



STUDIU PRIVIND EVOLUȚIA UNOR TENDINȚE ALE POPULAȚIEI PRIVIND RISIPA ALIMENTARĂ, ÎN RAPORT CU 2016

- RAPORT ȘTIINȚIFIC -

Raport realizat în cadrul proiectului ADER 18.1.2./30.09.2019 „Metode de reducere a risipei alimentare pe lanțul agroalimentar, la nivel național, în vederea prevenirii și reducerii impactului socio-economic, până în anul 2030”

STUDIU PRIVIND EVOLUȚIA UNOR TENDINȚE ALE POPULAȚIEI PRIVIND RISIPA ALIMENTARĂ, ÎN RAPORT CU 2016

- RAPORT ȘTIINȚIFIC -

Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale		
Codul ADER și denumirea proiectului:	18.1.2: Metode de reducere a risipei alimentare pe lanțul agroalimentar, la nivel național, în vederea prevenirii și reducerii impactului socio-economic, până în anul 2030	
Denumire conducător de proiect	INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETARE-DEZVOLTARE PENTRU BIORESURSE ALIMENTARE-IBA BUCUREȘTI	
	Adresa de contact (telefon, e-mail, adresa poștală, CUI, cont):	
	Sediul social: Str. Dinu Vintilă, Nr. 6, Sector 2, București, Cod poștal 021102 Punct de lucru: Str. Băneasa Ancuța, Nr. 5, Sector 2, București, Cod poștal 020323 Telefon: 0316205833, 0316205834, 0316205835 E-mail: office@bioresurse.ro CUI: RO 27285465 Cont: RO70TREZ7005069XXX010448	
	Director general/director (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	
Director economic/Contabil șef (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	SPALOGHE VALERICA, 031.620.58.33/34/35, 0756069891, vali.spaloghe@bioresurse.ro	
Director de proiect (nume, prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	DUMITRU Oana Mihaela, 031.620.58.33/34/35, 0726102322, oanamniculae@yahoo.com	
Denumire Partener 1	UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE	
	Adresa de contact (telefon, e-mail, adresa poștală, CUI, cont):	
	Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, Tel: +40-245-206101, Fax: +40-245-217692, E-mail: rectorat@valahia.ro, www.valahia.ro, CUI: 4279685, Cont: RO24TREZ27120F332000XXXX, Trezoreria Târgoviște	
	Director general/director (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	
Director economic/Contabil șef (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	DIACONEASA AURORA, 0756011827, diaconeasa.aurora@yahoo.com	
Responsabil de proiect (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	STOICA ALEXANDRU, 0722854773, stoicaandi@yahoo.com	
Denumire Partener 2	INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE "COSTIN C. KIRIȚESCU" (INCE) AL ACADEMIEI ROMÂNE/CENTRUL DE ECONOMIE MONTANĂ (INCE/CEMONT)	
	Adresa de contact (telefon, e-mail, adresa poștală, CUI, cont):	
	București, Calea 13 Septembrie Nr. 13, cod poștal 050711, Sector 5, e-mail: office@ince.ro, CUI 4192634, cont: RO29TREZ70020E332000XXXX deschis la A.T.C.P. a Municipiului București, Tel: 021-318.81.06/2007; Fax 021-310.01.42, e-mail: office@ince.ro	
	Director general/director (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	
Director economic/Contabil șef (nume și prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	Dr. ec. Luminița HORȘIA, Tel: 021-318.81.06/2007; Mobil : 074 903 6105, e-mail: lhorsia@yahoo.com	
Responsabil de proiect (nume, prenume, telefon fix și mobil, e-mail):	Dr. ec. CS II, Daniela ANTONESCU, Tel: 318.81.06/3106; Mobil : 076 629 5926, e-mail: daniela.antonescu25@gmail.com	
Anul începerii proiectului: 2019	Anul finalizării proiectului : 2022	Durata (nr. luni): 38

INTRODUCERE

Prezentul studiu vizează evoluția tendințelor de consum alimentar ale populației urbane din România, în perioada 2016 – 2020.

Datele au fost obținute în urma studiilor cantitative de impact, efectuate în cadrul proiectelor finanțate de Ministerul Agriculturii și Dezvoltaării Durabile, din cadrul programelor ADER, respectiv proiectul ADER 15.1.1: Impactul socio-economic al risipei alimentare la nivel național în contextul actual al crizelor legate de securitatea alimentară și schimbările climatice, derulat în perioada 2015-2018 și proiectul ADER 18.1.2: Metode de reducere a risipei alimentare pe lanțul agroalimentar, la nivel național, în vederea prevenirii și reducerii impactului socio-economic, până în anul 2030, în derulare în perioada 2019 – 2022.

CAPITOLUL 1. MATERIALE ȘI METODE

Metodologia de lucru a constat în derularea unor interviuri telefonice prin metoda CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), pe baza unui chestionar, a cărui structură de bază care s-a menținut în cele 2 campanii.

