

Green Thinking

Data: Februarie 2008

Pregatit pentru:

GREEN REPORT
Azerti, legistice si educatie pentru un modu curat



Capitol	Slide #
Context & Obiective	
Metodologie	
Key Findings	
PARTEA I – Atitudini fata de mediu	
Fenomene cu impact asupra mediului inconjurator	9-10
Activitati de protejare a mediului inconjurator	11-12
Utilitati economisite si motive avute in vedere pentru economisire	13
Produse “verzi” si disponibilitatea de a plati in plus pentru acestea	14
Disponibilitate generica de a plati mai mult pentru produse nepoluante	15-16
PARTEA a II a – Profilul demografic	18-22

CONTEXT

ü Acest studiu public este realizat la initiativa Green Report, o companie care detine o revista si un portal dedicate stirilor de mediu.

OBIECTIVE

ü Identificarea perceptiei despre masura in care oamenii pot influenta fenomene cu impact negativ asupra mediului inconjurator.

ü Masurarea procentului de oameni care sunt orientati spre economisirea de apa/caldura

ü Identificarea motivului principal pentru care economisesc (pret mai scazut vs. grija pentru mediu)

Metoda de cercetare

Sondaj

Populatia tinta

Persoane cu varste cuprinse intre 18 si 65 de ani, din mediul urban

Tehnica de culegere a datelor

Interviuri telefonice

Marimea esantionului

1003 respondenti

Perioada de culegere a datelor

9 – 17 februarie 2008

Marja de eroare

+/- 3 %

- Dintre fenomenele cu efect negativ asupra mediului, cele mai îngrijorătoare pentru romani sunt cele cu impact direct și sesizabil - *poluarea din atmosfera și defrisarea pădurilor*. La polul opus ca importanță se situează fenomenele care au un impact indirect și nu reprezintă un pericol pe termen scurt (epuizarea resurselor de combustibil fosil, subțierea stratului de ozon).
- Majoritatea oamenilor simt că pot influența poluarea din atmosferă. În schimb, ei percep terorismul, seceta/inundațiile, alimentele modificate genetic, poluarea industrială și defrisarea pădurilor ca situându-se într-o zonă dincolo de controlul lor.
- Din categoria fenomenelor care nu sunt percepute ca extrem de daunătoare pentru mediu, însă există percepția că pot fi controlate într-o anumită măsură, se regăsesc *blocajele din trafic*. Așa cum era de așteptat, locuitorii din București se numără printre cei mai îngrijorați de acest ultim aspect. De altfel, pentru evitarea lui, *sunt mai inclinați decât media spre utilizarea mijloacelor de transport în comun în detrimentul mașinii personale*.

- La prima vedere, mediul inconjurator pare a fi un subiect de interes pentru romani, care se arata dispusi sa se implice in activitati care au ca efect protejarea acestuia. Intentia de a se angaja in astfel de activitati inregistreaza valori mari, in medie 8 din 10 respondenti afirmand ca se vor implica in acestea in urmatoarele 12 luni. Cu toate acestea, o parte dintre rezultate trebuie privite cu rezerva, deoarece din perspectiva romanilor efectul pozitiv asupra mediului reprezinta un beneficiu colateral si nu principala motivatie pentru care le-ar realiza.
- Cele mai accesibile activitati de protejare a mediului sunt *intretinerea spatiului verde din fata blocului/ casei si cumpararea de becuri economice*. Acestea se numara printre primele activitati care au fost realizate deja in decursul ultimelor 12 luni si care se intentioneaza a fi desfasurate si in viitor.
- Pe de alta parte, exista o categorie de activitati cu grad crescut de dezirabilitate sociala - cele legate de *reciclare/ reutilizare* (hartie, sticla, ambalaje returnabile) si *plantarea copacilor*. Se observa cum, chiar daca sunt activitatile cel mai putin realizate in ultimele 12 luni, se asociaza totusi cu o intentie ridicata de realizare in viitor. In cazul ambalajelor returnabile, proportia acestor diferente intre viitor si trecut reflecta o oportunitate pentru producatori de a le utiliza. Si reciclarea se bucura de interes, insa – deoarece principalul motiv al receptivitatii actiunilor cu efect pozitiv asupra mediului este de ordin financiar – intentia se va materializa doar in conditii de recompensare a efortului.

- Specificul activitatilor de protejare a mediului este influentat in mare masura de gradul de urbanizare. Astfel, bucurestenii sunt mai inclinati decat media sa utilizeze mijloacele de transport in comun, sa reduca tiparirea hartiei/ sa refoloseasca paginile deja scrise sau sa refoloseasca pungile de plastic. In orasele mici, intretinerea spatiului verde din fata casei si plantarea de arbusti inregistreaza valori semnificativ mai mari decat media.
- In ceea ce priveste varsta sau sexul, nu exista diferente majore privind atitudinile sau comportamentul. Aceasta situatie se explica prin doua aspecte: toate categoriile au fost supuse aceluiasi mesaj media si au constientizat importanta protejarii mediului in egala masura, insa nici o categorie nu si-a asumat ceea ce presupune aceasta.
- Dintre tipurile de utilitati la care se face economie, energia electrica face cel mai frecvent obiectul economisirii, urmata de apa si caldura.
- Principalul motiv pentru care se face economie la utilitati este reducerea costurilor. Pentru pensionari, reducerea costurilor reprezinta intr-o masura mult mai mare motivul pentru care fac economie la utilitati.

