răspuns s-au declarat „foarte mulțumiți” de protecția mediului în România.

Q03. Ați auzit de ideea de Economie Circulară?



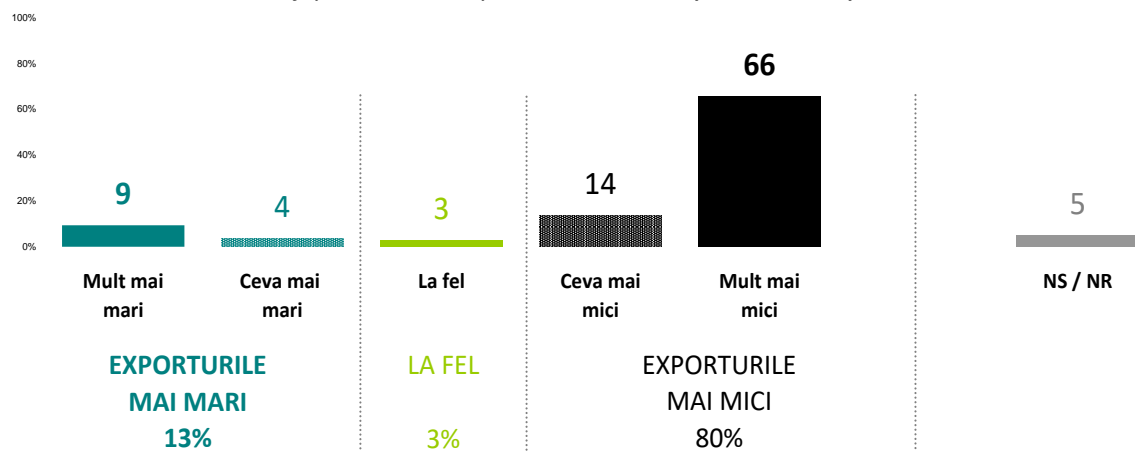
Nemulțumirea față de protecția mediului în România nu pare a fi legată și de conexiunea la concepțiile moderne din domeniu. Astfel, doar 18% dintre respondenți au auzit de economia circulară și numai 8% știu ce înseamnă acest termen.

Q12. In economia unei țări, unele domenii folosesc mai multe resurse naturale și materii prime, altele mai puține. Per ansamblu, cât de mult considerați că economia României depinde de consumul de resurse naturale, de materii prime?



Percepția românilor asupra dependenței economiei României de consumul de resurse naturale este destul de neclară. Procentajul de răspunsuri non-valide este relativ mare (15%). Răspunsurile valide se încadrează într-o distribuție de tip gaussian, ușor balansată. Astfel, 54% dintre respondenți declară că economia României depinde mult de consumul de resurse naturale, față de 32% care declară că depinde puțin de acest consum.

Q13. In economia unei țări avem de-a face cu exporturi (produse și servicii care sunt vândute în alte țări) și cu importuri (produse și servicii care sunt cumpărate din alte țări). În România, în momentul de față care considerați că sunt mai mari: exporturile sau importurile?



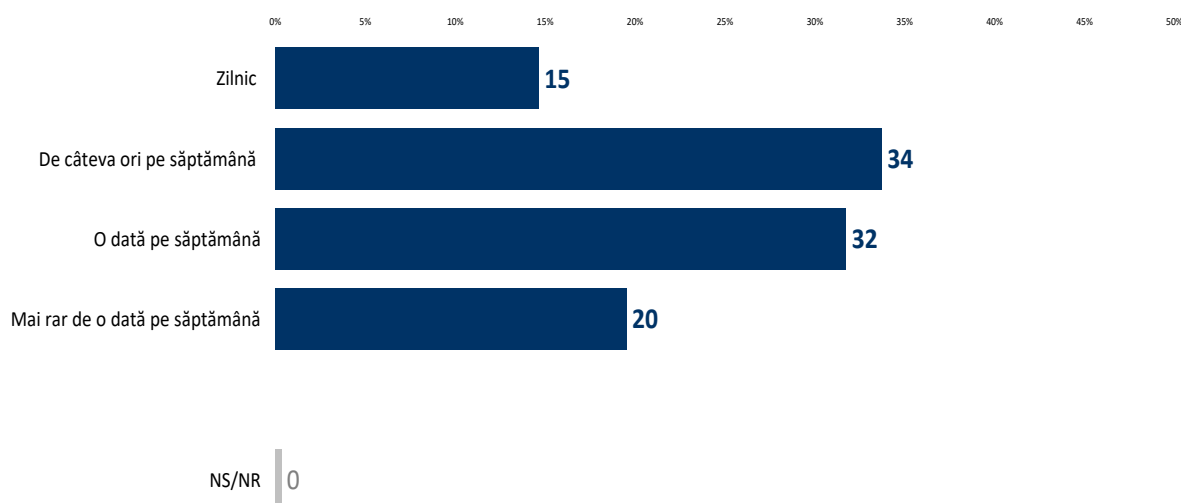
În schimb, există o percepție foarte clară asupra unui dezechilibru mare între importuri și exporturi. 80% dintre respondenți consideră că exporturile sunt mai mici decât importurile, în timp ce numai 13% apreciază că exporturile sunt mai mari. Distribuția răspunsurilor este, de asemenea, foarte polarizată: 66% dintre cei chestionați afirmă că exporturile sunt mult mai mici, față de 9% care le consideră mult mai mari.

Răspunsurile la ultimele două întrebări reflectă ideea că România are o economie neprietenoasă cu mediul. Respondenții înțeleg faptul că presiunile unui model economic bazat pe exploatarea materiilor prime și import de produse finite fac ca mediul să devină mai vulnerabil.

3. Gestionarea surplusurilor alimentare

Prima temă specifică a acestui barometru este legată de risipa alimentară,, o chestiune sensibilă în ansamblul temelor legate de protecția mediului, la ora actuală, în Europa și în lume. Din motive ce țin de logica expunerii, vom comenta întrebările și răspunsurile într-o ordine care nu va fi întotdeauna ordinea întrebărilor din chestionar.

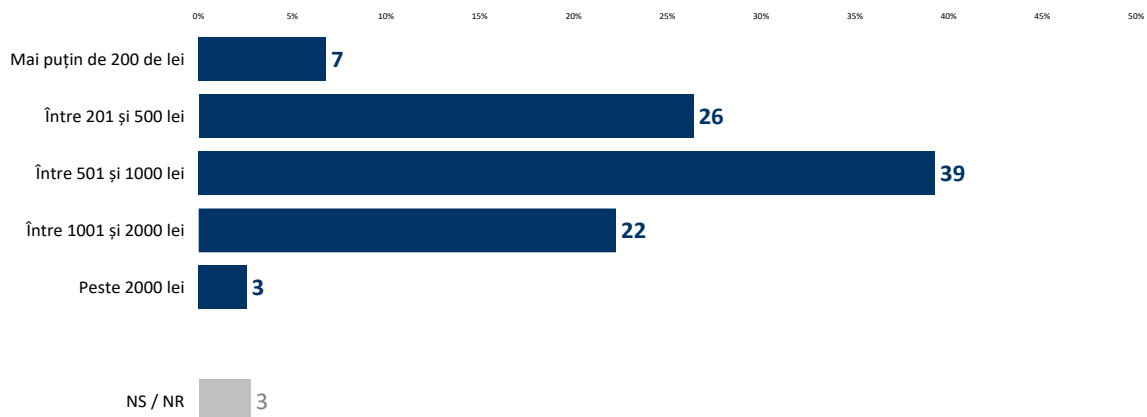
Q06. Cât de des cumpărați mâncare?



