



RAPORT DE CERCETARE

# PERCEPȚII PRIVIND IMPACTUL SUSTENABILITĂȚII ASUPRA CALITĂȚII VIEȚII ROMÂNILOR

SEPTEMBRIE 2023



&



The background of the image is a dense, top-down view of green hosta leaves. The leaves are various shades of green, from a vibrant lime green to a deep forest green, and are arranged in a somewhat chaotic but rhythmic pattern. In the center-left of the image, there is a solid blue square. A thin, bright yellow border is drawn around this square, extending slightly beyond its edges. Inside the blue square, the words "REZULTATE" and "DETALIAȚE" are written in a bold, yellow, sans-serif font, stacked vertically.

**REZULTATE  
DETALIAȚE**



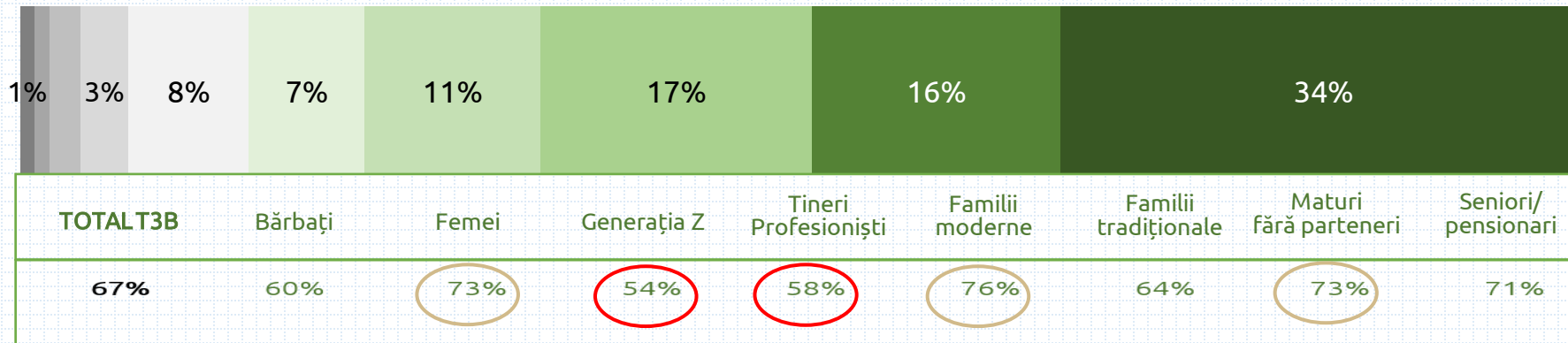


## IMPACTUL SUSTENABILITĂȚII ASUPRA CALITĂȚII VIEȚII

Q: În ce măsură considerați că sustenabilitatea are impact asupra calității vieții indivizilor?

- Există o perspectivă semnificativă și pozitivă în rândul indivizilor cu privire la impactul sustenabilității asupra calității vieții.
- 67% dintre respondenți consideră că sustenabilitatea are un impact benefic asupra vieților lor, în special **femeile** (73%), **familii moderne** (76%) și **maturii fără partener** (73%).

■ 1- În foarte mică măsură   ■ 2   ■ 3   ■ 4   ■ 5   ■ 6   ■ 7   ■ 8   ■ 9   ■ 10 - În foarte mare măsură