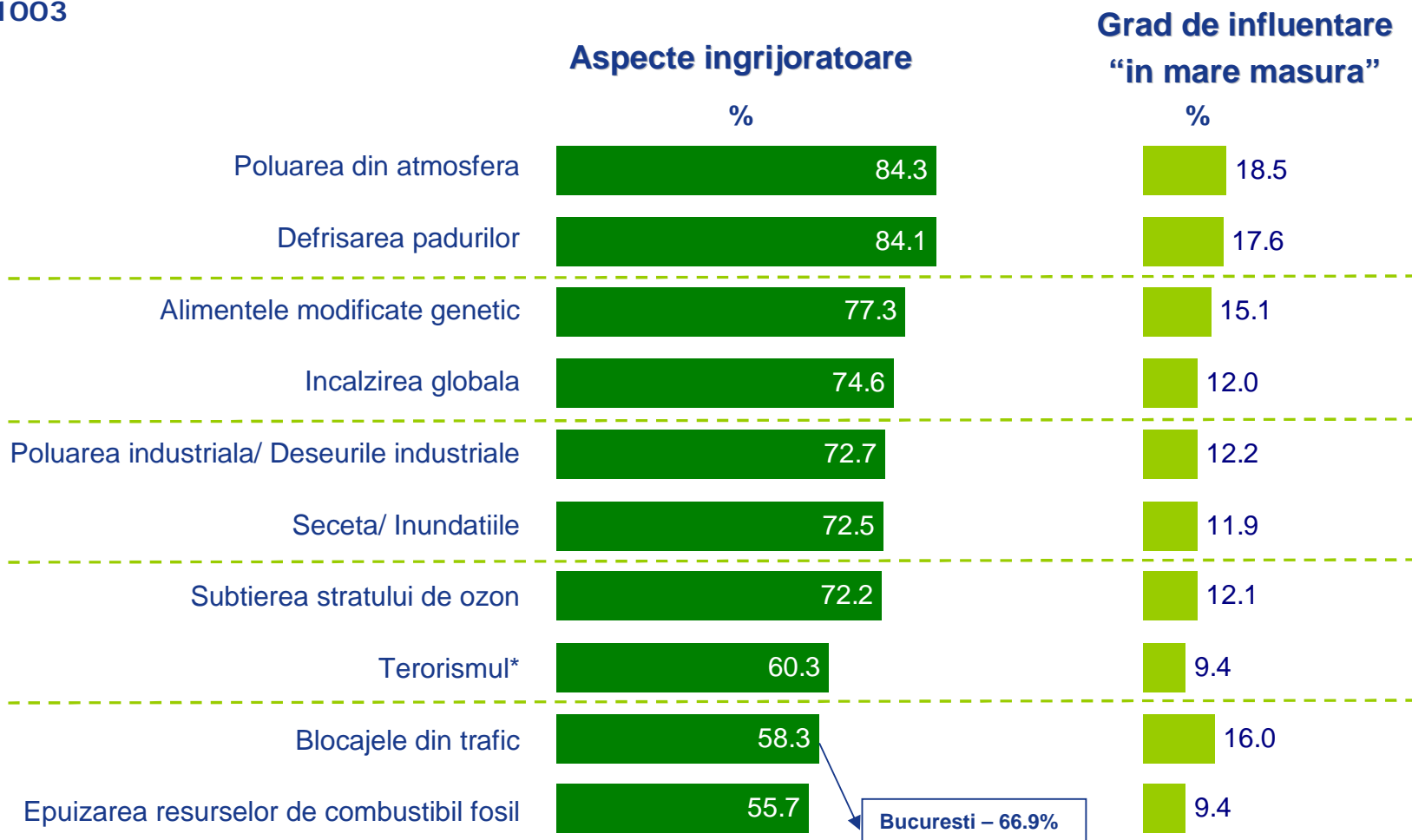
- In ceea ce priveste disponibilitatea de a plati in plus pentru “produse verzi”, alimentele organice primesc cele mai multe mentiuni, probabil pentru ca au si cel mai direct impact asupra sanatatii personale. Tot alimentele organice sunt produsele pentru care oamenii sunt dispusi sa plateasca si cel mai mult in plus, in medie cu 17%, fata de 11% pentru energia regenerabila sau pentru produsele cu componente biodegradabile.
- In comparatie cu valorile inregistrate la nivel international, aproape 9 romani din 10 si-au exprimat disponibilitatea de a plati in plus pentru produse nepoluante. Dupa Romania, conform studiului TGI, cea mai mare disponibilitate s-a inregistrat in Brazilia, India si Mexic. In varful clasamentului se afla, nu intamplator, tarile care nu sunt supuse rigorilor unei discipline ecologice si care, neavand experienta costurilor acestor masuri, au o receptivitate mai ridicata fata de ele.



Atitudini fata de mediu

Fenomene cu impact asupra mediului inconjurator »