Distribuția răspunsurilor la această întrebare este foarte interesantă din punct de vedere sociologic. 32% dintre respondenți afirmă că merg să cumpere mâncare o dată pe săptămână. Cumpărăturile „săptămânale” sunt o marcă a modelului urban modern. Cei care afirmă că merg „zilnic” să cumpere alimente (15%), împreună cu cei care merg „de câteva ori pe săptămână”, reprezintă urbanul tradițional (inclusiv cel din perioada comunistă). În fine, cei care merg la cumpărături alimentare „mai rar de o dată pe săptămână” (20%) ar corespunde cu zona ruralului profund, în care alimentele provin, în mare parte, din propria gospodărie.

Desigur că această clasificare nu se suprapune exact pe procentele amintite. În linii mari, însă, se poate aprecia că zona ruralului de subzistență este undeva sub 20%, zona urbanului tradițional este în jur de 50-60%, iar zona urbanului modern, în jur de 30%. Aceste procente sunt importante pentru a fi comparate, în cele ce urmează, cu atitudinea față de mediul înconjurător și reciclare.

Q11. Ce sumă de bani cheltuiți în medie pe lună pentru cumpărăturile alimentare?



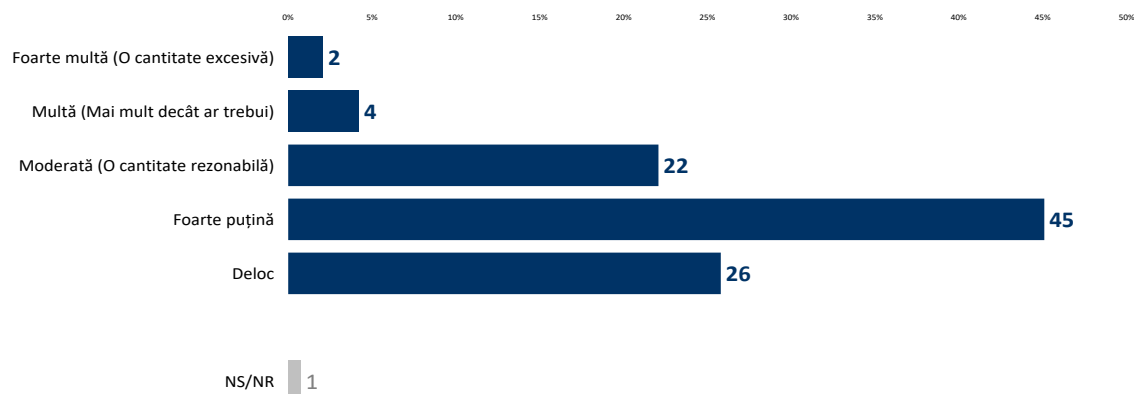
Răspunsurile la această întrebare arată că, în România, alimentele sunt scumpe față de veniturile cetățenilor. Aproape 40% dintre respondenți declară că, în medie, cheltuiesc între 500 și 1000 lei pe lună pentru alimente. 26% își estimează cheltuielile lunare pentru alimente între 200-500 lei, 22% cheltuiesc între 1000 și 2000 lei, 7% mai puțin de 200 de lei și doar 3% peste 2000 lei.

În barometrele anterioare, s-a observat că procentajul celor cu venituri insuficiente în România (săraci/precari) se ridică la aproximativ 40%.



În mod firesc, gestionarea alimentelor se face cu mai multă grijă.

Q04. Care apreciați că este cantitatea de mâncare care se aruncă în gospodăria dvs. de obicei într-o săptămână?
(Atenție, aici nu includem coji de legume sau ce rezultă de la gătit sau părțile care nu sunt comestibile - oase, coji de ouă, etc)

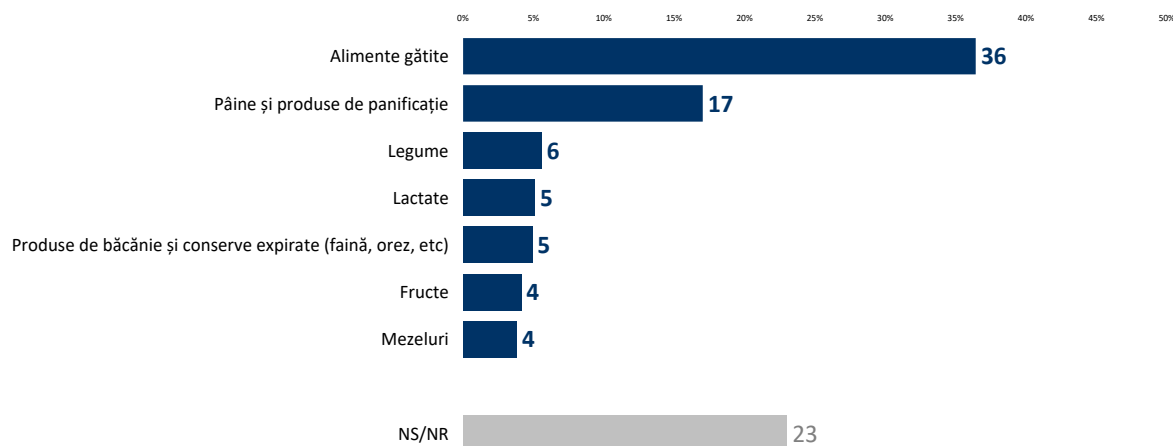


Gestionarea alimentelor în gospodăriile românești poate fi caracterizată ca fiind conservatoare.

Așa cum se observă în diagrama de mai sus, 71% (26+45) dintre respondenți apreciază că în gospodăria proprie nu se aruncă „deloc”, sau se aruncă „foarte puțină” alimente. Aproximativ un sfert dintre respondenți consideră că aruncă o cantitate moderată/rezonabilă de mâncare și numai 6% (4+2) admit că aruncă multă sau foarte multă mâncare.

Față de statisticile momentului în țările bogate, modelul românesc este conservator. O explicație ar fi nivelul general al veniturilor, mai scăzut în România, care face ca alimentele să fie proporțional mai scumpe, la noi în țară, dar și un model cultural care atribuie hranei o valoare simbolică, așa cum vom vedea și în răspunsurile următoare.

Q05. Care este categoria de alimente pe care o aruncați cel mai des?

