

# ÎNȚELEGEREA SUSTENABILITĂȚII ÎN RÂNDUL ROMÂNILOR



**Raport de cercetare**

realizat de Ipsos pentru Fundația Arctic

**2022**

# 1. BRIEF ȘI METODOLOGIE

Arctic își propune să descopere și să exploreze semnificația sustenabilității în cultura românească actuală: evaluarea cunoștințelor legate de sustenabilitate și clasificarea comportamentelor sustenabile.

## ETAPA I

### Cercetare calitativă

Respondenții participă la sarcini preliminare de explorare online de două zile. 

## ETAPA II

### Cercetare cantitativă

Interviuri online cu un eșantion reprezentativ din populația generală, care are cunoștințe sau interes pentru sustenabilitate.

726 de respondenți 

20-55 de ani, bărbați și femei într-o pondere egală, din mediul urban din România, persoane cu studii medii și superioare, cel puțin venit mediu. 

## ETAPA II

### Cercetare calitativă-FG

5 focus grupuri online cu persoane care au cunoștințe și interes mediu față de problemele de sustenabilitate.

Bărbați și femei din categoriile de vârstă 20-55 de ani, din București și Cluj. 

## 2. CONTEXTUL ACTUAL

Într-o lume care s-a schimbat adesea în ultimii ani,  
**SUSTENABILITATEA NU MAI REPREZINTĂ  
O VIRTUTE, CI UN FAPT.**

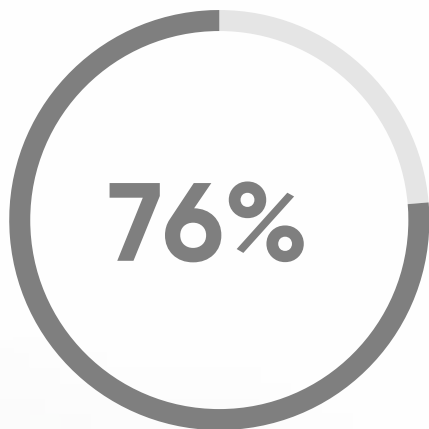
Brandurile, alături de instituții și autorități, sunt invitate să ia atitudine în interesul mediului, în timp ce restul populației ar putea fi îndemnată să le urmeze exemplul.



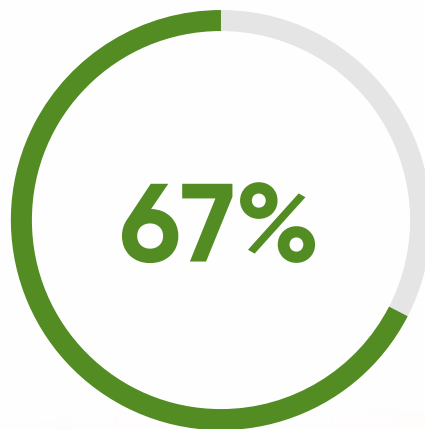
## IMPACTUL ASUPRA BRANDURILOR

Oamenii sunt interesați de **branduri care** nu numai că **VORBESC** în numele binelui, ci **ACȚIONEAZĂ**, poziționând empatia în centrul activității lor.

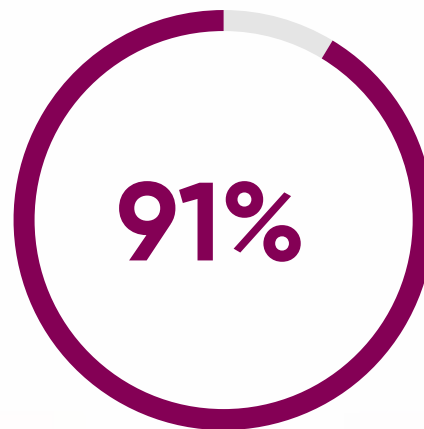
*Care dintre următorii ar trebui să fie responsabili de sustenabilitate din punctul dumneavoastră de vedere?*



**POPULAȚIA**



**GUVERNUL**



**COMPANIILE**

Sursa: Studiul Ipsos pentru Arctic – Înțelegerea sustenabilității 2022

Românii consideră că organizațiile ar trebui să ia atitudine proactiv pentru o planetă sustenabilă, fără a exclude implicarea populației și a guvernului.