N= 1003



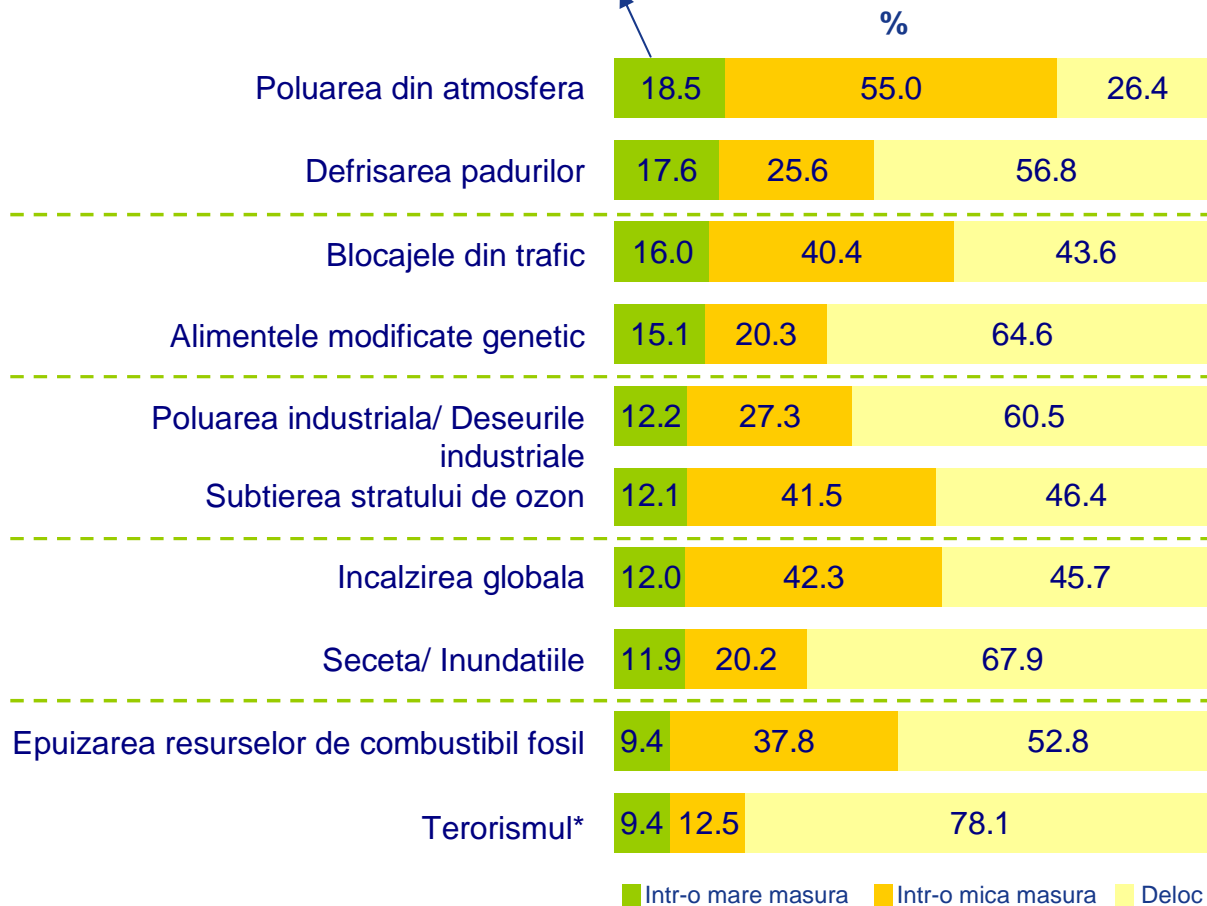
**Utilizata drept etalon*

Q 1. In continuare va voi citi cateva fenomene care au un impact mai mare sau mai mic asupra mediului inconjurator. Care dintre urmatoarele aspecte va ingrijoreaza in mod semnificativ?
Q 2. In ce masura considerati ca puteti influenta dumneavoastra personal fiecare dintre aceste fenomene?

» Fenomene cu impact asupra mediului inconjurator

N= 1003

18-24 ani – 25.2%
Muncitori – 26.8%
Sub 600 RON – 24.8%

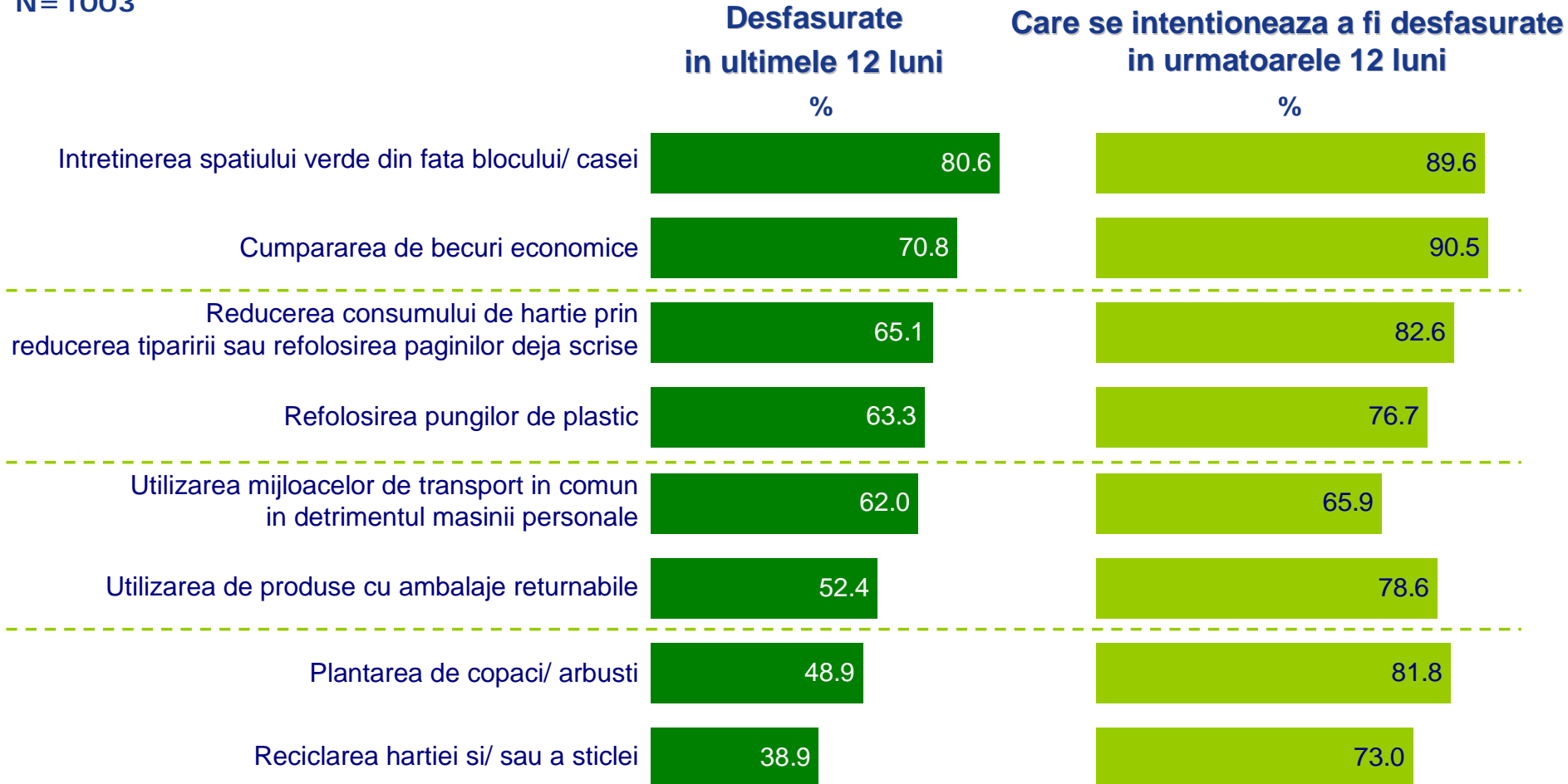


**Utilizata drept etalon*

Q 2. In ce masura considerati ca puteti influenta dumneavoastra personal fiecare dintre aceste fenomene?