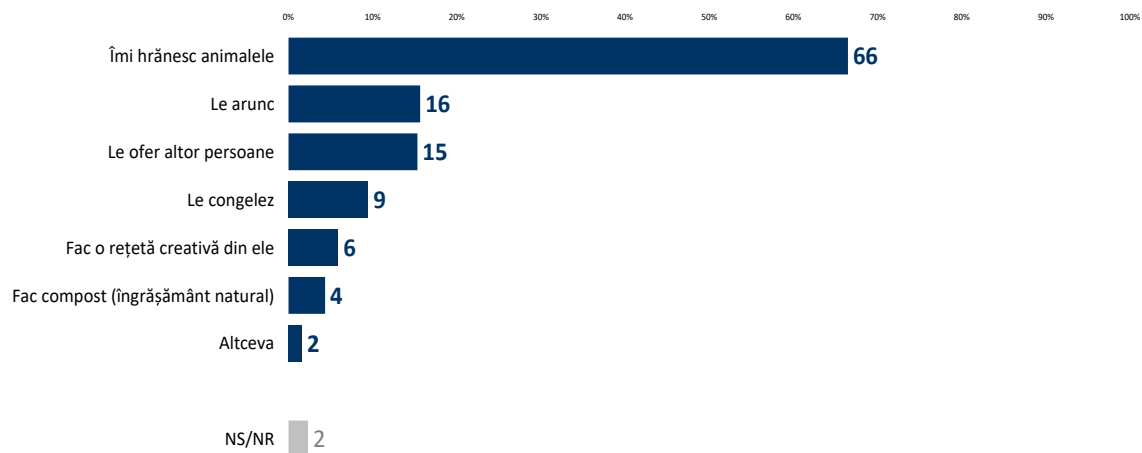


Oarecum surprinzător, categoria de alimente pe care românii declară că o aruncă cel mai frecvent este cea a alimentelor gătite (36%), urmată, la mare distanță, de pâine și produse de panificație (17%). Urmează, cumulat, alimentele conservate sau cele prelucrate care se pot consuma direct. Această sumă atinge abia 14% (5% lactate, 5% produse de băcănie și conserve expirate și 4% mezeluri). Legumele (6%) și fructele (4%) se aruncă cel mai puțin. Procentajul de răspunsuri non-valide este relativ mare (23%), ceea ce ar corespunde cu procentajul de 26% al celor care declară că nu aruncă alimente.

Faptul că cei mai mulți dintre respondenți afirmă că aruncă alimente gătite nu este de natură să dea indicii asupra cantității sau valorii alimentelor aruncate. Mai curând este de presupus că gospodăria românească, în care se gătește mult și frecvent, preferă să arunce mâncarea gătită care are deja două zile, sau mai mult.

Q07. Atunci când aveți resturi alimentare, ce faceți cu ele?

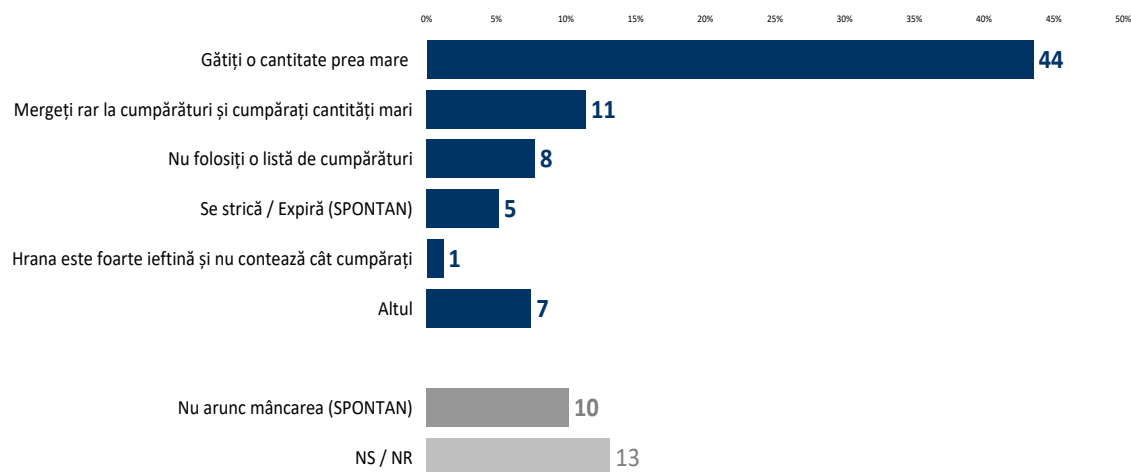
Mai multe răspunsuri posibile. Răspunsuri multiple.



După cum se observă din această diagramă, 66% dintre respondenți declară că resturile alimentare sunt utilizate pentru hrana animalelor. Dacă adăugăm procentul de 4% al celor care declară că le compostează, rezultă că 70% dintre români reciclează, practic, resturile alimentare. Tot în categoria recuperării, se pot încadra și răspunsurile „le ofer altor persoane” (15%), „le congelez” (9%) și „fac o rețetă creativă” (6%).

Dintre respondenți, doar 16% declară că aruncă, pur și simplu, resturile alimentare. Este, însă, destul de probabil ca acest ultim procent să fie ceva mai mare, pentru că, psihologic, oamenii recunosc cu greu că fac un lucru care are o conotație negativă.

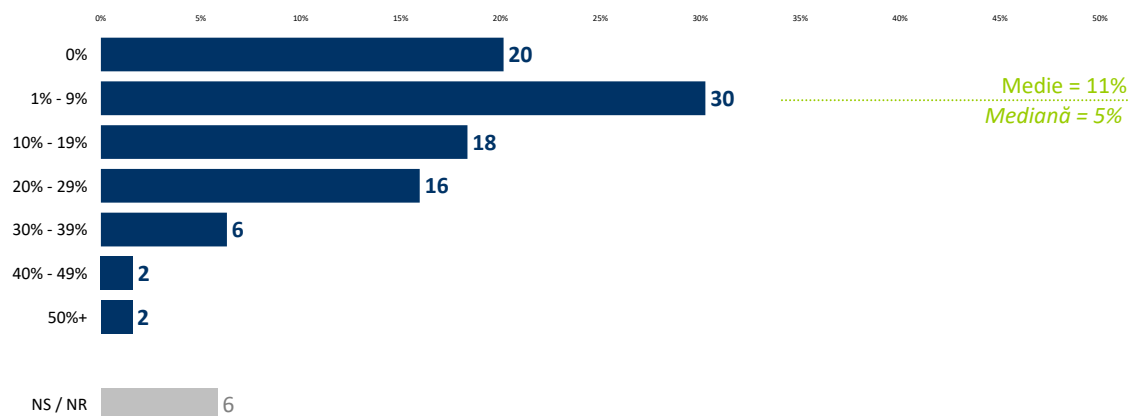
Q08. Care este principalul motiv pentru care se întâmplă să aruncați mâncarea?



Principalul motiv pentru care se aruncă mâncarea este acela că „se gătește într-o cantitate prea mare” (44%). E important de subliniat procentajul foarte mic (1%) al celor care apreciază că „hrana este foarte ieftină și nu contează cât se cumpără”. Procente moderate, de 11% și respectiv 8%, se înregistrează la răspunsurile „merg rar la cumpărături și cumpăr cantități mari” și „nu fac listă de cumpărături”. Procentajul cumulativ NS/NR (13%) și al celor care declară, spontan, că nu aruncă mâncarea (10%) se corelează cu răspunsurile similare de la **Q04** și **Q05**.

Răspunsurile de la întrebarea **Q08** confirmă modelul tradițional-conservator al gospodăriei românești: în casă se gătește mult, este preferată mâncarea proaspătă, ceea ce înseamnă că mâncarea mai veche, care rămâne, se aruncă. Răspunsurile care leagă aruncarea alimentelor de comportamentul de cumpărare, adică modelul cultural urban-modern, însumează cam 20-25% dintre respondenți.