**Sustenabilitatea este un curent pe care toată lumea încearcă să îl adopte sau să îl includă în viața de zi cu zi, fie că este vorba de persoane fizice, autorități sau companii.**

# 3. PERCEPȚIA DESPRE SUSTENABILITATE ÎN ROMÂNIA

Percepțiile privind sustenabilitatea evoluează, iar schimbările recente în societatea noastră (inclusiv pandemia) au funcționat precum un catalizator, **făcându-i pe români mai conștienți, responsabili și dispuși să acționeze**

SUSTAINABILITY

## ANALIZA RDE

### REZIDUAL

Sustenabilitatea este un concept difuz, mai puțin înțeles.

### DOMINANT

Sustenabilitatea este (în general) sinonimă cu responsabilitatea legată de mediu



Suntem aici!

### EMERGENT

Sustenabilitatea poate reprezenta utilizarea responsabilă a TUTUROR resurselor

# 60%

dintre români asociază  
sustenabilitatea cu grija  
pentru generațiile viitoare



# 58%

dintre români asociază  
sustenabilitatea cu  
responsabilitatea privind  
utilizarea limitată a resurselor.

**În ce măsură sunteți de acord  
cu fiecare dintre următoarele afirmații?**

Sustenabilitatea înseamnă grija  
pentru generațiile viitoare

60

Sustenabilitatea înseamnă utilizarea  
responsabilă a resurselor limitate

58

Sustenabilitatea înseamnă grija  
pentru mediul înconjurător

53

Sustenabilitatea înseamnă metode de producție  
pentru reducerea poluării și a materialelor prime

49

Sustenabilitatea este un proces de menținere a schimbării într-un  
context în care exploatarea resurselor și direcția de investiție sunt  
în armonie cu mediul, dezvoltând potențialul curent și viitor

47

Sustenabilitatea înseamnă reciclare

45

Sustenabilitatea este un subiect relevant pentru mine

35

Este clar pentru mine ce înseamnă  
reducerea amprente de carbon

34

Includ principiile  
sustenabilității în orice fac

24

Eșantion: 726 respondenți



# Principalele arii în care românii consideră că amprenta de carbon poate fi redusă

CO<sub>2</sub>

*Din punctul dumneavoastră de vedere, care dintre următoarele sunt acțiuni care ajută la reducerea amprentei de carbon?*

detalii despre  
amprenta de carbon

**85%**

**Energie**



Alegerea unui produs care economisește energie, etichetat ca eficient energetic

**80%**

**Alimentație**



Alegeri alimentare: proveniență, reducerea risipei, etc.

**65%**

**Călătorii**



Schimbarea comportamentului în ceea ce privește mijlocul de transport

**55%**

**Haine**



Alegeri articole vestimentare: proveniența, utilizarea pentru o perioadă mai îndelungată, etc.

câteva  
exemple

Eșantion: 726 respondenți

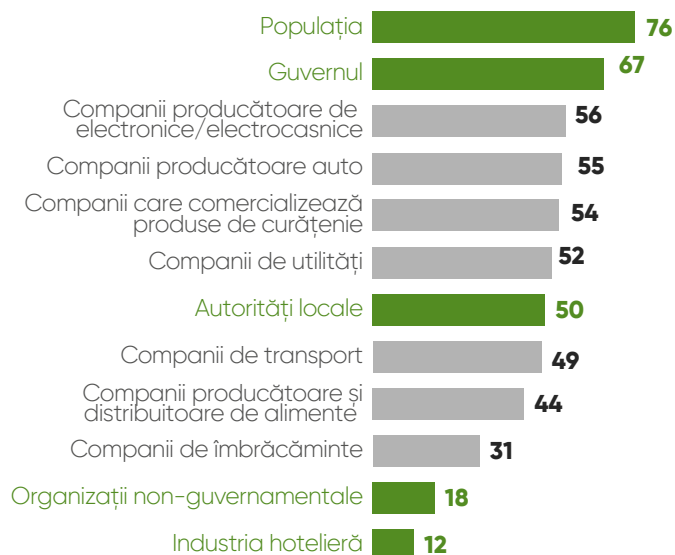
Populația, guvernul și companiile sunt jucătorii care au un impact în domeniul sustenabilității.