Activitati de protejare a mediului inconjurator»

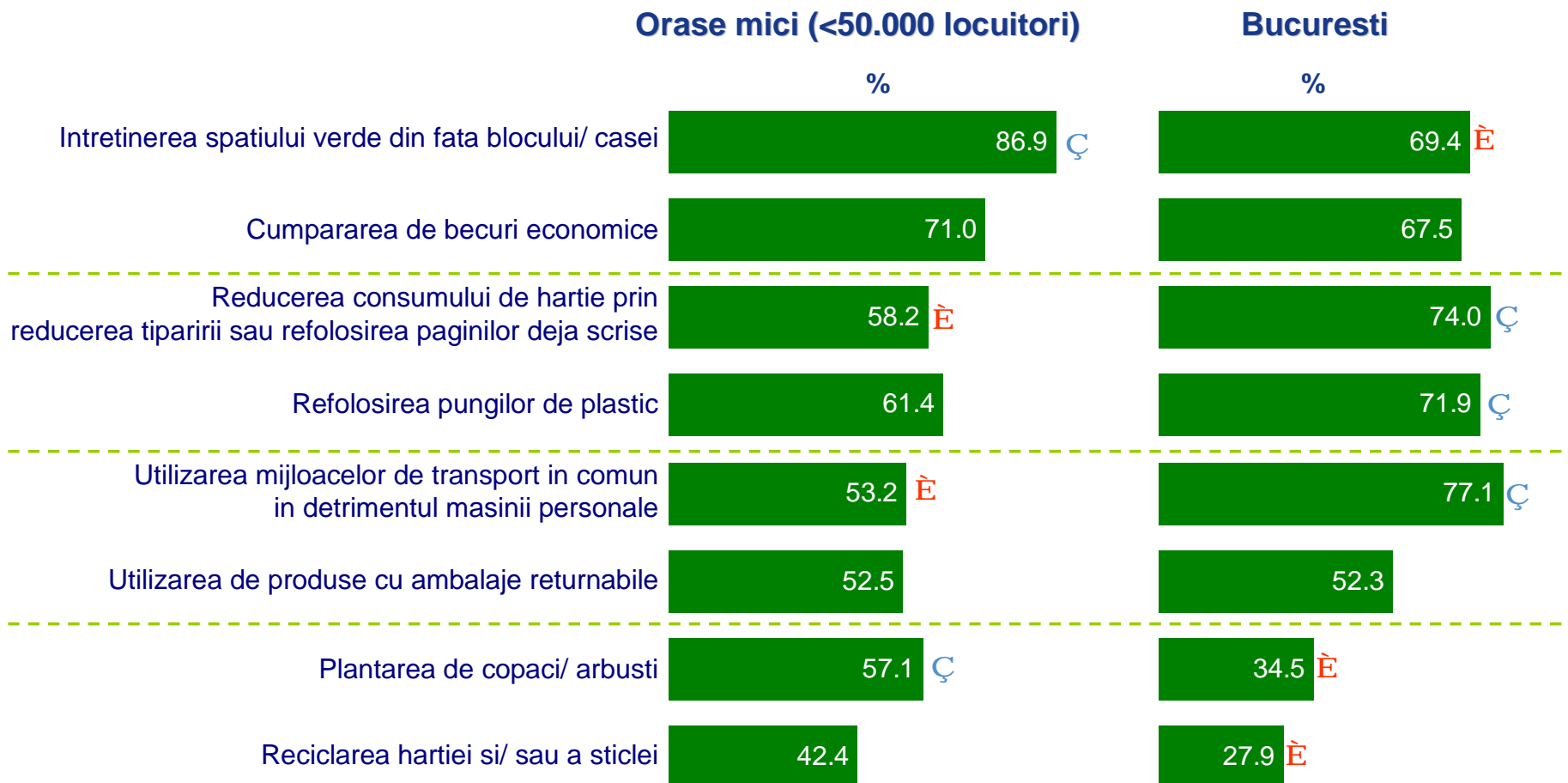
N= 1003



Q 3. Pe care dintre urmatoarele activitati le-ati desfasurat in ultimele 12 luni?

Q 9. Pe care dintre urmatoarele activitati intentionati sa le desfasurati in urmatoarele 12 luni?

» Activitati de protejare a mediului inconjurator desfasurate in ultimele 12 luni



ÈÇ Diferente semnificative fata de Total (nivel de incredere: 95%)

Q 3. Pe care dintre urmatoarele activitati le-ati desfasurat in ultimele 12 luni?

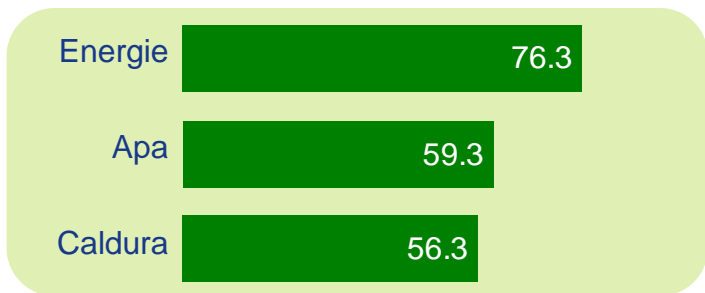
Q 9. Pe care dintre urmatoarele activitati intentionati sa le desfasurati in urmatoarele 12 luni?