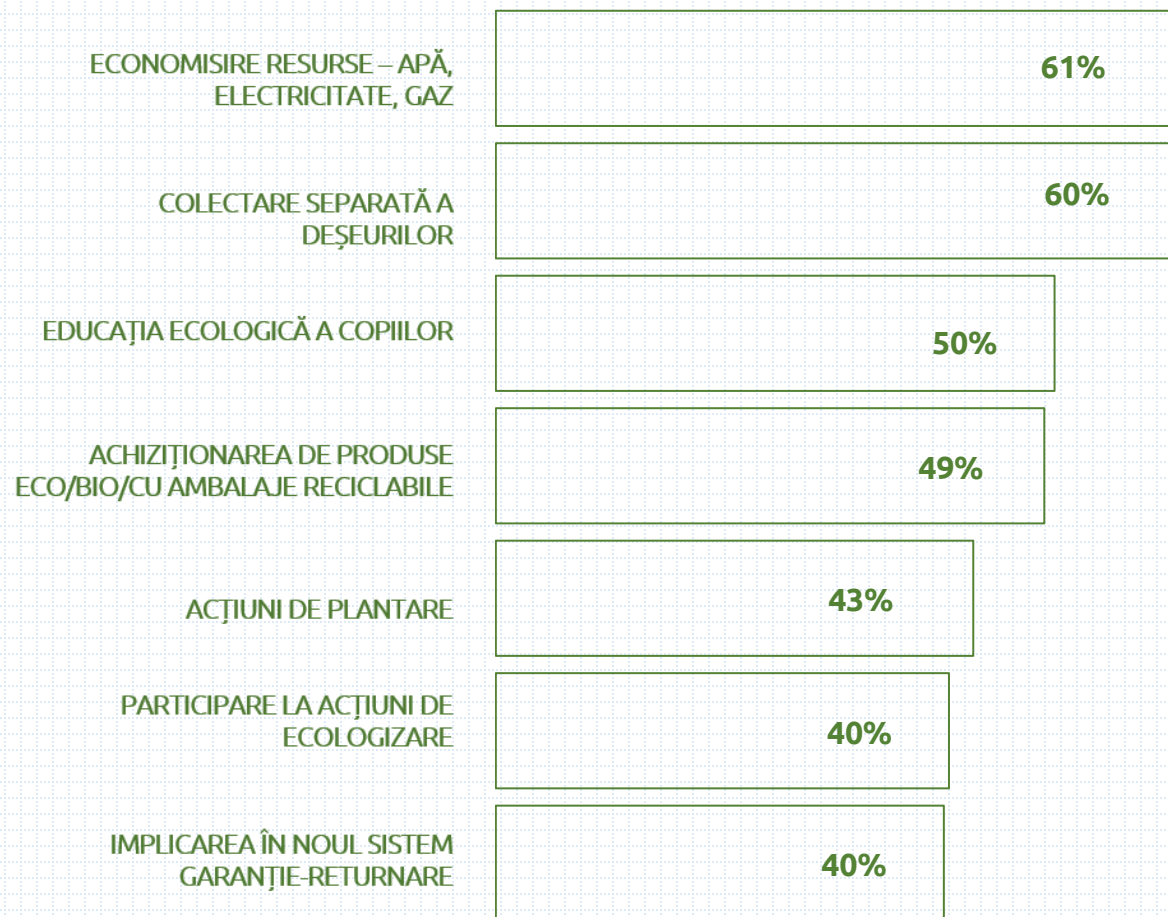


T3B = 8 + 9 + 10 - În foarte mare măsură



## ACȚIUNI SUSTENABILE ȘI CONTRIBUȚIA LA CALITATEA VIEȚII

Q: Care dintre următoarele acțiuni sustenabile contribuie la calitatea vieții în general?



- 61% dintre respondenți consideră că **economisirea resurselor** are un impact pozitiv asupra îmbunătățirii calității vieții, ceea ce devine mai evident în rândul seniorilor și pensionarilor, unde aceste practici sustenabile sunt percepute ca având un efect benefic (76%).
- 60% dintre participanți susțin că **colectarea separată a deșeurilor** ar putea influența semnificativ creșterea calității vieții, mai ales în cazul maturilor fără partener (65%) și al seniorilor și pensionarilor (80%).
- 50% dintre respondenți apreciază că **educația ecologică** a copiilor reprezintă o acțiune sustenabilă care joacă un rol important în calitatea vieții.



## ACȚIUNI SUSTENABILE ȘI CONTRIBUȚIA LA CALITATEA VIEȚII

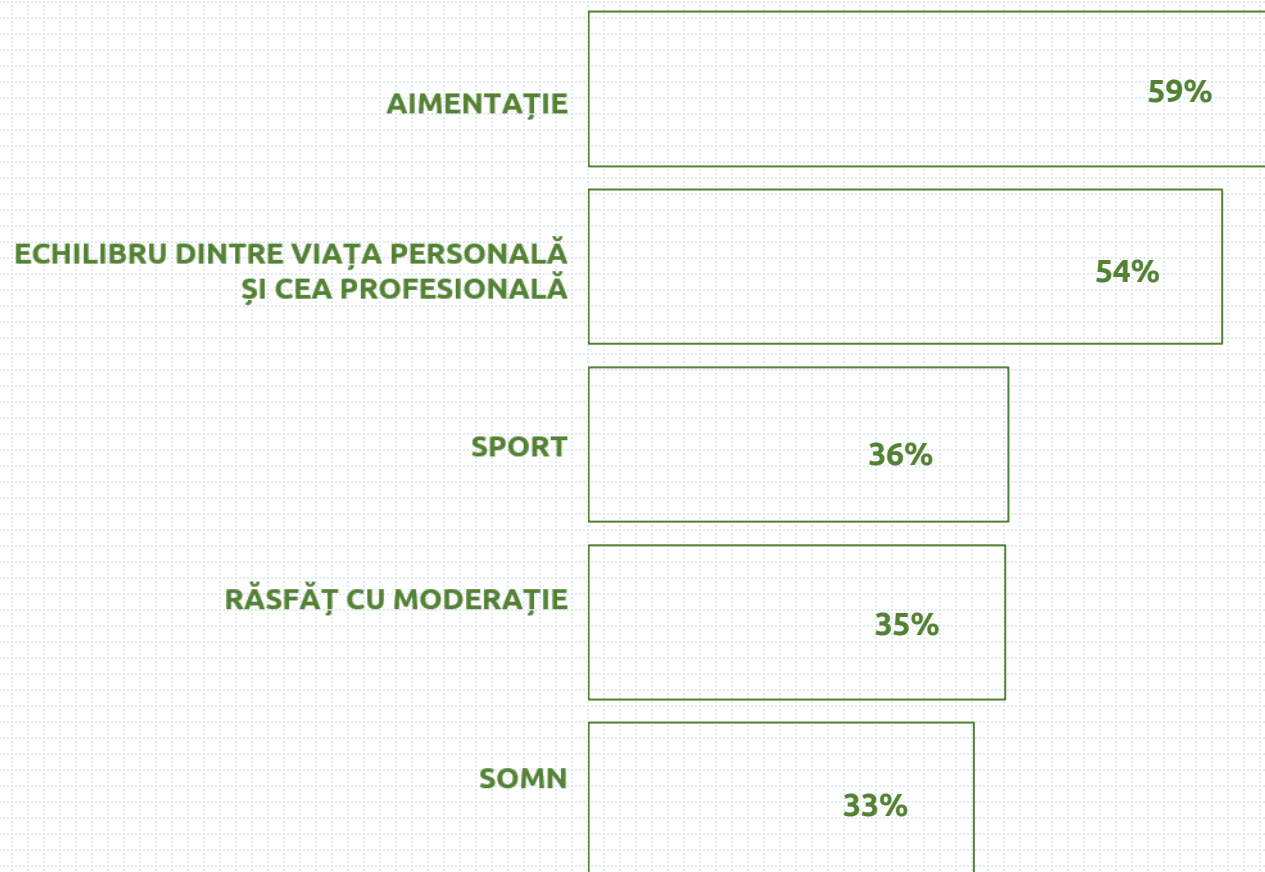
Q: Care dintre următoarele acțiuni sustenabile contribuie la calitatea vieții în general?