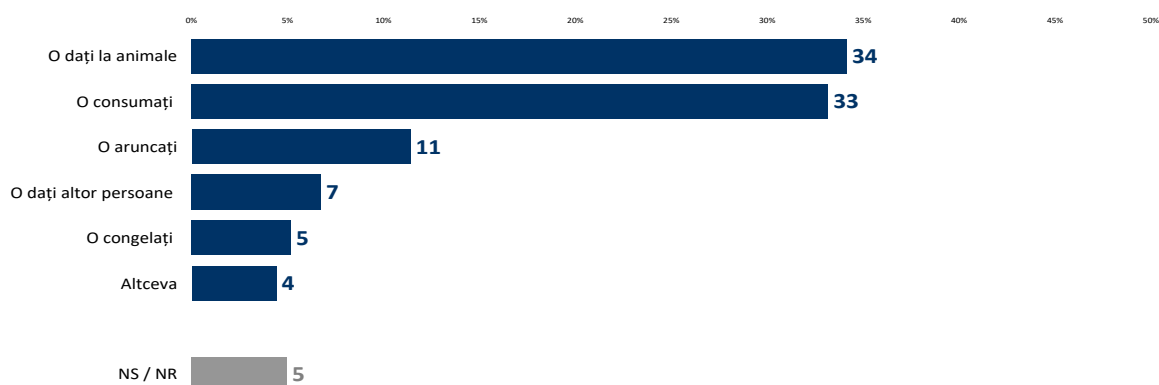
Q09. Care este procentul din totalul de alimente cumpărat care se aruncă în gospodăria Dvs.?



Întrebarea **Q09** chestionează respondenții asupra estimării cantitative a alimentelor care se aruncă în gospodăria proprie. O primă observație este aceea că, spre deosebire de întrebările din alte cercetări, care solicitau evaluări cantitative, în cazul de față, procentajul de răspunsuri non-valide este mic (6%), ceea ce înseamnă că românii sunt mult mai atenți cu evaluarea alimentelor decât cu evaluarea cantitativă a unor suprafețe, volume, mărimi abstracte.

Distribuția răspunsurilor arată că 50% dintre respondenți aruncă sub 10% din alimentele pe care le cumpără, în timp ce numai 10% declară că aruncă peste 30% din alimentele cumpărate. Mediana răspunsurilor (cifra cea mai apropiată de comportamentul mediu) este de 5%.

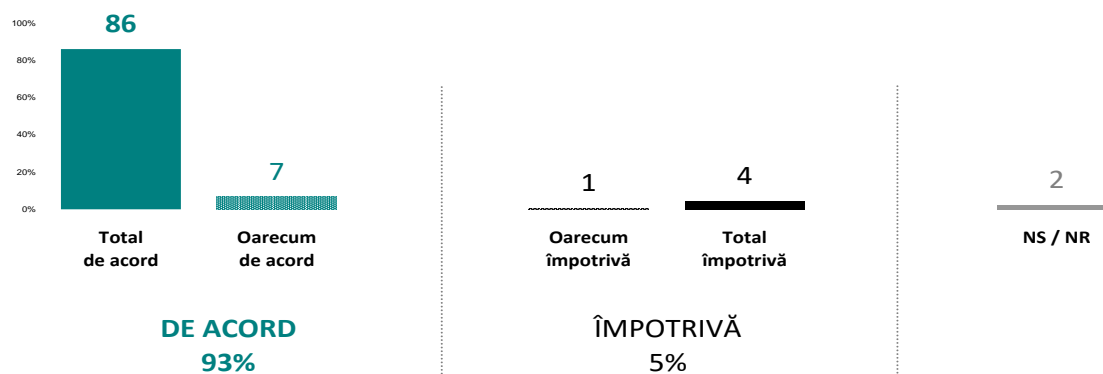
Q10. Ce faceți cu hrana care se apropie de data de expirare?



La întrebarea „Ce faceți cu hrana care se apropie de data de expirare?”, doar 11% dintre cei chestionați declară că o aruncă. Interesant este că 34% dintre respondenți bifează răspunsul „o dau la animale”, ceea ce presupune o gospodărie de tip rural. Un procentaj cumulat de 45% este al celor care declară că aceste alimente se consumă: 33% afirmă că „o consumă” (personal), 7% că „o dau altor persoane” și 5% spun că „o congelează”. După cum se vede din răspunsurile de la **Q10**, corelate cu **Q09** și **Q07**, în România procentajul celor care aruncă, pur și simplu, alimente se situează între 10-15%.

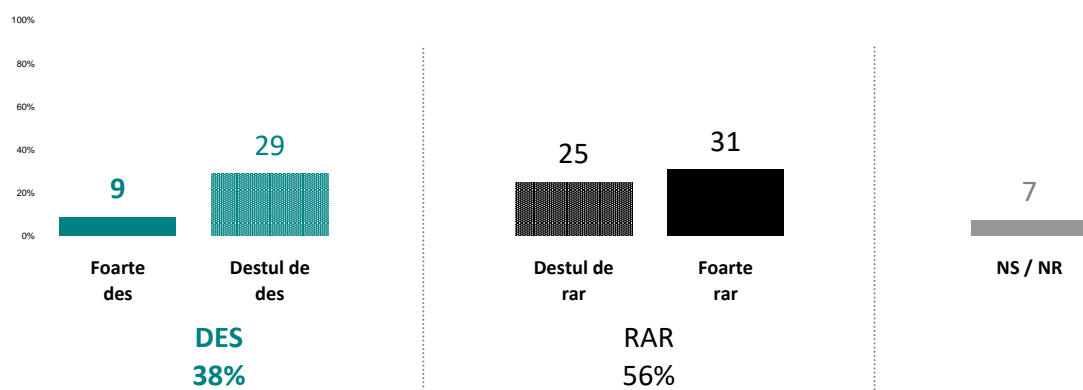
4. Identificarea percepției populare asupra reciclării și colectării selective a deșeurilor

Q14. În ce măsură sunteți de acord cu reciclarea produselor?



Practic, românii sunt în totalitate de acord cu reciclarea produselor. Procentajul celor care sunt împotriva, de 5%, este chiar mai mic decât procentajul obișnuit al celor care sunt „împotriva”, indiferent de subiectul abordat.

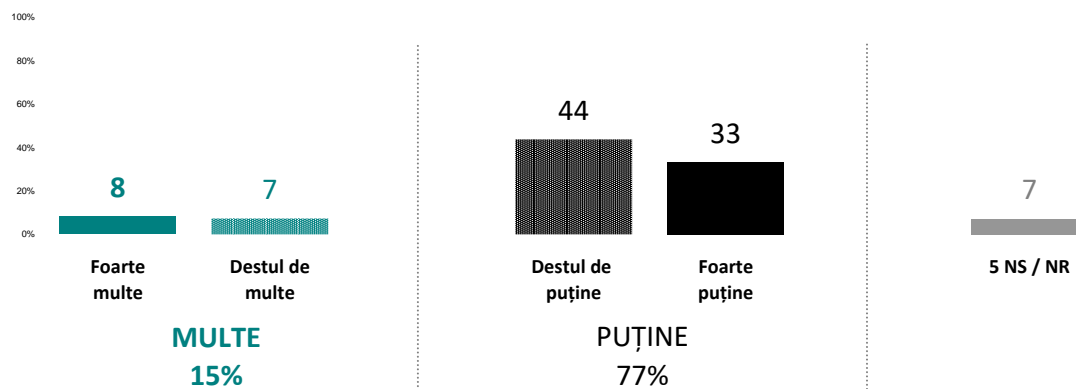
Q15. Dvs. personal, folosiți produse reciclate?



Cu toate acestea, majoritatea celor chestionați declară că folosesc destul de rar (25%), sau foarte rar (31%) produse reciclate. Se cuvine să facem câteva observații. În primul rând, foarte mulți respondenți nu știu exact ce înseamnă un produs reciclat. În al doilea rând, în România de azi, foarte puține produse sunt inscripționate sau etichetate ca fiind reciclate sau din materiale reciclate.