Utilitati economisite si motive avute in vedere pentru economisire

Utilitati economisite

N=1003

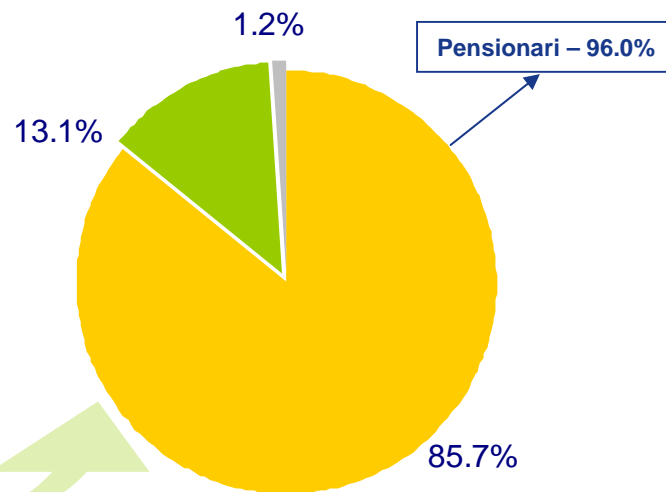
%



Nici una dintre acestea 21.1

Motive pentru economisire

N*=776



- Incerc sa imi reduc costurile cu utilitatile
- Ma gandesc la protejarea mediului inconjurator
- Nu stiu/ Nu raspund

**Respondenti care fac economie la cel putin una din utilitatile indicate*

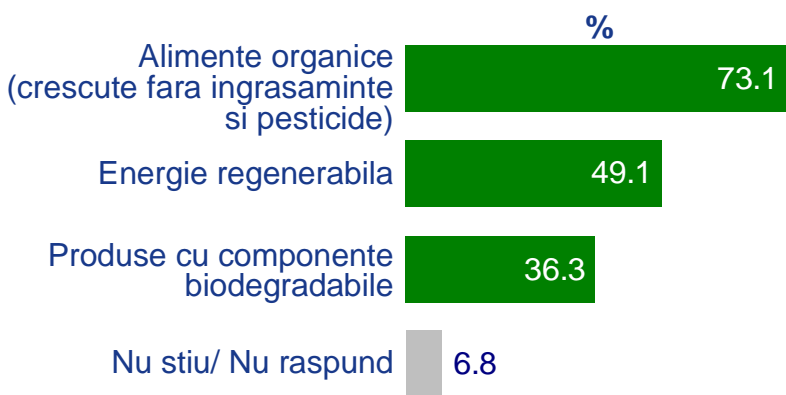
Q 4. La care dintre urmatoarele faceti economie?

Q 5. Care este motivul pentru care incercati sa faceti economie la utilitati?

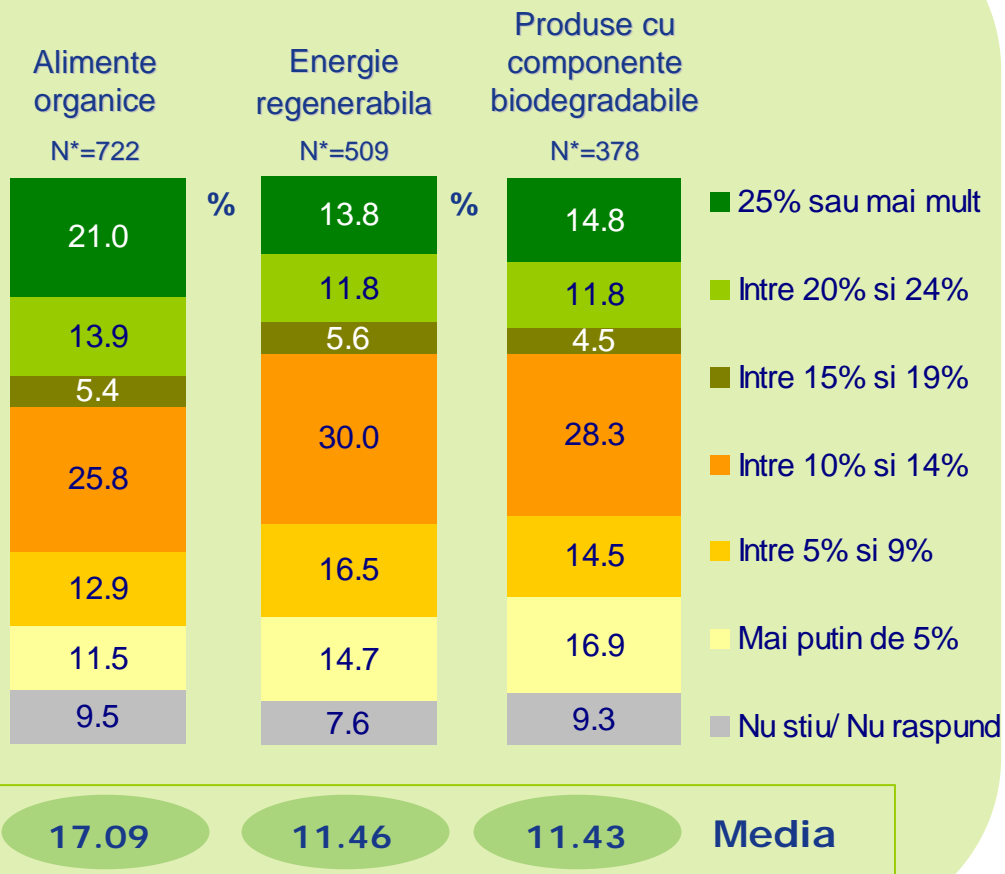
Produse “verzi” si disponibilitatea de a plati in plus pentru acestea

Disponibilitatea de a plati in plus pentru produse “verzi”

N=1003



Procent intentionat a fi platit in plus pentru produse “verzi”