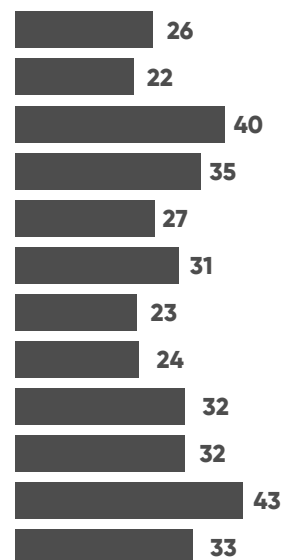
4 din 5  
persoane

consideră că populația ar trebui să fie responsabilă pentru adoptarea practicilor legate de sustenabilitate

### Cine ar trebui implicat?



### Cât de implicați sunt? %T2B



Eșantion: 726 respondenți

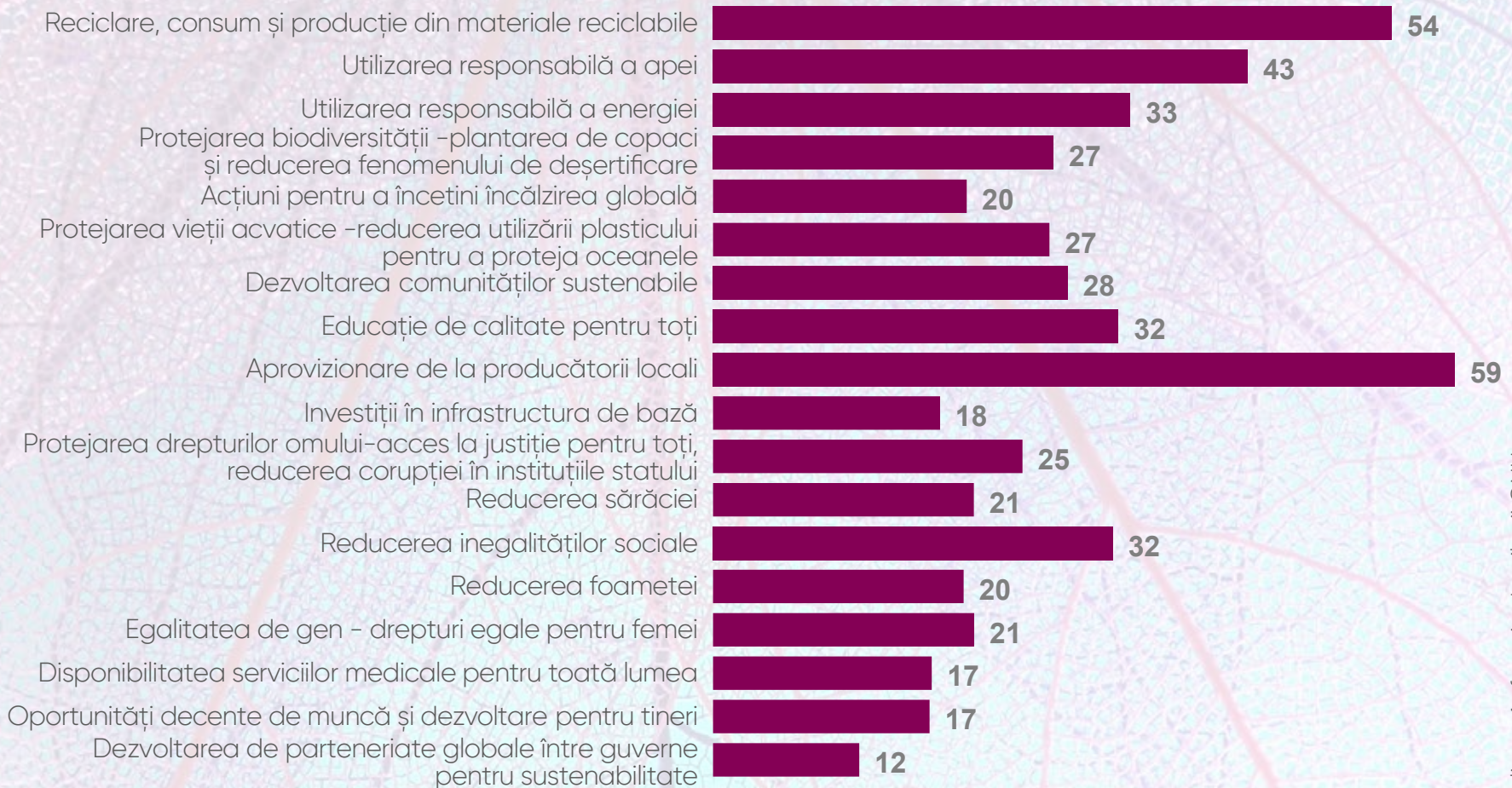
## PERCEPȚIA DESPRE SUSTENABILITATE ÎN ROMÂNIA

**35%** dintre consumatori **consideră** că **sustenabilitatea** este **relevantă** pentru ei, iar **24%** **deja adoptă** un **comportament sustenabil** în viața de zi cu zi.