Structura metodologică comparată:

	2016	2020
Volumul eșantionului	902 respondenți, 18+ ani, din mediul urban	991 respondenți, 18+ ani, din mediul urban
Tipul eșantionului	Aleatoriu, stratificat reprezentativ pentru populația României din mediul urban cu acces la telefonie mobilă sau fixă	Probabilist, stratificat, reprezentativ la nivelul mediului urban
Reprezentativitate	Eroare maximă de toleranță $\pm 3,3\%$, cu o probabilitate de 95%	Eroare maximă tolerată $\pm 3,1\%$
Metoda	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)	CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
Perioada de desfășurare	Iulie – septembrie 2016	Mai 2020



CAPITOLUL 2. DATE ȘI REZULTATE

2.1. Date privind grupul țintă

		2016	2020
Date individuale	Gen		
	Feminin	53,2 %	52,3 %
	Masculin	46,8 %	47,7 %
	Vârsta		
	Sub 35 de ani	25,6 %	26,5 %
	36 - 50 de ani	29,9 %	29,6 %
	51 - 65 de ani	27,3 %	24,9 %
	Peste 65 de ani	17,2 %	19 %
	Ultima școală absolvită		
	Școala profesională sau mai puțin	29,3 %	32,8 %
	Liceu/ postliceal	40,9 %	43,7 %
	Studii superioare	29,8 %	23,5 %
	Tip localitate		
	Mare (peste 100.000 locuitori)	47,2 %	
	Medie (50.000 – 100.000 locuitori)	17,4 %	
	Mică (sub 50.000 locuitori)	35,4 %	
	Regiuni istorice cumulate		
București	20,3 %	22 %	
Transilvania	36,5 %	35,6 %	
Muntenia, Oltenia și Dobrogea	19,8 %	25,9 %	
Moldova și Bucovina	23,4 %	16,5%	
Date la nivel de gospodării			
	Numărul de membri ai unei gospodării		
	1 membru	14,5 %	12,4 %
	2 membri	33,3 %	29 %
	3 membri	26,1 %	25,5 %
	4 sau mai mulți	25,1 %	33,1 %
	Numărul mediu de membri ai unei gospodării din mediul urban din România, persoane	2,64	2,99
	Numărul de copii sub 16 ani din gospodărie		
	Nici un copil	75,4 %	71,5 %
	1 copil	14,4 %	17,9 %
	2 sau mai mulți	10,2 %	11,5 %
	Venitul lunar pe gospodărie		
	Sub 1.500 lei	23,6 %	15 %
	1.501 – 2.500 lei	27,7 %	19 %
	2.501 – 3.500 lei	21,5 %	19,6 %
Peste 3.500 lei	23,4 %	32 %	

2.2. Date privind nivelul risipei 2016/ 2020

Analiza comparativă relevă o scădere a indicatorilor privind risipa alimentară în rândul populației urbane din România, în perioada 2016 – 2020.

Această tendință este semnificativă, în contextul în care indexul de venituri ale populației în perioada amintită a crescut cu 53,3%, în timp ce indexul prețurilor de consum alimentar a crescut cu doar 18,23 %.

Percepția respondenților privind nivelul cheltuielilor de la an la an sugerează o tendință de palier relativ constant, pentru 52,4 % dintre aceștia.

O explicație posibilă poate fi dată mai ales de campaniile publice susținute din acești ani, care au conștientizat consumatorii privind importanța unei atitudini responsabile în consumul alimentar.

Risipa medie pe gospodărie, procente:

	2016	2020
Nivel mediu de risipă în mediul urban din România	10,43 %	6,5 %

Risipa medie pe gospodărie, cantități:

	2016	2020
Cantitatea medie de alimente risipită săptămânal, în gospodăriile din mediul urban din România	0,67 kg	0,46 kg

Risipa medie pe persoană, cantități:

	2016	2020
Cantitatea medie de alimente risipită săptămânal, în gospodăriile din mediul urban din România	0,26 kg	0,15 kg

Buget lunar pentru hrană, pe gospodărie:

	2016	2020
Bugetul mediu lunar destinat achiziționării de alimente, pe gospodărie, lei	749,14	885,70

Buget lunar pentru hrană, pe persoană:

	2016	2020
Bugetul mediu lunar destinat achiziției de hrană pe persoană, lei	284,27	296,01