	TOTAL	Bărbăți	Femei	Generația Z	Tineri Profesioniști	Familii moderne	Familii tradiționale	Maturi fără partener	Seniori/pensionari
Economisire resurse – apă, electricitate, gaz	61%	59%	62%	50%	46%	59%	64%	57%	76%
Colectare separată a deșeurilor	60%	58%	62%	35%	46%	63%	59%	65%	80%
Educația ecologică a copiilor	50%	49%	51%	46%	42%	51%	52%	43%	55%
Achiziționarea de produse eco/bio/cu ambalaje reciclabile	49%	46%	51%	54%	40%	47%	45%	55%	57%
Acțiuni de plantare	43%	40%	45%	29%	30%	46%	41%	44%	57%
Participare la acțiuni de ecologizare	40%	40%	41%	30%	36%	46%	39%	45%	43%
Implicarea în noul sistem garanție-returnare	40%	37%	42%	22%	38%	40%	40%	43%	50%

## SCHIMBĂRI DE STIL DE VIAȚĂ PENTRU OBICEIURI SUSTENABILE



Q: În care dintre următoarele aspecte sunteți dispus să faceți schimbări ale stilului de viață pentru a îmbrățișa obiceiuri sustenabile cu impact pozitiv asupra calității vieții?



- 59% dintre respondenți sunt deschiși să facă schimbări în stilul lor de **alimentație** în vederea adoptării de obiceiuri sustenabile. Maturii fără partener (64%) și seniorii și pensionarii (67%) sunt mai dispuși să facă aceste schimbări, spre deosebire de tinerii profesioniști (47%).
- Mai mult de jumătate dintre participanți consideră că pot aduce schimbări pentru a crea un **echilibru mai bun între viața personală și cea profesională**, ceea ce sugerează o dorință de armonie între aceste două aspecte ale vieții. Generația Z manifestă un interes mai puțin pronunțat în această privință.
- 36% dintre respondenți sunt dispuși să includă mai multă **activitate sportivă** în rutina lor pentru a adopta un stil de viață sustenabil. Acest interes este mai evident în rândul Generației Z, unde 49% dintre ei sunt deschiși la această schimbare, în timp ce seniorii și pensionarii (28%) par să fie mai puțin interesați.
- 35% dintre participanți văd posibilitatea de a se **răsfăța în mod moderat**, menținând în același timp un stil de viață sustenabil. Maturii fără partener (42%) sunt mai predispuși la această idee, în timp ce Generația Z (16%) pare să fie mai reticentă.
- Aproximativ o treime dintre respondenți sunt deschiși să facă schimbări în ceea ce privește obiceiurile legate de **somn**.