## Cât de mult sunteți implicat în fiecare dintre aceste direcții de sustenabilitate?\*

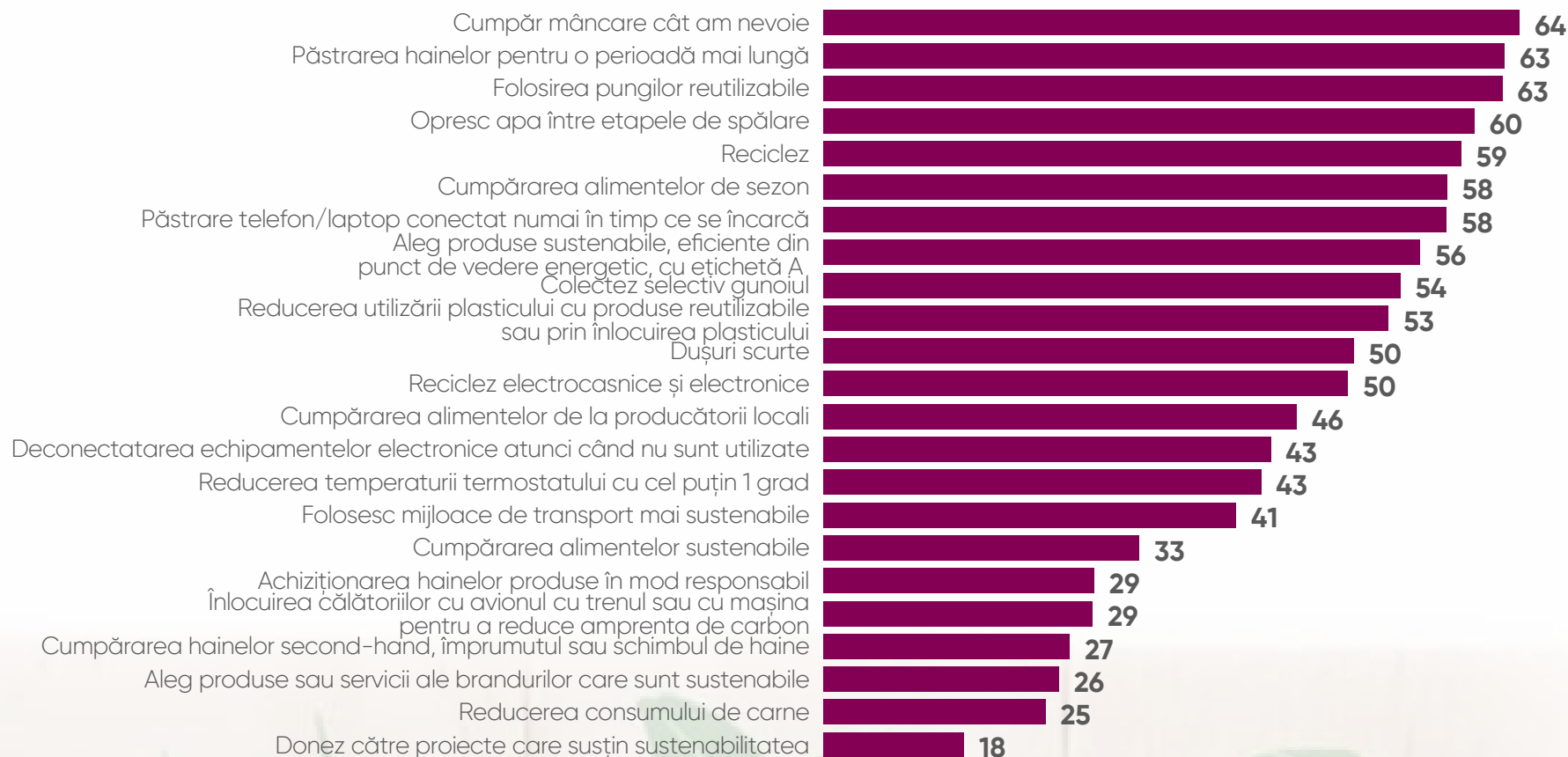


Eșantion: 726 respondenți

\*Cei care sunt implicați foarte mult, din rândul celor care cunosc fiecare dintre direcțiile în sustenabilitate.

**Cel puțin jumătate din populație este implicată puternic în două acțiuni sustenabile: aprovizionarea de la producătorii locali și reciclarea. Reducerea consumului de apă sau utilizarea responsabilă a energiei sunt, de asemenea, subiecte cu un nivel mediu de implicare.**

## Pe care dintre următoarele acțiuni le practicați pentru un comportament sustenabil?



Eșantion: 726 respondenți

**Raportat la activitatea lor zilnică, românii au tendința să aibă un comportament sustenabil. Comportamentele obișnuite sunt legate de cumpărarea alimentelor, utilizarea hainelor pe o perioadă mai lungă sau folosirea pungilor reutilizabile.**



## EDUCAȚIA ÎN SUSTENABILITATE AR PUTEA FI URMĂTORUL PAS

4 din 5 români sunt dispuși să facă mai multe activități pentru sustenabilitate, dacă ar avea mai multe cunoștințe în acest sens.

Principala barieră este lipsa accesului facil la informație, dar și lipsa resurselor personale – fie timp, fie bani. Sustenabilitatea urmează să devină un alt factor important în decizia de cumpărare.

# 5. CE ANUME ÎI MOTIVEAZĂ PE ROMÂNII SĂ SE IMPLICE ÎN SUSTENABILITATE

## **Un viitor mai bun pentru următoarele generații:**

Apariția unui copil în familie a avut un rol decisiv pentru o parte din români. Au început să întreprindă acțiuni sustenabile, simțind astfel o responsabilitate mai mare cu privire la viitor și propriul impact asupra bunăstării generațiilor care urmează.

Pentru tineri este importantă calitatea vieții lor, dorind să beneficieze în continuare de resursele naturale actuale.

**O calitate mai bună a vieții** care poate fi atinsă prin reducerea poluării, un mediu mai curat, orașe mai curate, etc.