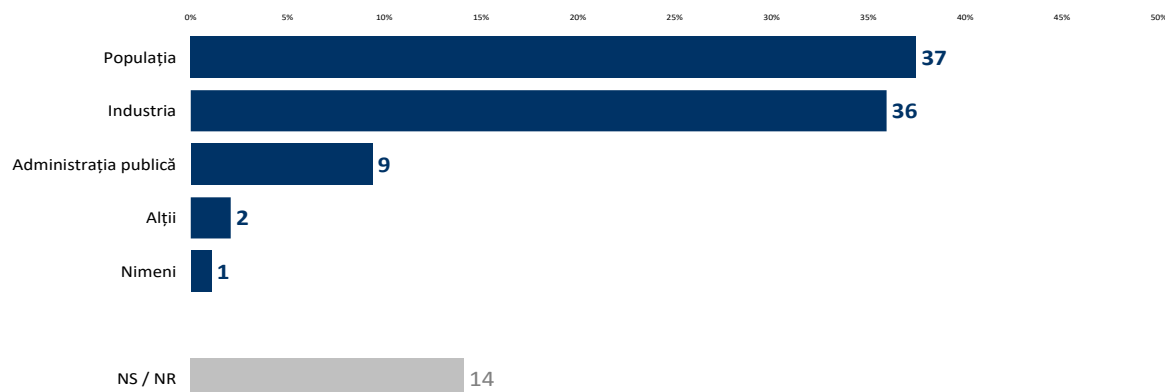
Pentru foarte multă lume, percepția asupra unui produs reciclat este asociată cu produse second-hand.

Q16. Cât de multe produse considerați că se reciclează în momentul de față în România?



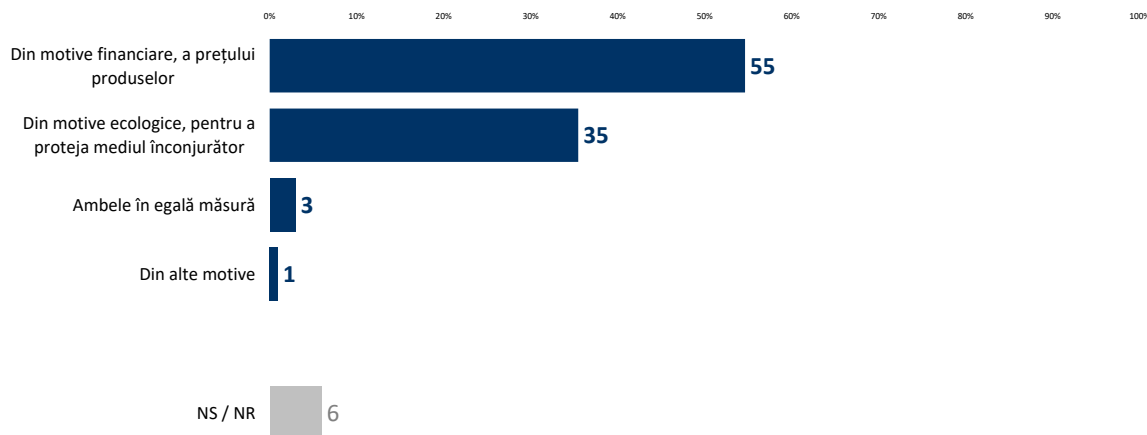
Mai bine conturată este percepția românilor asupra volumului de produse reciclate. 77% dintre respondenți consideră că în România, în acest moment, se reciclează puține produse, față de 15% care cred că se reciclează multe produse.

Q17. Dintre următorii, cine considerați că folosește cele mai multe produse reciclate în momentul de față în România?



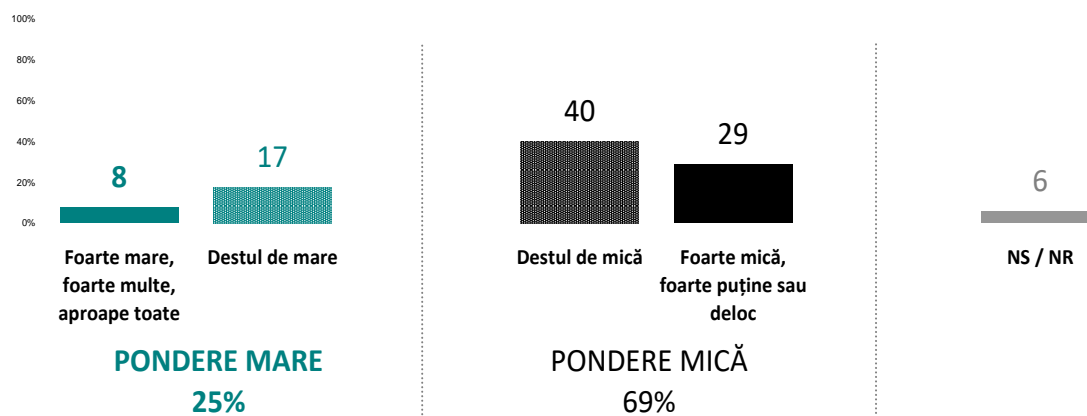
Răspunsurile la această întrebare evidențiază că 37% dintre cei chestionați consideră că cele mai multe produse reciclate în România sunt folosite de populație și 36% indică industria ca principal beneficiar al acestor produse. Acesta este, probabil, un efect al lipsei de informații, în mass-media, despre economia reală.

Q18. În general, de ce considerați că oamenii folosesc mai degrabă produse reciclate în România: din motive financiare, a prețului produselor sau din motive ecologice, pentru a proteja mediul înconjurător?



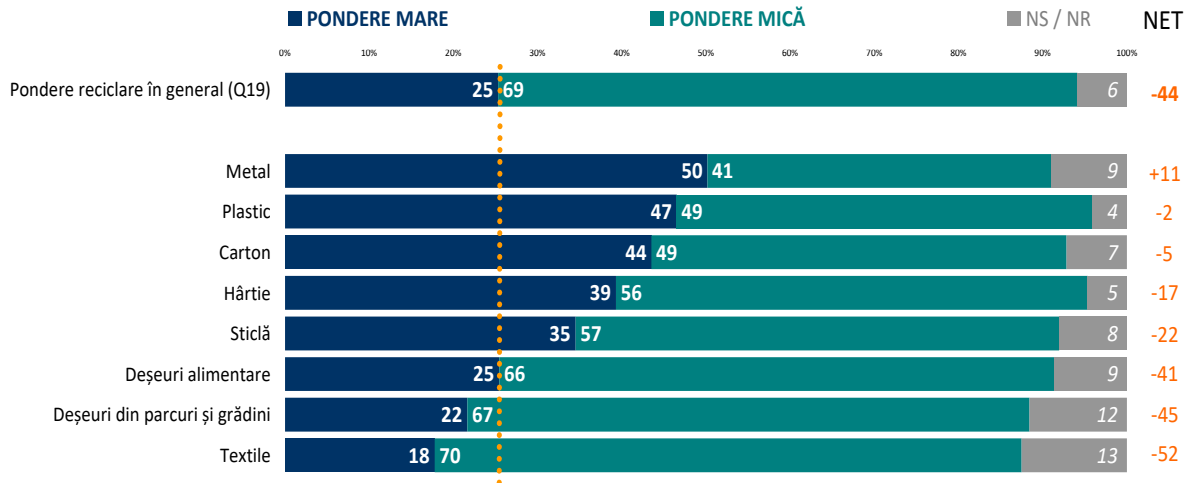
O altă percepție interesantă se referă la motivul pentru care sunt folosite produsele reciclate. 55% dintre respondenți consideră că motivul este financiar, al prețului mai mic și doar 35% consideră că reciclarea se face din motive ecologice, pentru protecția mediului.