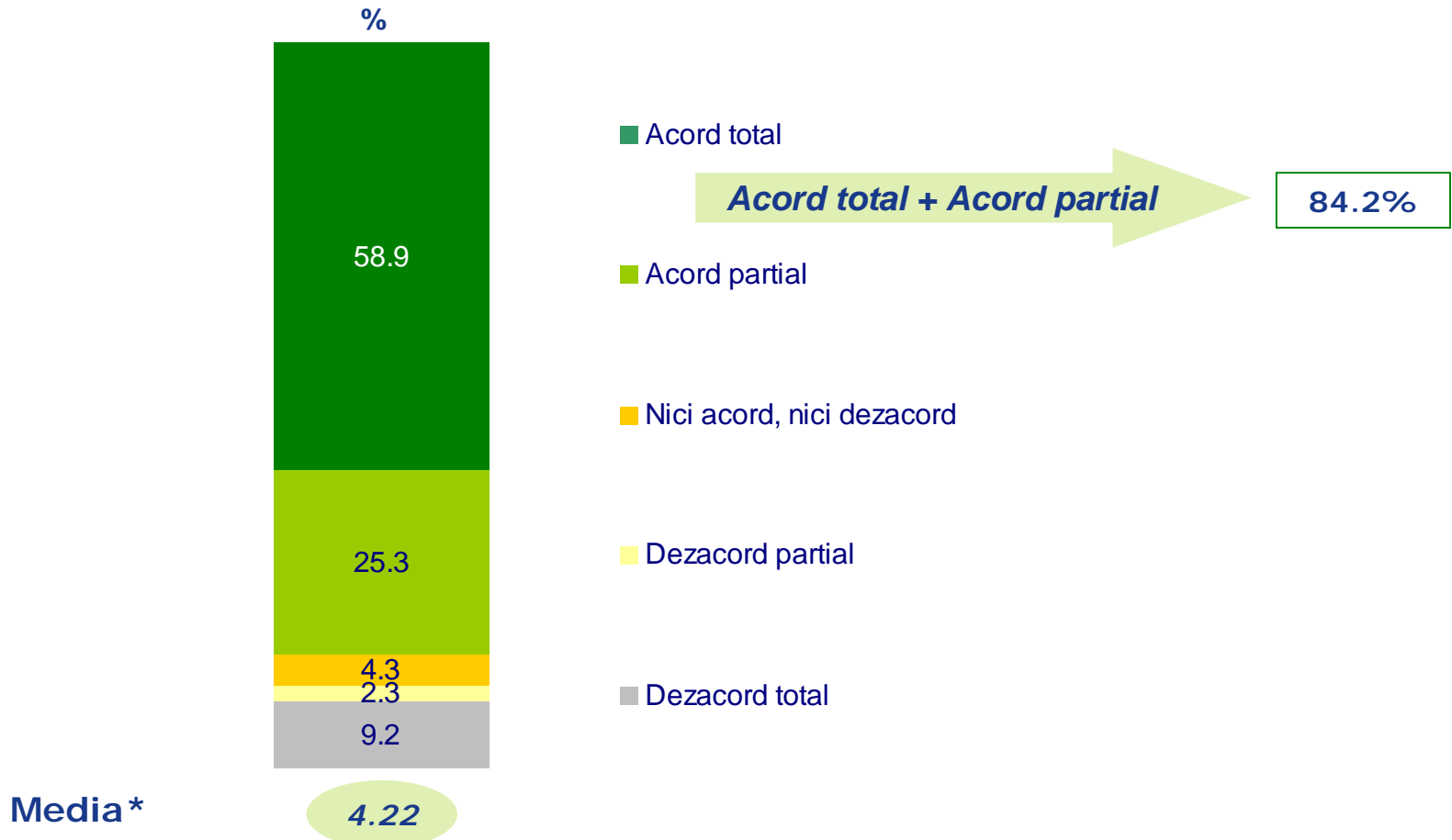
*Respondenti dispusi sa plateasca in plus pentru produsul respectiv

Q 6. Pentru care dintre urmatoarele ati fi dispus/ a sa platiti in plus?

Q 7. Ati spus ca ati fi dispus sa platiti mai mult pentru... Care este procentul pe care ati fi dispus sa il platiti in plus?

Disponibilitate generica de a plati mai mult pentru produse nepoluante »