**Efectele negative ca urmare a unui stil de viață nesustenabil, printre care:** schimbări climatice, defrișarea pădurilor, ape contaminate, mâncare nesănătoasă, etc.

## **Dorința de a contribui în comunitate:**

Intenția de a lăsa ceva bun în urmă sau de a da un exemplu celorlalți de a acționa responsabil, în conformitate cu propriile valori și principii.

# 4. NIVELUL DE CONȘTIENTIZARE ȘI IMPORTANȚA ACORDATĂ SUSTENABILITĂȚII

Sustenabilitatea devine din ce în ce mai relevantă pentru români, **dar există încă domenii care pot fi explorate, necesitând mai multă atenție în viitor.**

FUTURE  
↑ / ↑  
SUSTAINABLE

Concluzii relevate din cercetarea calitativă

## Direcții prezente

- Reciclarea
- Reducerea consumului de plastic
- Colectarea selectivă a deșeurilor
- Protejarea biodiversității  
-plantarea de copaci și reducerea fenomenului de deșertificare

## Direcții pentru viitorul apropiat

- Utilizarea responsabilă a energiei/appei.
- Protejarea biodiversității  
– ecosisteme terestre și acvatice
- Acțiuni pentru încetinirea încălzirii globale (emisii de gaze/CO2)
- Energia verde