Q19. Vă propun acum să vorbim despre reciclarea deșeurilor menajere, adică despre următoarele tipuri de deșuri: hârtie, carton, plastic, sticlă, metal, textile, deșuri alimentare, deșuri din parcuri și grădini. În discuția noastră excludem deșeurile din construcții și demolări. Din totalul deșeurilor menajere ridicate de serviciile de curățenie publică, ce pondere de deșuri menajere considerați că este reciclată în momentul de față în România?



În privința reciclării deșeurilor menajere, percepția populației este similară: 69% dintre respondenți consideră că reciclarea acestor deșuri are o pondere mică și numai 25% consideră că avem de-a face cu o pondere mare a reciclării acestor deșuri. Este important să observăm că distribuția este de tip gaussian, adică oamenii nu au o părere foarte bine formată.

Q20 ... Q27. Dacă e să discutăm defalcat pe diversele tipuri de deșeuri menajere, ce pondere din acestea considerați că este reciclată în momentul de față în România?



În acest pachet de întrebări sunt sondate părerile referitoare la reciclarea diverselor tipuri de deșeuri menajere, defalcat.

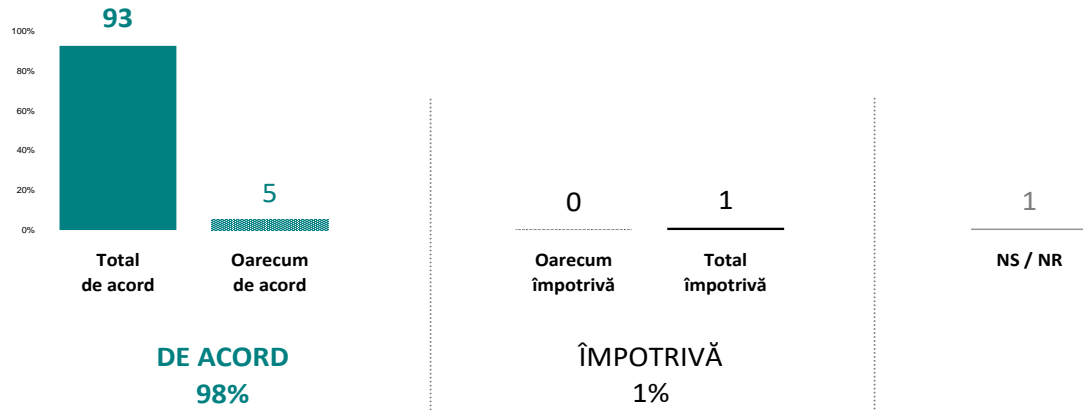
Vom examina diagrama în care răspunsurile „foarte mare” și „destul de mare”, respectiv „foarte mică” și „destul de mică” sunt cumulate, pentru că ele reflectă mai pregnant percepția generală a respondenților.

După cum se observă, diferența netă între ponderea „mare” și ponderea „mică” este negativă pentru toate categoriile de deșeuri, mai puțin pentru cele din metal, unde există o diferență pozitivă de 11 puncte procentuale.

Foarte aproape de deșeurile metalice se află cele din material plastic, asupra cărora percepția reciclării este aproape egală, diferența netă fiind de - 2 pp. Urmează, în ordinea creșterii diferenței nete negative, cartonul, hârtia și sticla, cu valori cuprinse între - 5 și - 22 pp.

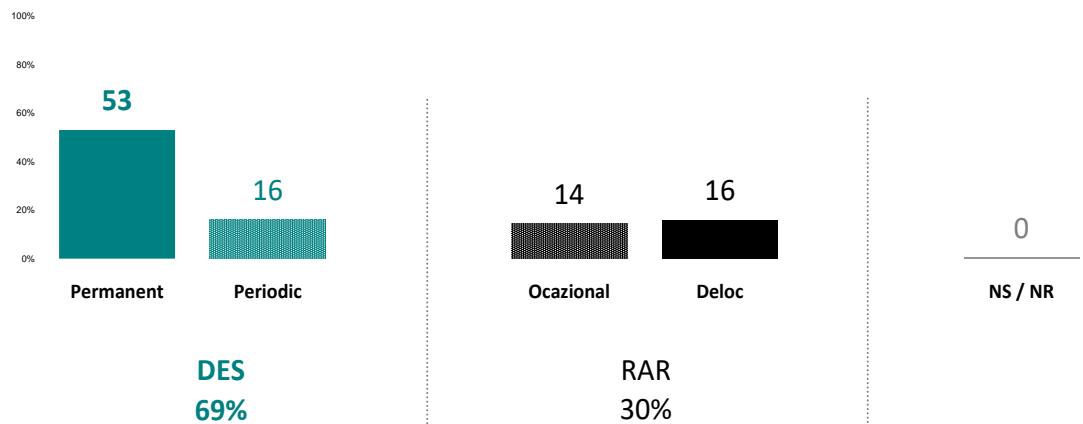
Percepțiile cele mai negative vizează un grup alcătuit din deșeuri alimentare, deșeuri din parcuri și grădini și, mai ales, deșeuri textile. Toate acestea au diferențe nete negative mai mari de - 40 pp. Având în vedere că acestea sunt deșeuri strâns legate de activitatea gospodăriei, unde percepția este mai sensibilă și mai concretă, se poate spune că românii consideră, practic, că aceste deșeuri nu se reciclează.

Q28. În ce măsură sunteți de acord cu colectarea selectivă a deșeurilor?



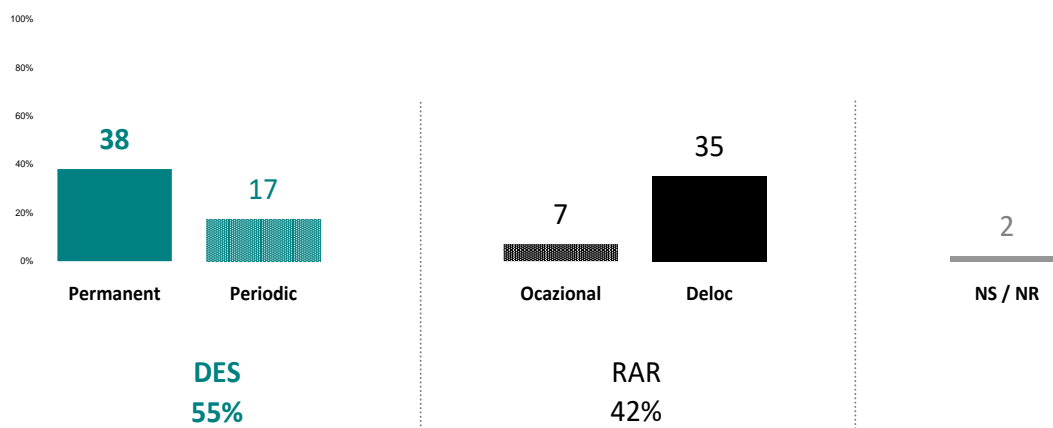
Românii sunt aproape în totalitate de acord (98%) cu colectarea selectivă a deșeurilor.

Q29. Dvs. personal, colectați separat deșeurile menajere, pe categorii de deșeuri?



Practic, însă, doar 69% dintre respondenți afirmă că colectează separat deșeurile menajere, pe categorii. Și, dintre aceștia, doar 53% o fac permanent. Firește, față de aceste răspunsuri, întrebarea care apare este de ce?