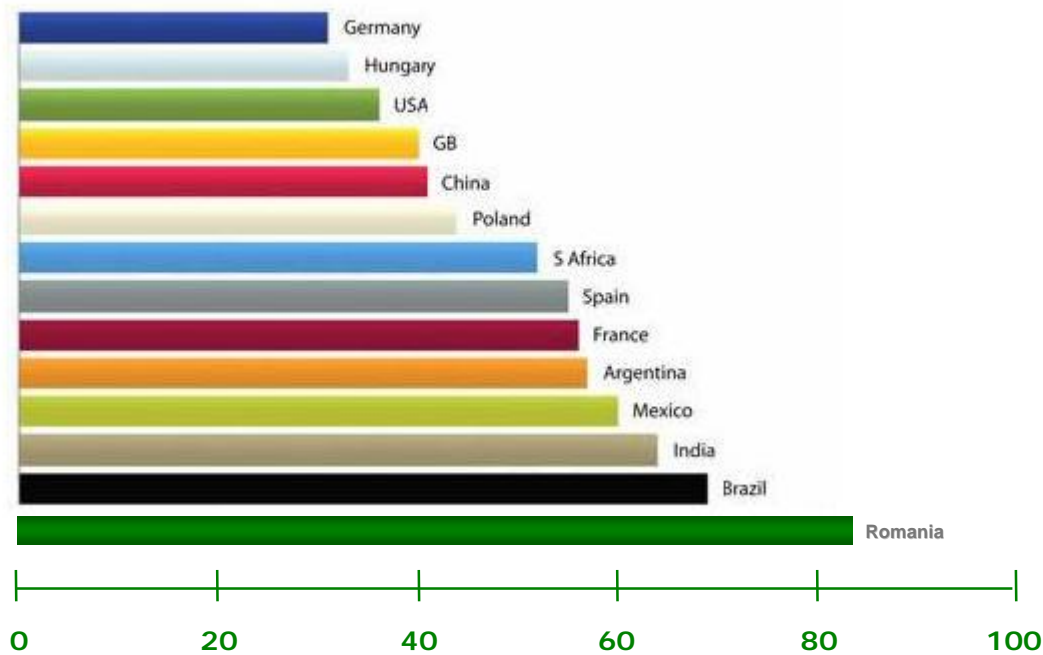
N= 1003



*Scala: 1 - Dezacord total, ... 5 - Acord total

Q 8. Spuneti-mi, va rog, in ce masura sunteti de acord cu urmatoarea afirmatie "Sunt dispus sa platesc mai mult pentru produse nepoluante"?

» Disponibilitate generica de a plati mai mult pentru produse nepoluante



ROMANIA 84.2 %

Sursa: Global TGI

Acord partial + Acord total

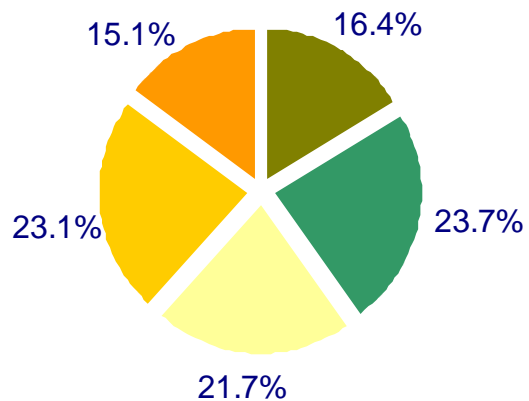
Q 8. Spuneti-mi, va rog, in ce masura sunteti de acord cu urmatoarea afirmatie "Sunt dispus sa platesc mai mult pentru produse nepoluante"?



Profilul demografic

N= 1003

Varsta



- 18 - 24 ani
- 25 - 34 ani
- 35 - 44 ani
- 45 - 54 ani
- 55 - 65 ani

Sex

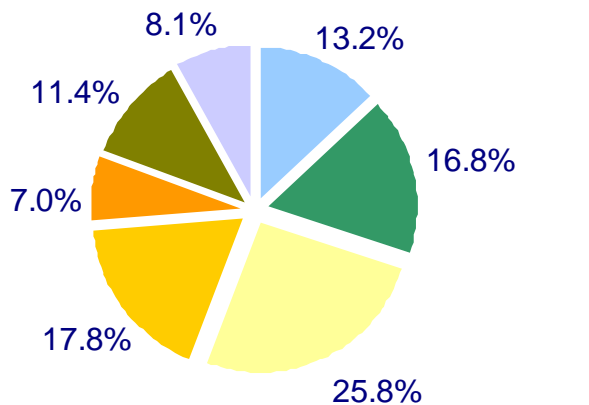


- Feminin
- Masculin

D 2. Care este varsta dvs. in ani impliniti?

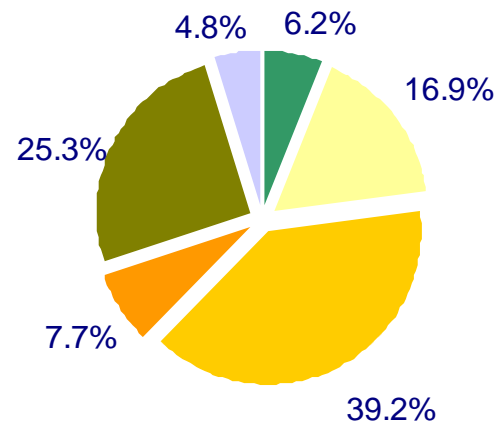
N= 1003

Ocupatie



- Intreprinzator/ Patron/ Manager/ Director
- Profesionist, angajat cu studii superioare
- Angajat cu studii medii
- Muncitor
- Elev/ Student
- Pensionar
- Alte categorii nelucrative

Educatie



- Opt clase sau mai putin
- 10 clase/ Profesionala
- Liceu
- Postliceala
- Colegiu/ Facultate
- Postuniversitara

D 4. Care este ultimul nivel de educatie pe care l-ati absolvit?

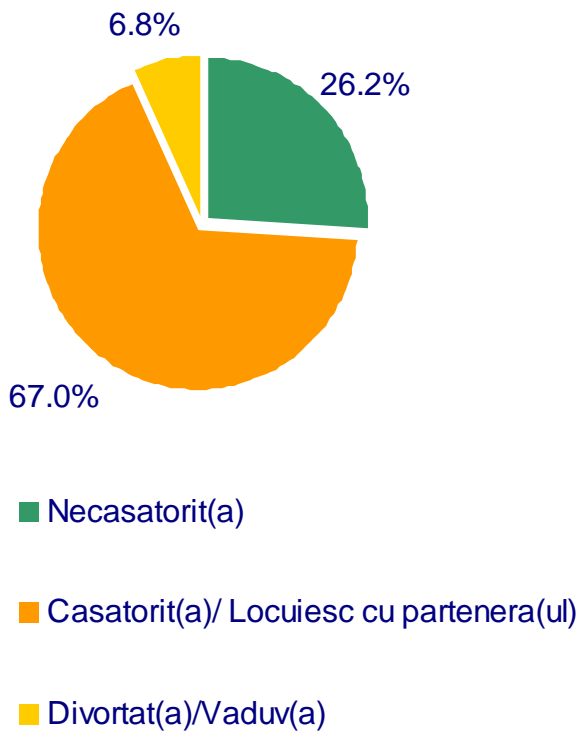
D 6. Care dintre urmatoarele categorii reprezinta cel mai bine forma dvs. actuala de angajare?