## SCHIMBĂRI DE STIL DE VIAȚĂ PENTRU OBICEIURI SUSTENABILE



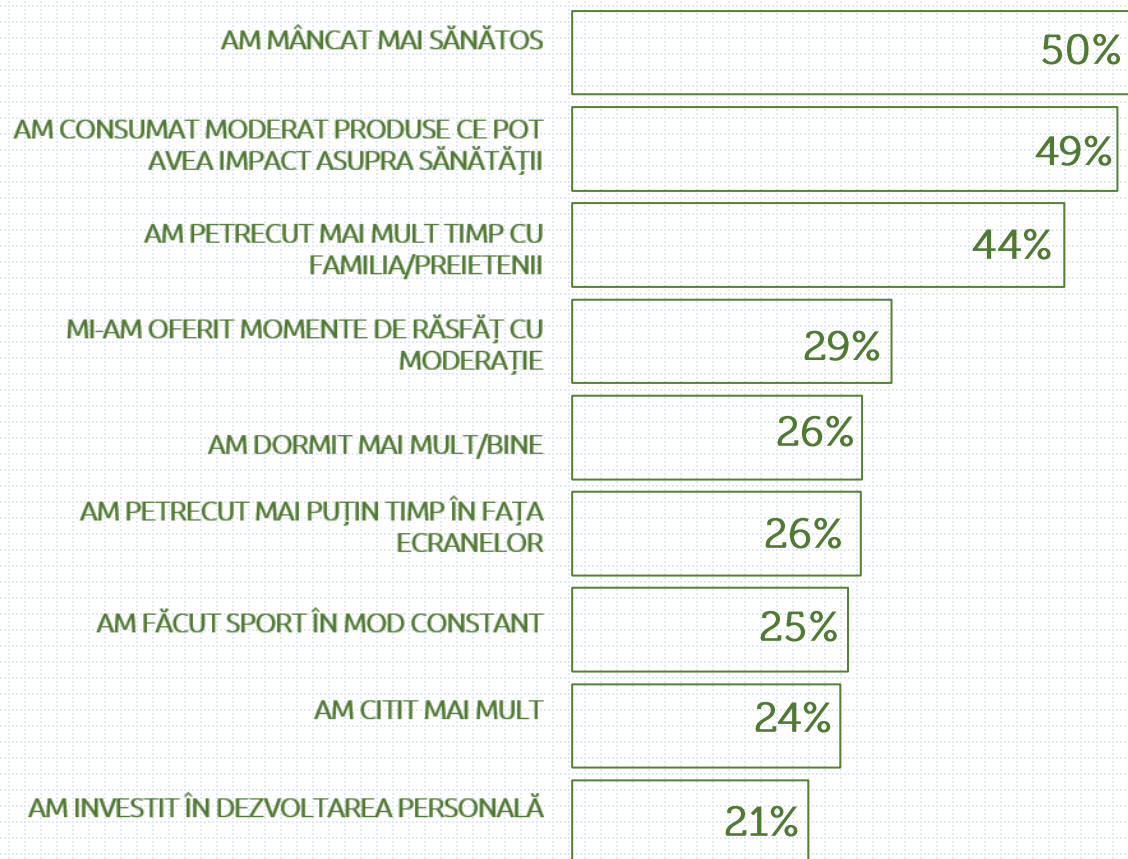
Q: În care dintre următoarele aspecte sunteți dispus să faceți schimbări ale stilului de viață pentru a îmbrățișa obiceiuri sustenabile cu impact pozitiv asupra calității vieții?

	TOTAL	Bărbați	Femei	Generația Z	Tineri Profesioniști	Familii moderne	Familii tradiționale	Maturi fără partener	Seniori/pensionari
Aimentație	59%	51%	65%	49%	47%	59%	59%	64%	67%
Echilibru dintre viața personală și cea profesională	54%	53%	54%	43%	54%	59%	54%	55%	53%
Sport	36%	36%	36%	49%	37%	36%	35%	34%	28%
Răsfăț cu moderație	35%	33%	38%	16%	34%	39%	38%	42%	36%
Somn	33%	30%	35%	40%	38%	31%	32%	39%	24%

## INIȚIATIVE PENTRU ÎMBUNĂȚĂȚIREA CALITĂȚII VIEȚII



Q: Ce ați făcut dvs. în ultimele 6 luni pentru a îmbunătăți calitatea vieții?



- 50% au ales să adopte o alimentație mai sănătoasă, în timp ce 49% au redus consumul de produse cu impact negativ asupra sănătății.
- 44% au alocat mai mult timp pentru familie și prieteni și 21% au menționat că au investit în dezvoltarea personală.
- Generația Z: manifestă un interes mai pronunțat pentru asigurarea unui somn mai bun, ei practică exerciții regulate și citesc mai mult.
- Tinerii profesioniști: sunt mai dispuși să își ofere momente de răsfăț moderat și să facă exerciții fizice în mod constant.
- Familii tradiționale: participă activ în activități sportive constante.
- Maturii fără partener: deschiși la ideea de a consuma produse cu impact asupra sănătății în mod moderat.
- Seniorii și pensionarii: investesc mai mult în adoptarea unei alimentații sănătoase, consumă produse în mod moderat și petrec mai mult timp cu familia și prietenii.



