

Românii sunt tot mai preocupati de starea mediului înconjurator (studiu)

Românii sunt tot mai preocupati de starea mediului înconjurator, astfel ca 56% dintre ei au declarat ca își colectează gunoiul menajer selectiv, potrivit unui studiu Reveal Marketing Research despre reciclare și comportamentul românilor, remis, joi, AGERPRES.

"În contextul actual al schimbărilor climatice, acțiunile concrete în vederea combaterii acestora devin tot mai necesare. Așa se explica faptul ca românii se arata dornici sa colecteze gunoiul menajer selectiv (56%). Dintre românii care colectează gunoiul menajer selectiv se evidentiaza într-o pondere mai mare respondentii peste 55 de ani (60%) și tinerii cu vârsta cuprinsa între 25 și 34 de ani (76%) care declara ca selectează deșeurile în cea mai mare masura", se arata în studiul citat.

Studiul mai arata ca femeile (55%), comparativ cu segmentul barbatilor (58%), recicleaza mai putin. Pe de alta parte, 25% dintre respondenti declara ca obisnuiesc sa colecteze selectiv gunoiul menajer, dar nu mereu.

Întrebatii care sunt variantele cu care rezonaza cel mai mult, românii au raspuns ca aleg mai degraba produse din categoria eco în proportie de 17%. Respondentii care se orienteaza catre produse eco sunt în special barbatii, care declara ca au construit o casa în ultimii doi ani sau sunt în proces de construire a unei case (20%).

Pentru 37% dintre cei care sunt în proces de construire a unei case, ideal înseamna sanatos și sustenabil (37%), arata studiul citat. Astfel, pentru 26% dintre respondenti, BCA-ul constituie materialul principal de zidarie din punctul de vedere al sustenabilitatii.

De asemenea, românii declara ca opteaza și pentru produse cu traditie pe piata (16%), produse cunoscute (13%) și produse inovatoare (13%). Produsele cu traditie pe piata sunt alese într-o pondere mai mare de respondentii cu vârsta de peste 55 de ani (20%).

Din totalul esantionului, 49% dintre respondenti afirma ca folosesc în cea mai mare parte a timpului metode de transport ecologice. Se observa un procent usor mai mare în rândul respondentilor care au construit în ultimii doi ani o casa sau care sunt în proces de construire a unei case (54%), dar și în rândul respondentilor cu vârsta cuprinsa între 25 și 34 de ani (53%).

Metoda de colectare pentru proiect este CAWI (computer assisted web interview), datele fiind colectate în perioada 15 - 26 aprilie 2021, pe un esantion reprezentativ national (urban și rural), respectiv 820 interviuri, iar 440 de interviuri au fost cu persoane care au construit o casa în ultimii doi ani sau sunt în proces de constructie a unei case. Marja de eroare este de +/-3%.

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