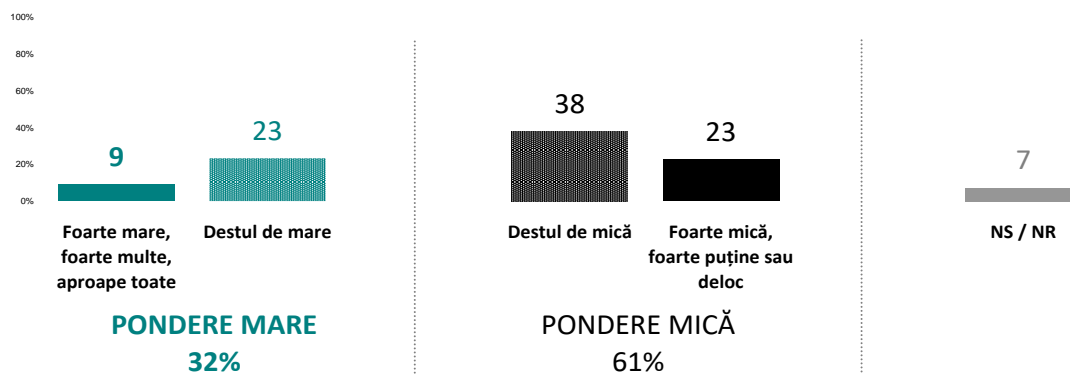
Q30. Dvs. personal, beneficiați de serviciul de ridicare selectivă a deșeurilor?



Răspunsurile la această întrebare oferă, parțial, o explicație la comentariul de la întrebarea anterioară. Doar 55% dintre respondenți afirmă că beneficiază de serviciul de ridicare selectivă a deșeurilor, în mod frecvent. În timp ce 7% consideră că acest serviciu le este oferit ocazional, iar 35% deloc.

După cum se observă, distribuția opiniilor este polarizată, ceea ce înseamnă că aceste opinii sunt ferm conturate.

Q31. În momentul de față în România, ce pondere de deșuri menajere considerați că este colectată separat, pe categorii de deșuri: hârtie, sticlă, metal, plastic etc.?

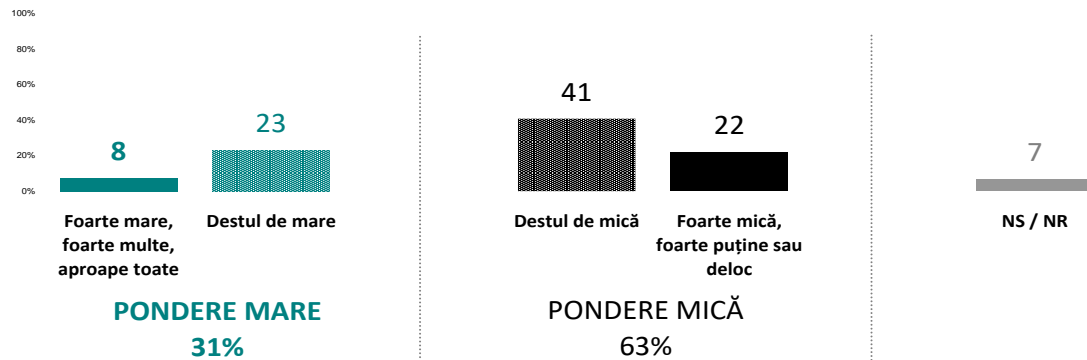


Extrapolarea întrebării anterioare la întreaga Românie evidențiază o percepție negativă. Doar 32% dintre respondenți apreciază că ponderea deșeurilor menajere colectată separat este „mare”, în timp ce 61% consideră că deșeurile menajere sunt colectate separat într-o pondere „mică”.

Se poate spune că, implicit, serviciile de colectare separată a deșeurilor nu sunt disponibile peste tot în țară, cu nuanța că, în marile orașe, aceste servicii sunt relativ ineficiente.

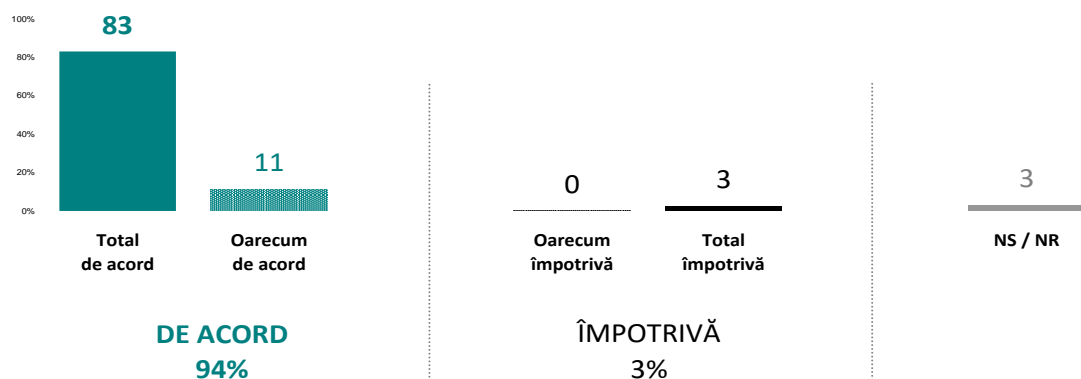
5. Evaluarea percepției cetățenilor asupra ambalajelor ecologice

Q32. Din totalul ambalajelor folosite pentru comercializarea produselor de larg consum, ce pondere considerați că o reprezintă ambalajele ecologice în momentul de față în România?



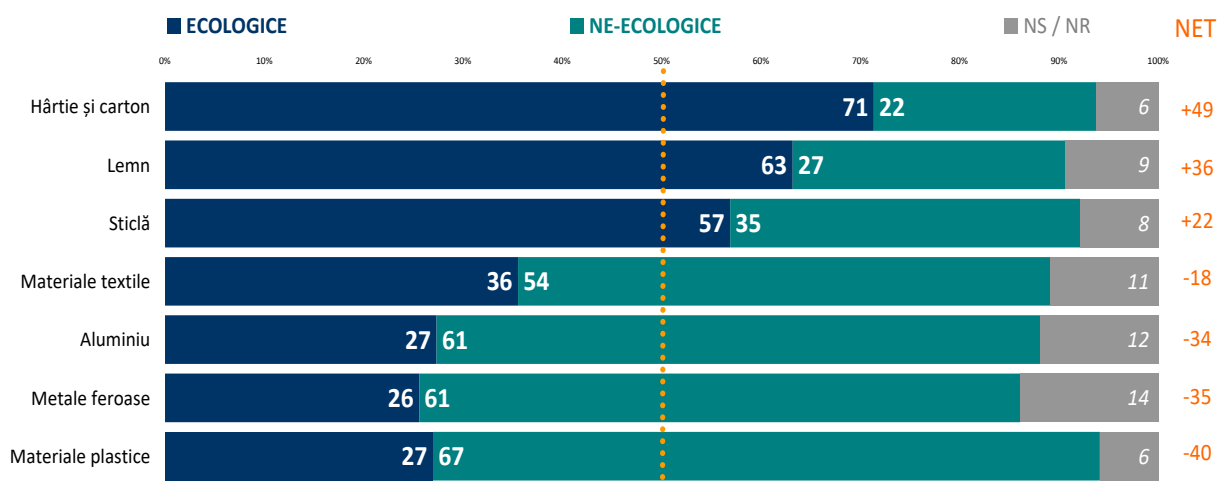
Românii apreciază că ponderea ambalajelor ecologice folosite pentru comercializarea produselor de larg consum, în România, în momentul de față, este încă mică (63%), existând, totuși, 31% răspunsuri potrivit cărora folosirea acestor ambalaje are o pondere mare.