# INIȚIATIVE PENTRU ÎMBUNĂȚĂȚIREA CALITĂȚII VIEȚII



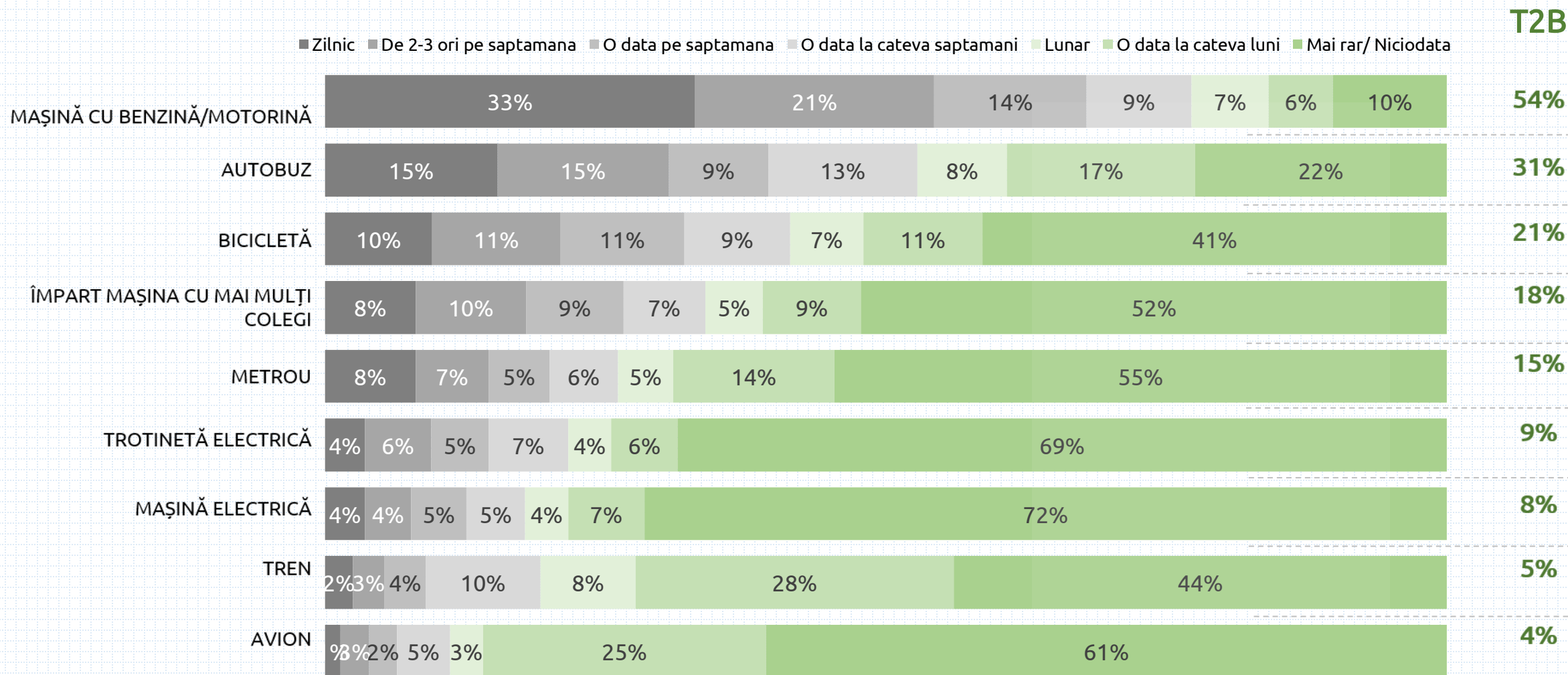
Q: Ce ați făcut dvs. în ultimele 6 luni pentru a îmbunătăți calitatea vieții?

	TOTAL	Bărbăți	Femei	Generația Z	Tineri Profesioniști	Familii moderne	Familii tradiționale	Maturi fără partener	Seniori/pensionari
Am mâncat mai sănătos	50%	49%	51%	39%	51%	47%	46%	54%	66%
Am consumat moderat produse ce pot avea impact asupra sănătății	49%	46%	52%	34%	49%	51%	47%	55%	55%
Am petrecut mai mult timp cu familia/preietenii	44%	44%	44%	27%	34%	46%	49%	43%	51%
Mi-am oferit momente de răsfăț cu moderație	29%	29%	29%	23%	34%	32%	25%	31%	29%
Am dormit mai mult/bine	26%	26%	26%	33%	29%	25%	22%	28%	26%
Am petrecut mai puțin timp în fața ecranelor	26%	23%	29%	14%	17%	31%	29%	30%	26%
Am făcut sport în mod constant	25%	29%	21%	31%	31%	26%	21%	28%	20%
Am citit mai mult	24%	20%	28%	30%	24%	23%	21%	23%	28%
Am investit în dezvoltarea personală	21%	21%	22%	32%	27%	23%	17%	24%	14%

# UTILIZAREA MIJLOACELOR DE TRANSPORT



Q: Cât de des folosiți următoarele mijoace de transport?