D 7. Care din urmatoarele categorii corespunde cel mai bine ocupatiei dumneavoastra actuala?

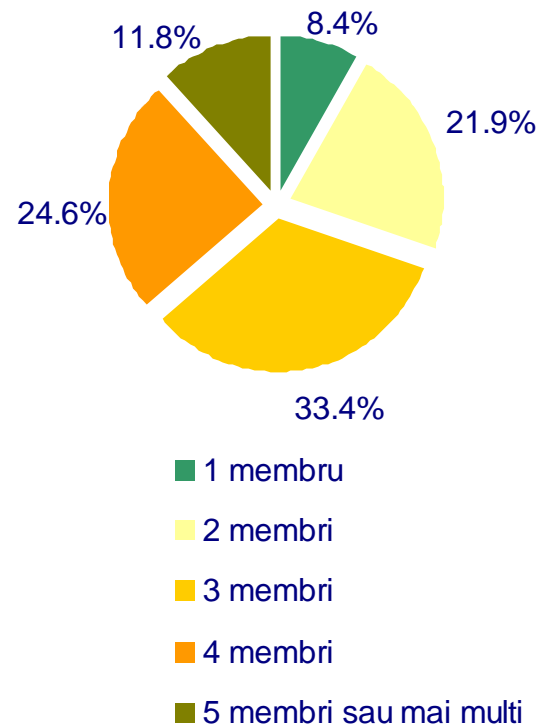
D 8. In care din situatiile urmatoare va incadrati?

N= 1003

Stare civila



Numar de membri in gospodarie

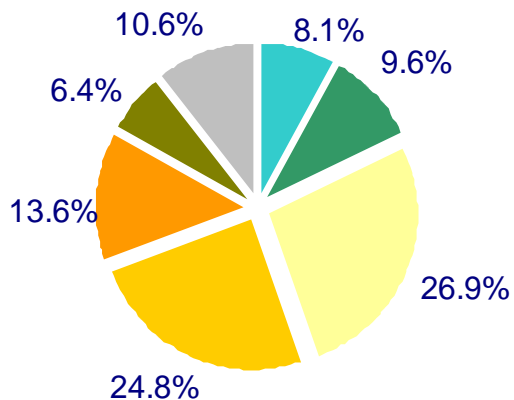


D 5. Care este starea dvs. civila?

D11. Cati membri sunt in gospodaria dvs., incluzandu-va si pe dvs.?

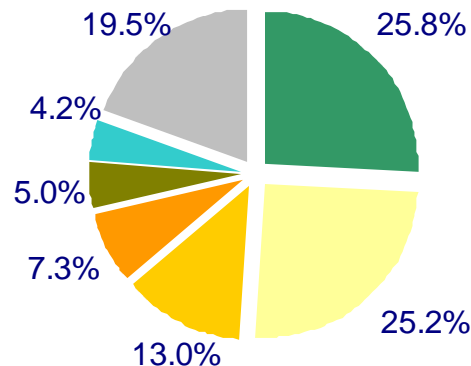
N = 1003

Venit net lunar personal



- Fara venit
- Sub 450 RON
- Intre 450 si 800 RON
- Intre 800 si 1400 RON
- Intre 1400 si 2500 RON
- Mai mult de 2500 RON
- Nu stiu/ Non raspuns

Venit net lunar pe membru de familie



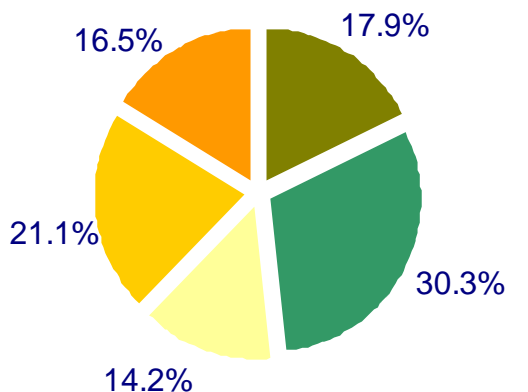
- Mai putin de 450 RON
- Intre 450 si 800 RON
- Intre 800 si 1200 RON
- Intre 1200 si 1600 RON
- Intre 1600 si 2000 RON
- Mai mult de 2000 RON
- Nu stiu/ Non raspuns

D9. In care din urmatoarele categorii se incadreaza venitul net lunar al dumneavoastra? Va rog sa va ganditi la toate sursele de venit cum ar fi salariu/ pensie/ ajutor de somaj, dobanzi, alocatii, profituri din diverse afaceri, dividende etc.

D 10. In care din urmatoarele categorii se incadreaza venitul net lunar pe membru de familie? Va rog sa va ganditi la toate persoanele aducatoare de venit din gospodarie si sa luati in calcul toate sursele acestora de venit cum ar fi salariu/ pensie/ ajutor de somaj, dobanzi, alocatii, profituri din diverse afaceri, dividende etc. Faceti o medie intre totalul veniturilor acestor membri si numarul lor.

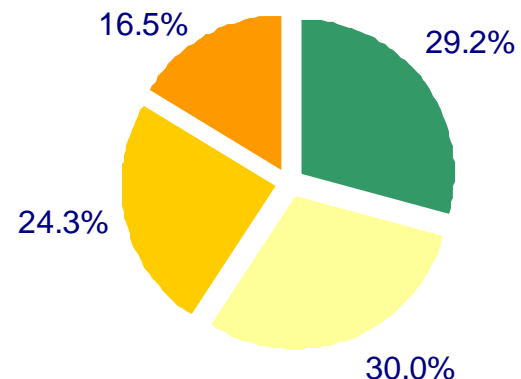
N= 1003

Regiune istorica



- Moldova
- Muntenia, Oltenia, Dobrogea
- Banat, Crisana, Maramures
- Ardeal
- Bucuresti

Grad de urbanizare



- Mai putin de 50,000 loc.
- 50,000 loc.-200,000 loc.
- 200,000 loc. sau mai mult
- Bucuresti