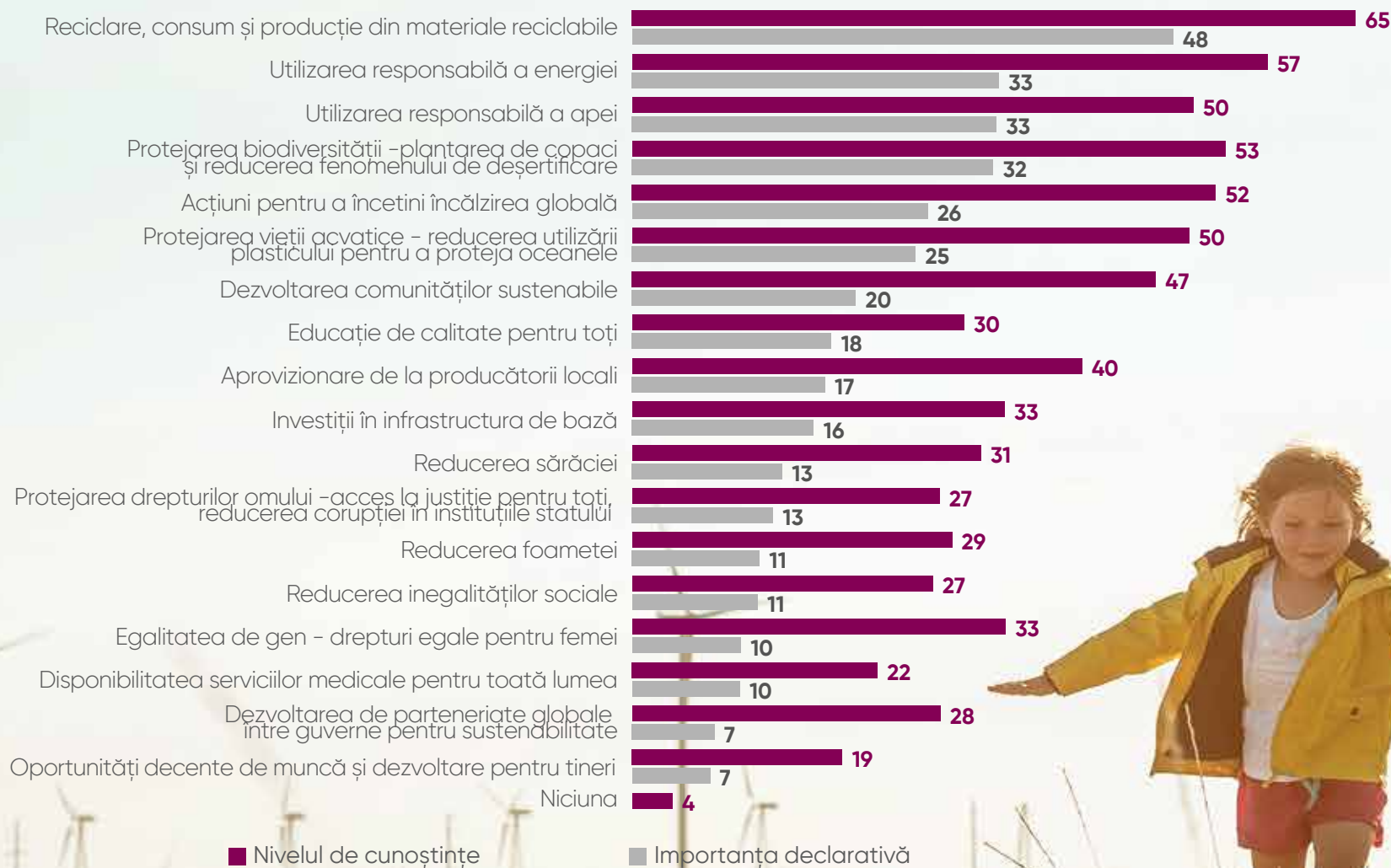
## Direcții pe termen lung

- Combaterea sărăciei
- Egalitate în ceea ce privește dezvoltarea oamenilor
- Egalitate în ceea ce privește accesul la resurse (financiare, educaționale, medicale)
- Comunități sustenabile

# 96%

## dintre români cunosc cel puțin unul dintre pilonii ONU pentru dezvoltarea unei vieți sustenabile.

**La nivel mondial, au fost stabilite mai multe direcții pentru dezvoltarea unei vieți sustenabile. Care dintre aceste direcții vă sunt familiare? Și care sunt cele mai importante pentru dumneavoastră?**



Eșantion: 726 respondenți