Q33. În ce măsură sunteți de acord cu folosirea ambalajelor ecologice?



Deloc surprinzător, 94% dintre cei chestionați sunt de acord cu folosirea ambalajelor ecologice.

Q34 ... 40. Cât de ecologice considerați că sunt ambalajele realizate din următoarele materiale?



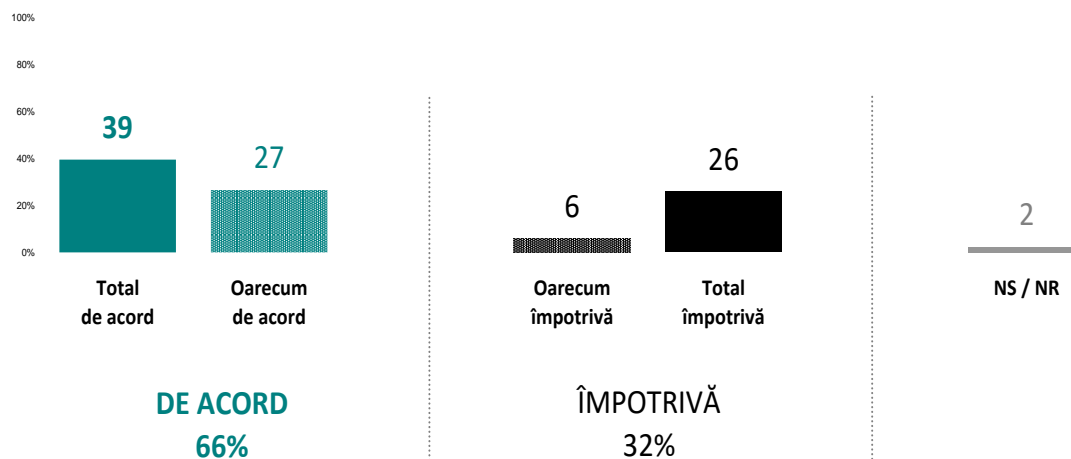
Acest pachet de întrebări sondează aprecierea asupra a cât de ecologice sunt ambalajele realizate din diferite materiale. Asemănător cu pachetul de întrebări **Q20-Q27**, și aici vom analiza tabelul sintetic în care răspunsurile „foarte” și cele „destul de” sunt cumulate.

După cum se observă, respondenții percep ca ecologice, respectiv neecologice, două grupuri net separate de materiale.

Hârtia și cartonul sunt considerate cele mai ecologice materiale pentru ambalare, diferența netă fiind de + 49 pp. Urmează lemnul (+ 36 pp) și sticla (+ 22 pp). Celelalte materiale sunt considerate, net, neecologice: materialele textile (- 18 pp), aluminiul (- 34 pp), metalele feroase (- 35 pp) și, deloc surprinzător, materialele plastice (- 40 pp).

Percepțiile reflectate de această diagramă sunt, în mod evident, modelate de mass-media. Din păcate, pe canalele destinate marelui public se desfășoară mai degrabă campanii de sensibilizare decât de informare. Clasamentul din diagramă corespunde, în linii mari, cu prezentarea în mass-media a ideii *biodegradabilității* materialelor și mai puțin cu ideea *posibilităților de reciclare*. O sugestie pe care ne-o permitem este aceea ca Guvernul să stimuleze prezentarea în mass-media de informații aprofundate atât științific cât și economic.

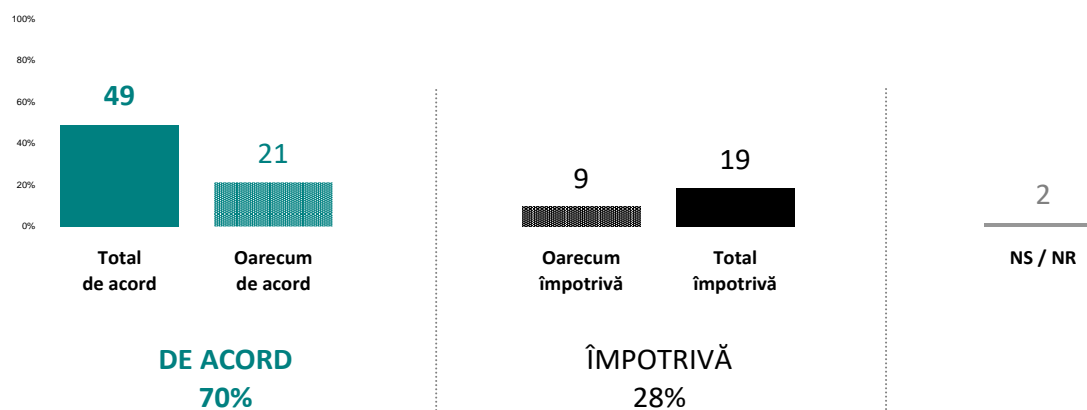
Q41. În ce măsură sunteți de acord cu taxa introdusă pe pungile de plastic când acestea sunt disponibile la magazine pe post de ambalaj?



La această întrebare, care chestionează acordul privind taxa introdusă pe pungile de plastic disponibile la magazine pe post de ambalaje, răspunsurile sunt oarecum surprinzătoare față de relativa conștiință ecologică reflectată de răspunsurile la întrebările anterioare.

Astfel, o treime dintre respondenți este împotriva acestei taxe. După cum se observă, 26% sunt total împotriva, și, la extrema cealaltă, 39% sunt total de acord. Explicația acestor răspunsuri este relativ simplă. Cei total împotriva sunt „anticorporatiștii”, care consideră că ambalajele de plastic oferite „gratuit” aveau oricum costul introdus în adaosul comercial. De cealaltă parte, cei care sunt total de acord, sunt „ecologiștii radicali”, care consideră că măsura este necesară pentru limitarea utilizării ambalajelor de material plastic.

Q42. În ce măsură sunteți de acord cu interzicerea pungilor de plastic în magazine, pe post de ambalaj?



În același sens, se pot interpreta și răspunsurile la întrebarea care sondează acordul împotriva interzicerii totale a pungilor de plastic. Aici, acordul este mai pronunțat, de 70%, iar dezacordul mai slab, de 28%.

6. Concluzii

- Concluzia cea mai importantă care se desprinde din Barometrul RD 19 este aceea că, pe fond, românii sunt conștienți de necesitatea protejării mediului înconjurător, a reducerii risipei de alimente, a reciclării și a colectării separate a deșeurilor.
- În privința risipei alimentare, românii au o percepție și un comportament corecte, în sensul în care se încearcă evitarea aruncării alimentelor. Acest comportament este consecința păstrării unui model conservator-tradițional în familia românească.
- Comportamentul chibzuit de gestionarea a alimentelor este, însă, și consecința veniturilor mici din societatea românească și a prețurilor relativ ridicate ale alimentelor.
- Respondenții se declară, în cvasitotalitate, de acord cu reciclarea produselor, însă sunt de părere că această activitate nu se desfășoară pe scară largă în România.
- O situație asemănătoare se întâlnește și în percepția asupra colectării separate a deșeurilor: respondenții sunt, în covârșitoare măsură, de acord, dar constată că, practic, această colectare se face într-o pondere mică.
- Aceeași situație se observă și în privința folosirii materialelor ecologice pentru ambalaje.