T2B = Zilnic + De 2-3 ori pe saptamana

# UTILIZAREA MIJLOACELOR DE TRANSPORT



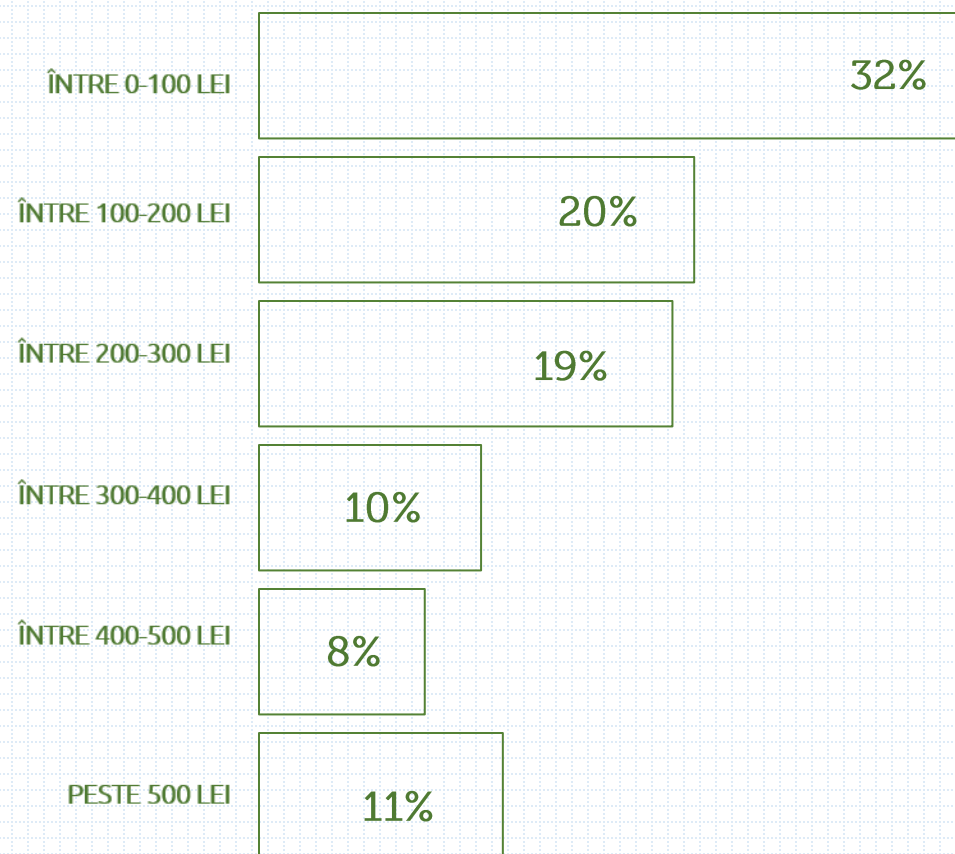
Q: Cât de des folosiți următoarele mijoace de transport?

	TOTAL	Bărbați	Femei	Generația Z	Tineri Profesioniști	Familii moderne	Familii tradiționale	Maturi fără parteneri	Seniori/pensionari
Mașină cu benzină/motorină	54%	59%	50%	58%	44%	64%	59%	33%	52%
Autobuz	31%	29%	32%	34%	32%	32%	28%	33%	28%
Bicicletă	21%	29%	13%	30%	22%	20%	20%	22%	17%
Împart mașina cu mai mulți colegi	18%	20%	16%	27%	23%	20%	17%	12%	11%
Metrou	15%	16%	13%	16%	22%	16%	16%	11%	7%
Trotinetă electrică	9%	13%	6%	24%	6%	9%	10%	10%	2%
Mașină electrică	8%	8%	8%	8%	12%	9%	8%	4%	4%
Tren	5%	7%	4%	12%	6%	3%	5%	5%	5%
Avion	4%	5%	3%	16%	5%	1%	3%	1%	3%

## EVALUAREA CHELTUIELILOR LUNARE PENTRU ACHIZIȚII NEESEȚIALE

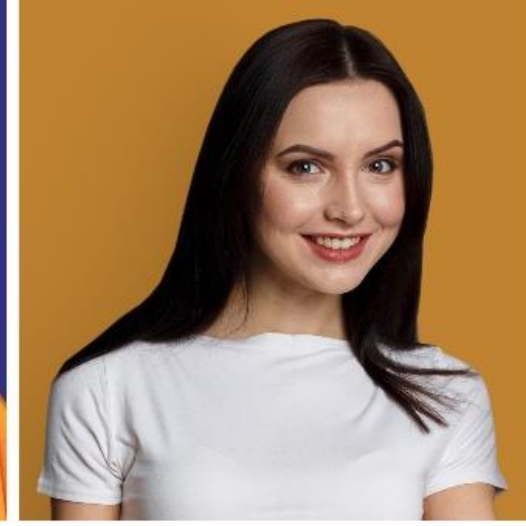
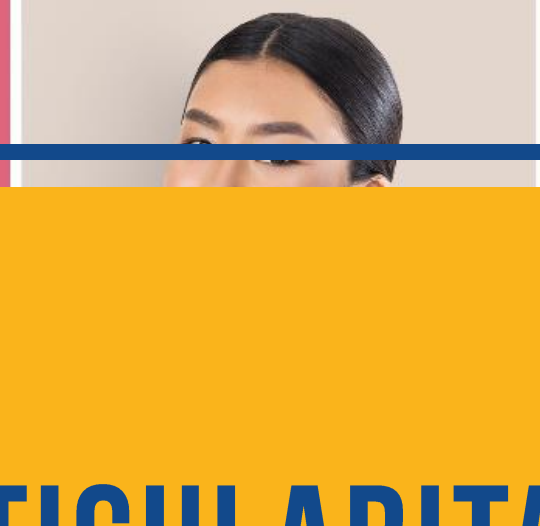


Q: Câți bani considerați că risipiți lunar cumpărând lucruri de care nu aveți realmente nevoie?