2.3. Date privind structura surselor de aprovizionare a populației urbane cu alimente

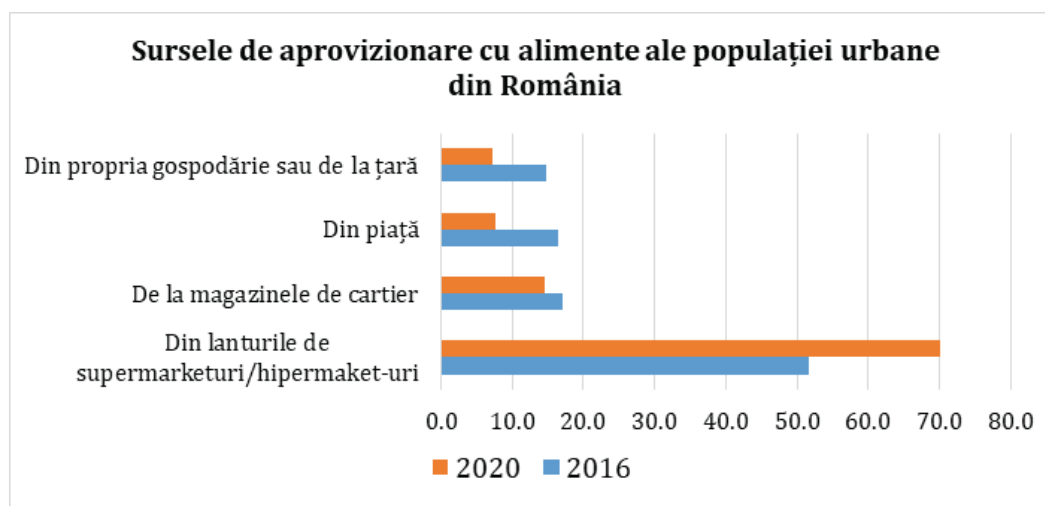
În perioada cercetată ponderea sistemelor de retail a crescut semnificativ, cu aproximativ 40%, ajungând la 70,2%, în 2020. Creșterea s-a făcut mai ales în detrimentul piețelor alimentare (scădere de 53% față de 2016) și a autoconsumului (scădere cu 51% față de 2016).

Situația în anul 2016:

Nr. crt.	Sursa de aprovizionare	Procent	Procent cumulativ
1.	Din lanțurile de supermarketuri/hipermarket-uri	51,7	51,7
2.	De la magazine de cartier	17,0	68,7
3.	Din piață	16,4	85,1
4.	Din propria gospodărie sau de la țară	14,9	100,0

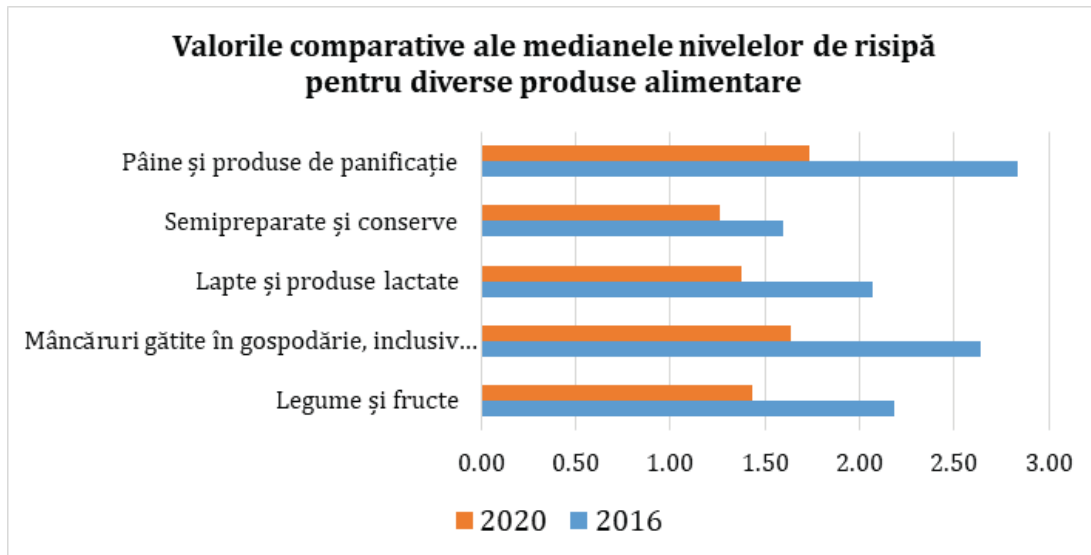
Situația în anul 2020:

Nr. crt.	Sursa de aprovizionare	Procent	Procent cumulativ
1.	Din lanțurile de supermarketuri/hipermarket-uri, din care:	70,2	
	Hypermarket-uri (ex: Carrefour, Metro, Selgros, Cora, Auchan etc)	22,3	22,3
	Din lanțurile de supermarketuri (ex: Billa, Mega Image, Penny, Lidl, Profi, Kaufland)	47,9	70,2
2.	De la supermarket-urile/magazinele de cartier	14,6	84,8
3.	Din piață	7,7	92,5
4.	Din propria gospodărie sau de la țară	7,3	99,8



2.4. Structura sortimentală a produselor alimentare risipite 2016/2020

Datele din 2016 ca și cele din 2020 indică produsele de panificație și mâncărurile pregătite acasă drept produsele cu cel mai mare risc de risipă. Cu toate acestea tendința de risipire a scăzut în 2020, comparativ cu 2016, la toate categoriile de produse, cu maxime semnificative la produsele de panificație (scădere de 63,8% față de 2016) ca și la mâncărurile pregătite în gospodărie (scădere de 61,11% față de 2016).