Nivelul de cunoaștere în ceea ce privește pilonii ONU și importanța declarativă

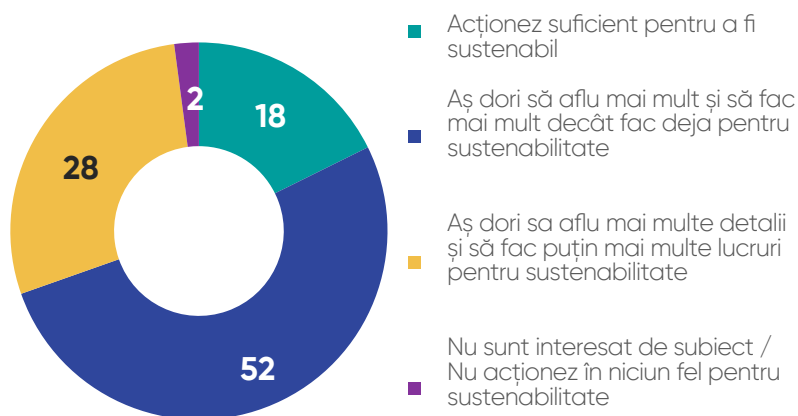
**Reciclarea, utilizarea responsabilă a energiei și protejarea biodiversității se numără printre cele mai cunoscute direcții de sustenabilitate în rândul românilor.**

# 6. PUNCTUL CHEIE - NECESITATEA CUNOȘTINTELOR DESPRE SUSTENABILITATE

Care dintre următoarele afirmații descrie cel mai bine comportamentul tău în ceea ce privește sustenabilitatea?

În general, care este motivul pentru care nu faci mai multe pentru a fi sustenabil?