- 32% dintre respondenți alocă lunar între **0 și 100** de lei pentru achiziții de care nu au realmente nevoie, cu o tendință mai accentuată în rândul băraților (37%). De asemenea, observăm că seniorii și pensionarii alocă în principal sume sub 200 de lei lunar pentru astfel de achiziții.
- Generația Z alocă într-o măsură mai mare, comparativ cu celelalte segmente, între **200 și 300** de lei lunar pentru achiziții de care nu au realmente nevoie.





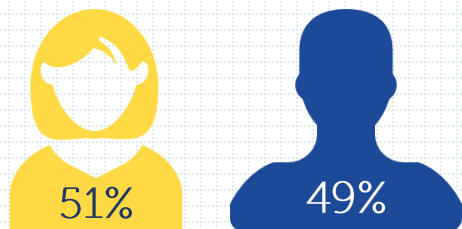
**PARTICULARITAȚI  
ALE  
EȘANTIONULUI**

# PARTICULARITĂȚI ALE EȘANTIONULUI

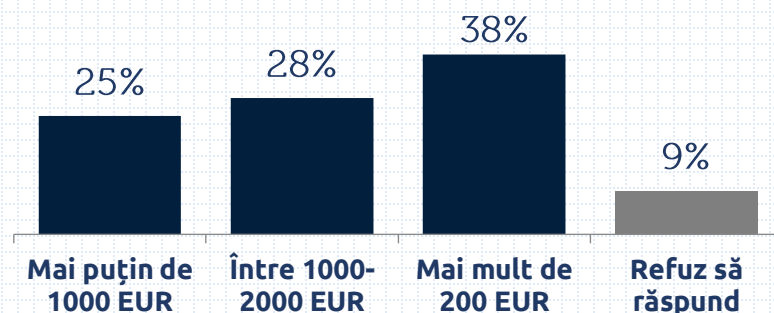


Baza de date: Total eșantion  
N = 1015 respondenți

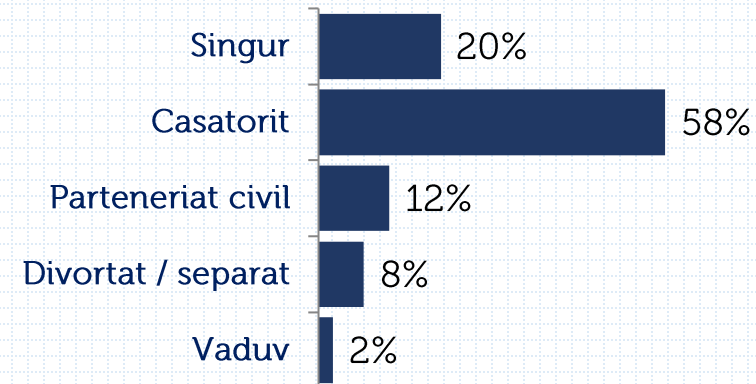
## GEN



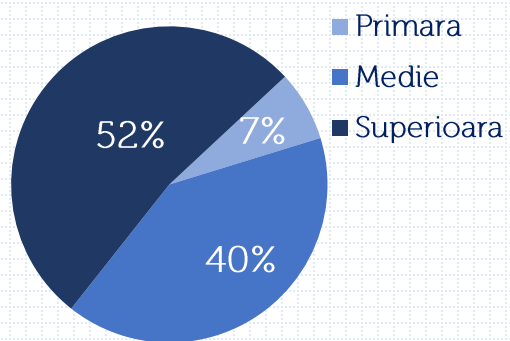
## VENIT LUNAR / GOSPODĂRIE



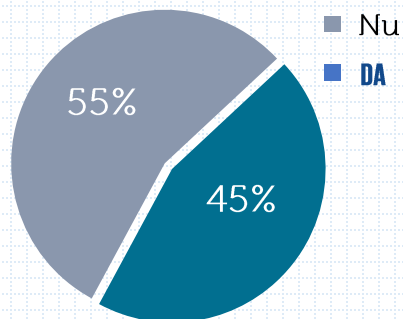
## STATUS MARITAL



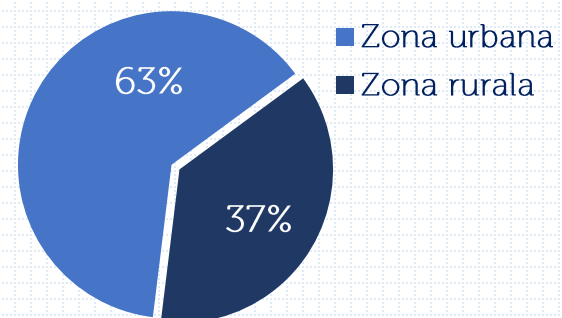
## EDUCAȚIE



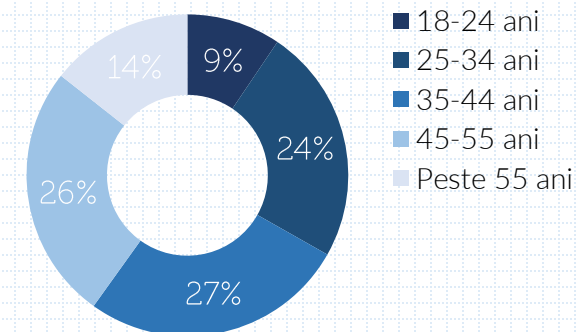