1 - nivel de risipă de 0 - 5 %

9 - nivel de risipă peste 40%



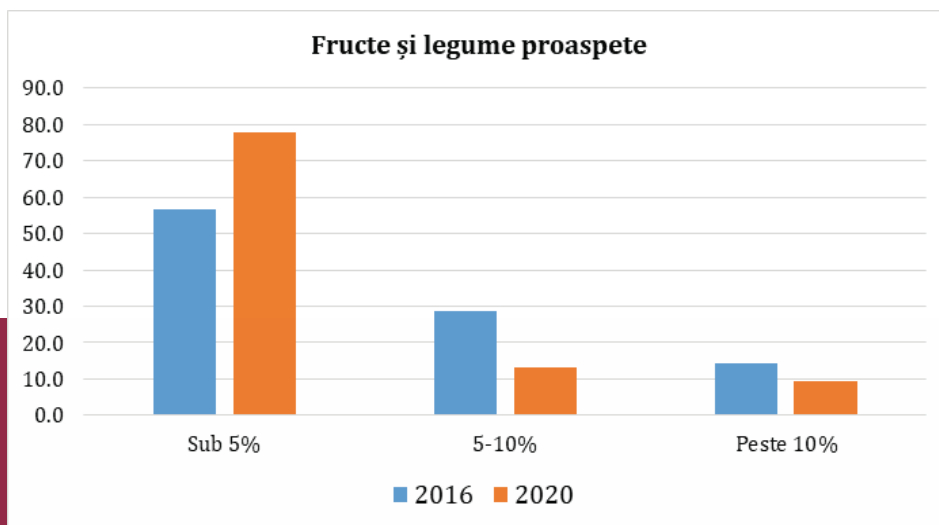
Situația pe sortimente a nivelelor de risipă în 2016:

Nivel risipă	Legume și fructe	Mâncăruri gătite în gospodărie	Lapte și produse lactate	Semipreparate și conserve	Pâine și produse de panificație
sub 5%	56,8	46,8	60,7	73,5	46,1
5%	14,9	17,4	13,9	11,3	14,1
10%	13,9	12,3	11,1	8,5	12,5
15%	3,1	4,9	3,9	1,8	5,4
20%	5,2	7,6	4,3	2,4	8,0
25%	0,8	2,9	1,3	1,0	3,2
30%	2,5	2,8	2,0	0,6	4,2
40%	0,9	46,8	1,3	0,5	2,2
Peste 40%	1,8	17,4	1,5	0,5	4,3

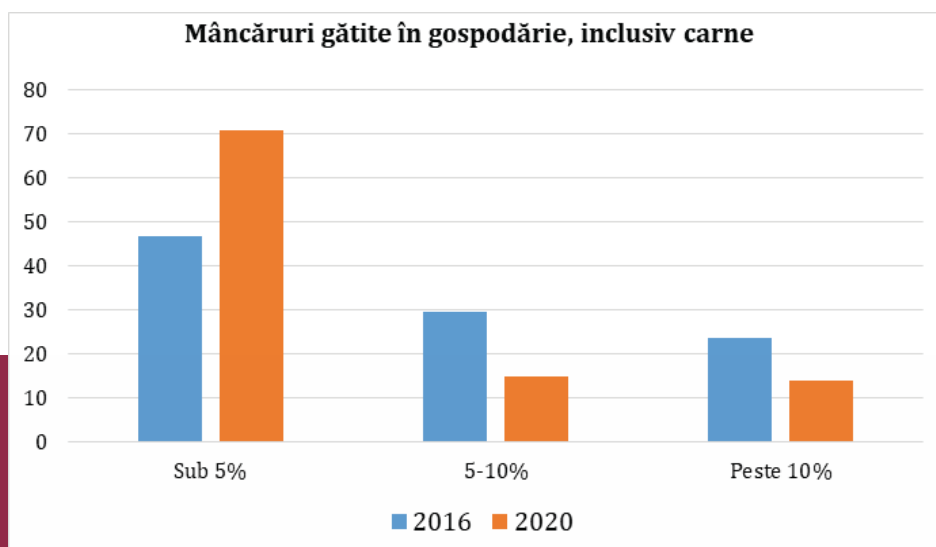
Situația pe sortimente a nivelelor de risipă în 2020:

Nivel risipă	Legume și fructe	Mâncăruri gătite în gospodărie	Lapte și produse lactate	Semipreparate și conserve	Pâine și produse de panificație
0-5%	76,4	68,9	79,0	57,1	68,9
6-10%	12,9	14,6	9,4	5,9	12,4
11-15%	3,9	5,4	2,7	2,2	5,1
16-20%	2,4	3,6	2,9	0,4	3,8
21-25%	0,9	1,1	0,4	0,0	1,4
26-30%	1,1	1,8	0,5	0,6	1,2
31-35%	0,1	0,4	0,3	0,2	0,2
36-40%	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Peste 40%	0,4	1,1	0,7	0,1	2,7