## Opinii despre comportamentul sustenabil



Eșantion: 726 respondenți

## Bariere comportament sustenabil



**52%**

dintre români și-ar dori să afle mai multe informații pentru a adopta un comportament mai sustenabil

## 7. CUM PRIVESC ROMÂNII IMPLICAREA BRANDURILOR ÎN SUSTENABILITATE?

80%

dintre români consideră că puterea unui scop mai înalt este importantă acum, mai mult ca niciodată. Companiilor li se cere să devină responsabile, îmbrățișând schimbarea și concentrându-se și mai mult pe scop.

Oamenii au devenit mai selectivi, analitici, căutând mărci transparente și responsabile în acțiunile lor față de societate și față de planetă, nu doar față de produsul sau serviciul oferit de companie.



# FUNDAȚIA ARCTIC SPRE O ROMÂNIE SUSTENABILĂ

Perpectiva asupra conceptelor testate:  
Programele de educație s-au dovedit a  
avea cel mai mare potențial, insuflând  
ideea unui parteneriat pe termen lung  
și angajament pentru sustenabilitate  
între companii și populație.



## IMPACTUL DIGITALIZĂRII

### Platformă de sustenabilitate

Un mod practic de a oferi informații  
și îndrumări, privit ca un bonus  
suplimentar, pentru a sprijini  
alte campanii.

## IMPACT ASUPRA POPULAȚIEI ADULTE

### Implicarea în comunitate

Funcționează ca element complementar  
educației, dar este nevoie de eforturi  
considerabile pentru a produce  
schimbare.

### Educație prin intermediul parteneriatelor

Relevant și de interes; este nevoie să vină  
cu un diferențiator pentru a evidenția  
rolul organizației, în comparație cu ceilalți  
jucători implicați.

## IMPACT ASUPRA NOILOR GENERAȚII

### Educația în școli

Potențial bun în educarea copiilor,  
ajungând astfel și la adulți.  
Implicarea în modelarea sistemului  
educațional, făcându-l mai  
relevant și pragmatic.



# DE LA "EU" LA "NOI", DE LA PREZENT CĂTRE VIITOR

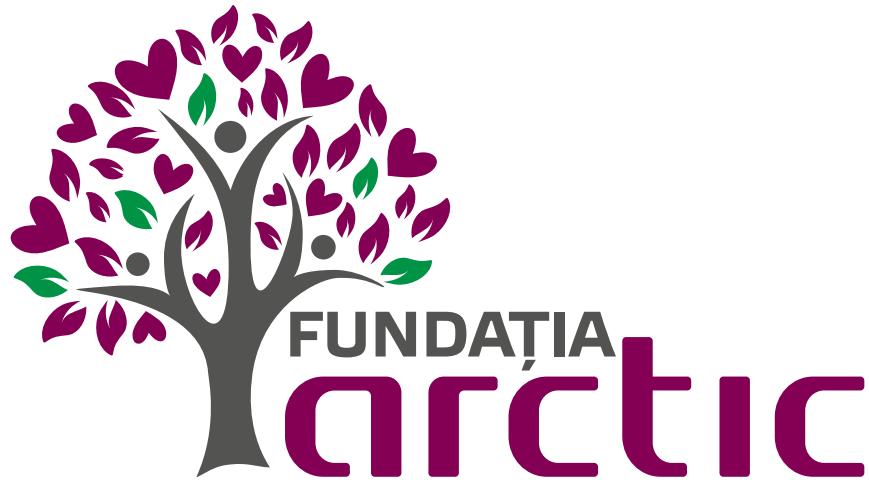
De ce anume au nevoie românii atunci când vine vorba despre sustenabilitate?

Pe măsură ce oamenii încep să devină mai informați și curioși, încep să reflecte asupra propriului impact asupra mediului și asupra celor din jurul lor.

Își doresc să fie ghidați și îndrumați – educați să acorde atenție sustenabilității și să adopte comportamente relevante.

Au nevoie să fie sprijiniți și valorizați – astfel încât să rămână consecvenți și determinați în acțiunile lor.

**MULȚUMIM!**



[www.fundatia-arctic.ro](http://www.fundatia-arctic.ro)