

Majoritatea consumatorilor globali sustine interzicerea tipurilor de plastic ce nu pot fi reciclate usor (studiu)

Majoritatea cetatenilor la nivel global (în medie 3 din 4 persoane) considera importanta existenta unor reguli globale care sa interzica materialele plastice de unica folosinta care nu sunt necesare, context în care 78% dintre români sustin o astfel de masura, arata rezultatele unui studiu de specialitate realizat de Ipsos, în colaborare cu Plastic Free Foundation si WWF.

Gradul de sustinere fata de elaborarea unui tratat care sa creeze reguli globale împotriva poluarii cu plastic înregistreaza cele mai ridicate cote în America Latina (77%) si Europa (72%), în timp ce America de Nord înregistreaza o pondere de 60%.

Potrivit sursei citate, la nivel de tara, cei mai numerosi sustinatori ai acestei initiative provin din Peru si Indonezia (81%, fiecare), iar la polul opus se afla Japonia (48%), SUA (58%), China sau Arabia Saudita (59%, fiecare).

În România, opt din zece persoane (78%) sprijina ideea unui tratat antipoluare cu plastic, ceea ce ne plaseaza între primele sapte tari dintre cele 34 investigate în studiul Ipsos, la paritate cu Italia sau Spania.

Per total, 77% dintre consumatorii interviuati cred ca este important sa existe reguli globale care sa interzica tipurile de plastic ce nu pot fi reciclate usor. America Latina conduce si la acest capitol (84%), urmata la distanta de Asia-Pacific, Orientul Mijlociu si Africa, respectiv Europa (75%, fiecare). Cel mai ridicat nivel de sustinere fata de aceasta masura se înregistreaza în Columbia (88%), Peru (87%), Argentina si Mexic (85%, fiecare) - prin contrast fata de Japonia (53%), Suedia sau Israel (69%, fiecare). patru din cinci români (79%) considera importanta existenta unor reguli globale care sa interzica tipurile de plastic ce nu pot fi reciclate usor - o pondere similara fiind înregistrata în Spania.

"Majoritatea consumatorilor din fiecare tara considera ca este important ca viitorul tratat ONU sa cuprinda reguli globale privind responsabilizarea producatorilor si comerciantilor cu privire la reducerea, reutilizarea si reciclarea ambalajelor din plastic. În medie, 78% dintre participantii la studiu au evaluat aceasta masura ca fiind importanta - în special cetatenii din America Latina (83%). La polul opus se situeaza locuitorii de pe continentul nord-american (73%) sau cetatenii tarilor din grupul G7, al celor mai puternice economii ale lumii (73%). Africa de Sud si Mexic sustin aceasta masura într-o proportie ridicata (86%, fiecare), spre deosebire de Japonia (56%) sau Polonia (69%). La nivel european, românii prezinta cel mai mare nivel de acord fata de importanta acestei masuri (82%), fiind urmati îndeaproape de britanici (81%)", se mentioneaza în studiu.

În acelasi timp, trei din patru consumatori la nivel mondial (76%, în medie), considera importanta pentru viitorul tratat ONU obligativitatea ca toate produsele din plastic noi sa contina plastic reciclat. Astfel, cel mai ridicat nivel de importanta perceputa fata de aceasta masura se înregistreaza în America Latina (83% - în special în Mexic, 87%), iar cel mai redus în America de Nord (72%) si grupul tarilor G7 (71%).

Totodata, Turcia (81%) si România (80%) sunt tarile europene care ies în evidenta prin sustinerea larga a acestei masuri, timp în care Japonia (52%) si Suedia (65%) se regasesc pe locuri inferioare ale clasamentului.

În medie, 77% dintre consumatorii interviuati la nivel global evalueaza ca importanta obligativitatea etichetarii produselor din plastic, astfel încât sa fie clar cum pot fi sortate în mod responsabil pentru reutilizare, reciclare sau eliminare. Nivelul de importanta perceputa fata de aceasta masura este mai ridicat în America Latina (84%; cu precadere, Mexic sau Columbia - 88%, fiecare), în timp ce America de Nord si grupul tarilor G7 se plaseaza la polul opus (74%, fiecare). Românii manifesta si aici un grad ridicat de sustinere (82%), apropiat de valorile

înregistrate în Turcia (84%) sau Marea Britanie (81%).

Studiul Ipsos s-a desfășurat online în 34 de țări, în perioada 26 august - 7 octombrie 2022, în rândul a 23.029 de adulți, cu vârste cuprinse între 18 și 74 ani, în SUA, Canada, Irlanda, Israel, Malaezia, Africa de Sud și Turcia, între 20 și 74 de ani în Thailanda, 21-74 ani în Indonezia și Singapore, respectiv 16-74 ani în alte 24 de țări (inclusiv România).

Grupul internațional de origine franceză Ipsos reprezintă una dintre cele mai mari companii în domeniul cercetării de piață, este listat la Bursa din Paris și este prezent în 90 de țări.

În România, Ipsos este cel mai mare grup de cercetare, cu peste o mie de angajați.