## COPII SUB 18 ANI



## RESEDINȚĂ



## VÂRSTĂ





## GENERAȚIA Z

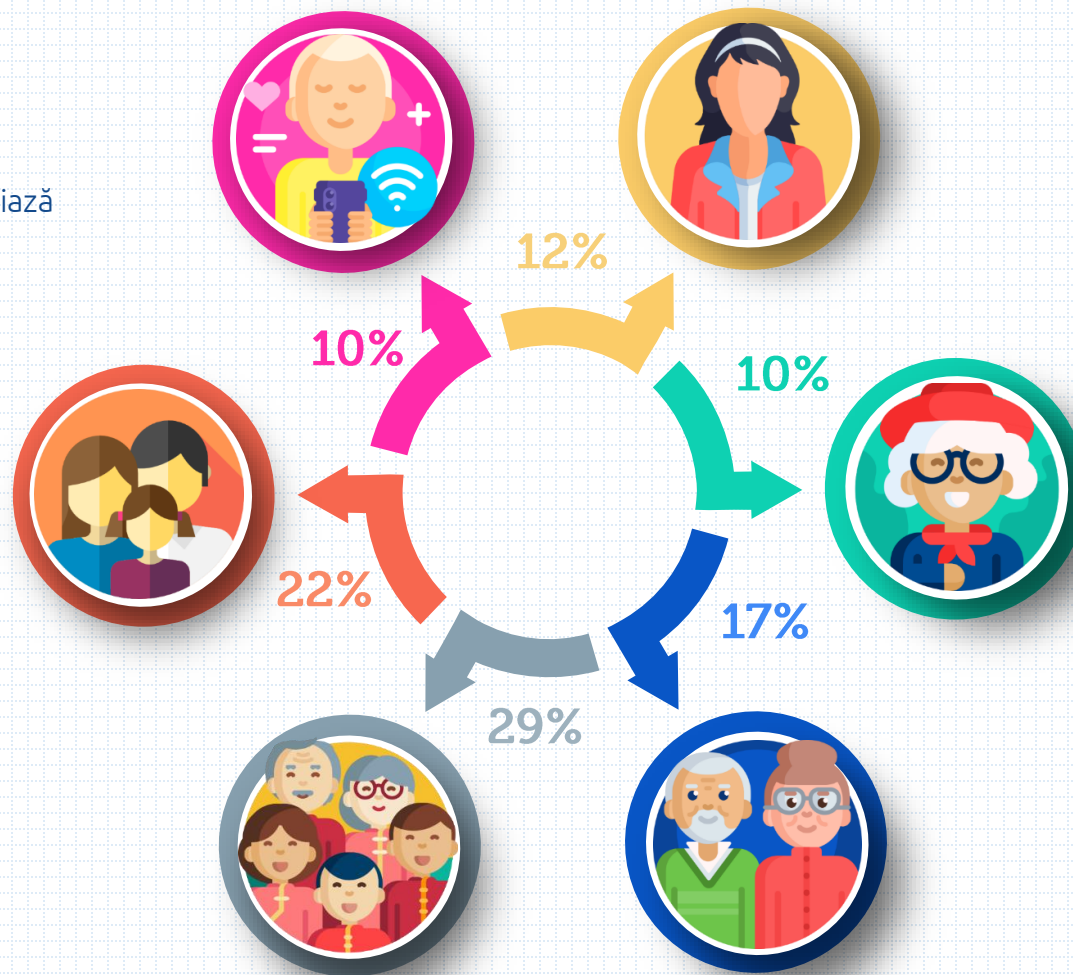
- 18-24 ani
- Singuri, fără copii
- Studii superioare sau încă studiază
- Toate categoriile de venit

## FAMILIILE MODERNE

- 25-44 ani
- Căsătoriți / divorțați
- Studii medii și superioare
- Venituri medii și mari  
*\* cu copii de până în 14 ani*

## FAMILIILE TRADIȚIONALE

- 30-54 ani
- Căsătoriți
- Studii primare și medii
- Venituri mici și medii  
*\* cu copii de până în 18 ani*



## TINERII PROFESIONIȘTI

- 25-35 ani
- Căsătoriți / într-o relație stabilă
- Studii superioare
- Venituri medii și mari

## MATURII FĂRĂ PARTENER

- 35-55 ani
- Singuri, fără copii
- Toate categoriile de educație
- Toate categoriile de venituri

## SENIORII & PENSIONARI

- Peste 55 ani
- Căsătoriți
- Toate categoriile de educație
- Toate categoriile de venituri  
*\* cu copii, dar nu în gospodărie*

[WWW.CIPRA.RO](http://WWW.CIPRA.RO)