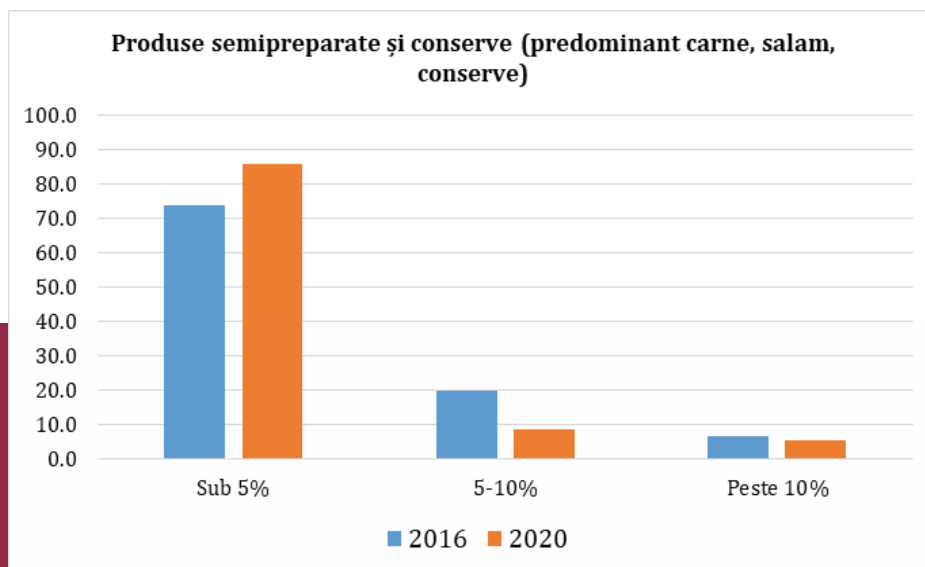
Distribuția procentuală comparată a nivelelor de risipă pentru legume și fructe proaspete:



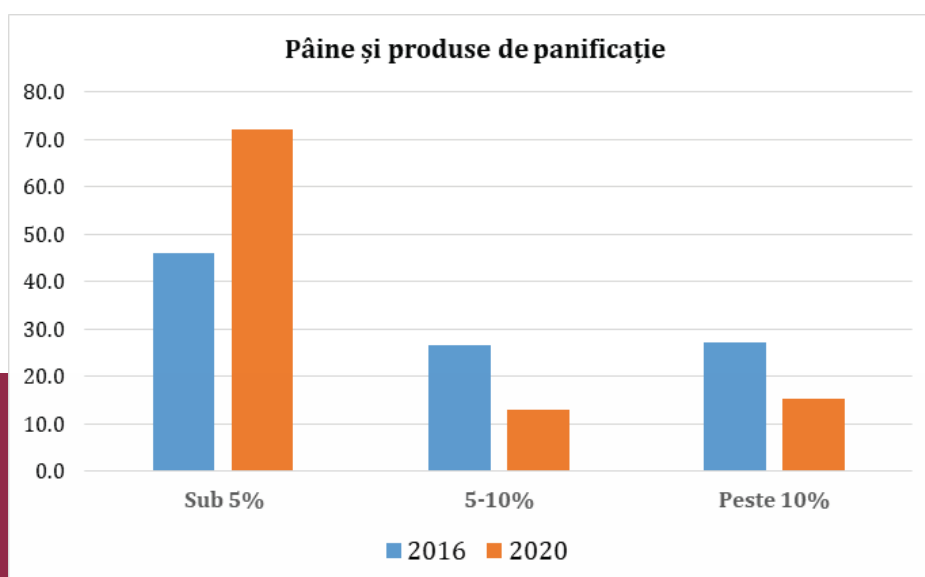
Distribuția procentuală comparată a nivelelor de risipă pentru mâncăruri gătite în gospodărie, inclusiv carne:



Distribuția procentuală comparată a nivelelor de risipă pentru lapte și produse lactate:

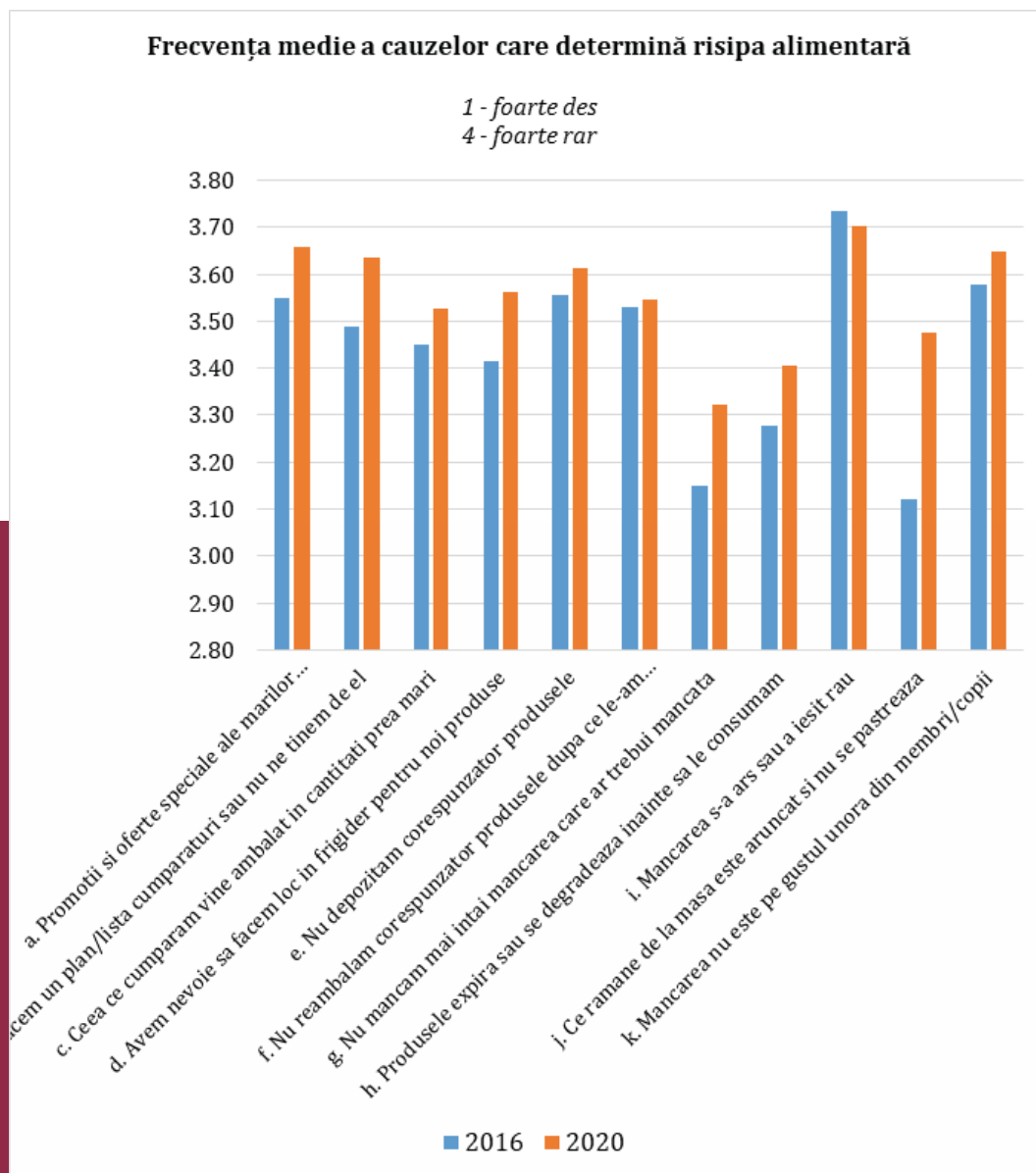


Distribuția procentuală comparată a nivelelor de risipă pentru pâine și produse de panificație:



2.5. Cauzele risipei alimentare

Analiza modificării în timp a comportamentului risipitor, în funcție de diferite cauze, indică o tendință constantă de reducere a frecvenței manifestărilor, pentru toate cauzele. Compararea valorilor mediene de frecvență sugerează drept cea mai frecventă cauză incorectă programare a consumului de alimente, ca și obiceiul de a nu lăsa de pe o zi pe alta mâncarea rămasă.



Frecvența manifestărilor cauzelor generatoare de risipă alimentară

Situația în 2016:

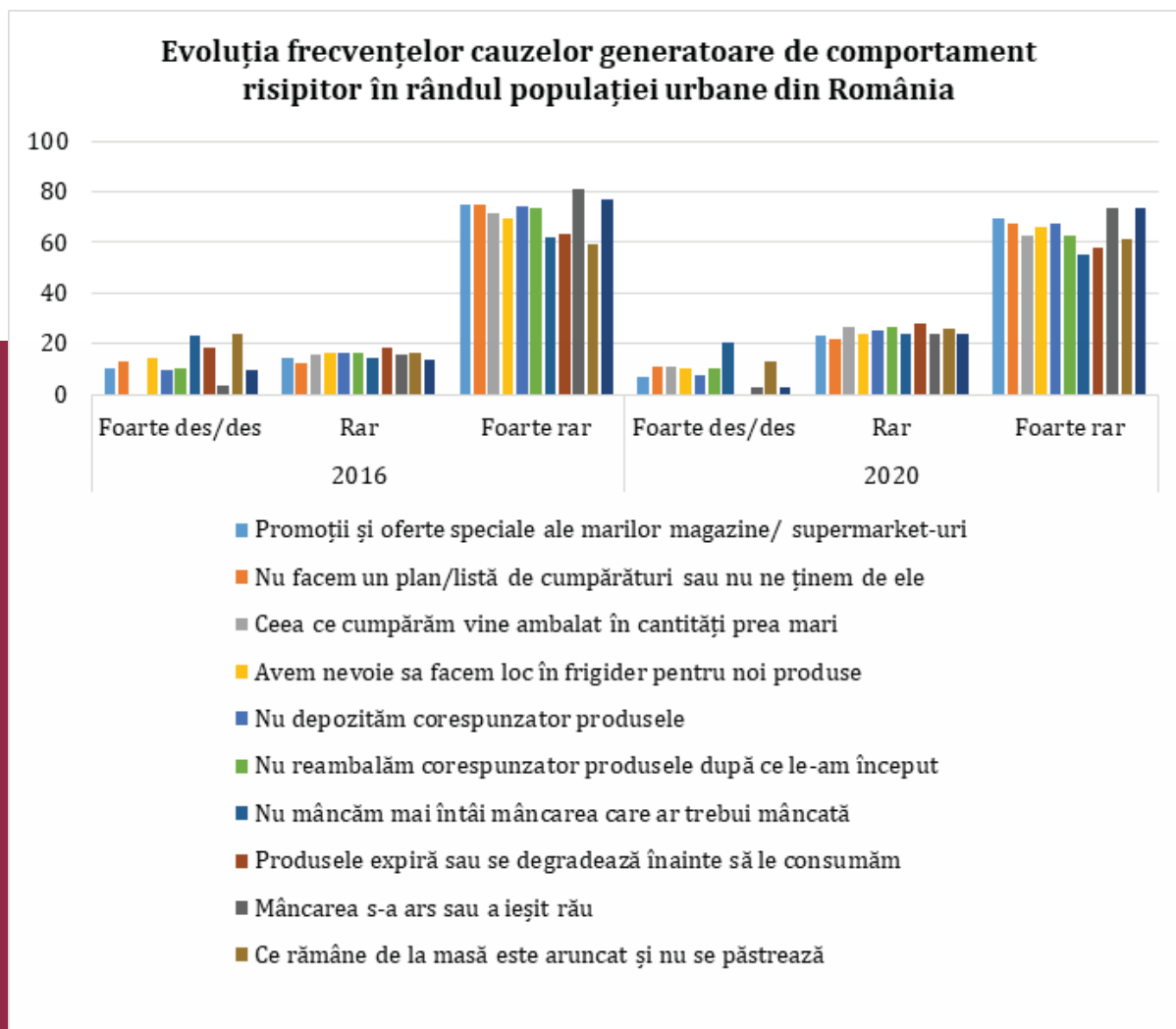
Nr. crt.	Cauza	Foarte des/des	Rar	Foarte rar
1.	Promoții și oferte speciale ale marilor magazine/supermarket-uri	10,2 %	14,5%	75,2 %
2.	Nu facem un plan/listă de cumpărături sau nu ne ținem de ele	13 %	12,2 %	74,8 %
3.	Ceea ce cumpărăm vine ambalat în cantități prea mari	13,2 %	15,6 %	71,3 %
4.	Avem nevoie să facem loc în frigider pentru noi produse	14 %	16,5 %	69,4 %
5.	Nu depozităm corespunzător produsele	9,5 %	16,1 %	74,4 %
6.	Nu reambalăm corespunzător produsele după ce le-am început	10,1 %	16,6 %	73,3 %
7.	Nu mâncăm mai întâi mâncarea care ar trebui mâncată	23,5 %	14,5 %	62 %
8.	Produsele expiră sau se degradează înainte să le consumăm	18,1 %	18,2 %	63,7 %
9.	Mâncarea s-a ars sau a ieșit rău	3,7 %	15,4 %	80,9 %
10.	Ce rămâne de la masă este aruncat și nu se păstrează	23,8 %	16,6 %	59,6 %
11.	Mâncarea nu este pe gustul unora dintre membri/copii	9,4 %	13,8 %	76,8 %

Frecvența manifestărilor cauzelor generatoare de risipă alimentară

Situația în 2020:

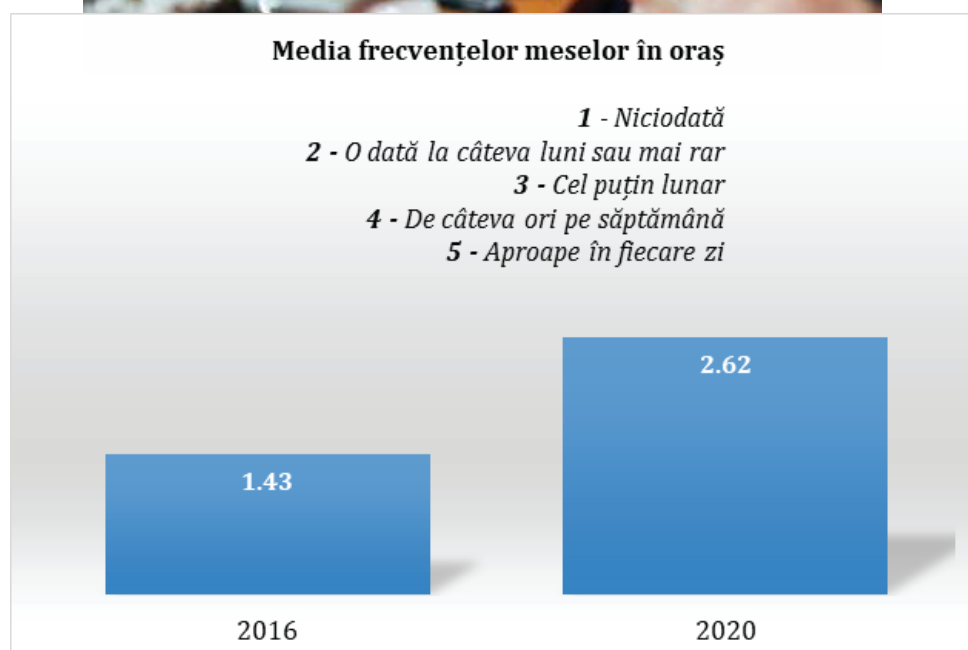
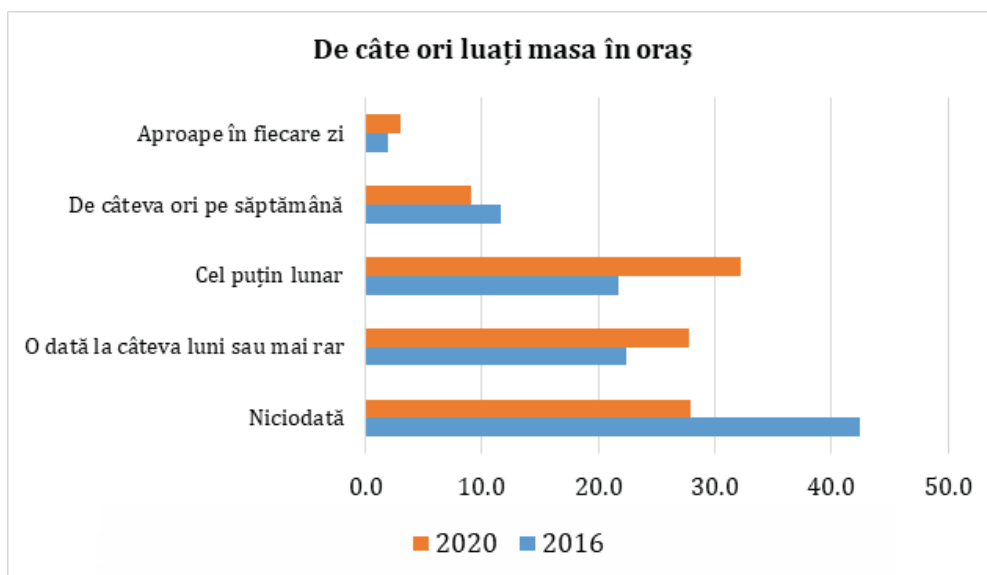
Nr. crt.	Cauza	Foarte des/des	Rar	Foarte rar
1.	Promoții și oferte speciale ale marilor magazine/supermarket-uri	6,8 %	23,4 %	69,8 %
2.	Nu facem un plan/listă de cumpărături sau nu ne ținem de ele	11,1 %	21,5 %	67,5 %
3.	Ceea ce cumpărăm vine ambalat în cantități prea mari	10,7 %	26,7 %	62,6 %
4.	Avem nevoie să facem loc în frigider pentru noi produse	10,3 %	23,7 %	66,1 %
5.	Nu depozităm corespunzător produsele	7,4 %	25,5 %	67,2 %
6.	Nu reambalăm corespunzător produsele după ce le-am început	10,3 %	26,6 %	63 %
7.	Nu mâncăm mai întâi mâncarea care ar trebui mâncată	20,6 %	24 %	55,4 %
8.	Produsele expiră sau se degradează înainte să le consumăm	14,2 %	28 %	57,8 %
9.	Mâncarea s-a ars sau a ieșit rău	2,9 %	23,8 %	73,4 %
10.	Ce rămâne de la masă este aruncat și nu se păstrează	13,1 %	25,8 %	61,1 %
11.	Mâncarea nu este pe gustul unora dintre membri/copii	2,9 %	23,8 %	73,4 %

Analiza comparativă a frecvenței diferitelor cauze care generează risipă arată o creștere semnificativă a frecvențelor rare, în detrimentul celor dese/foarte dese, pe fondul pe care situațiile cu frecvențe foarte rare își conservă relativ ponderea.



2.6. Obiceiuri de consum - Frecvența meselor luate în oraș

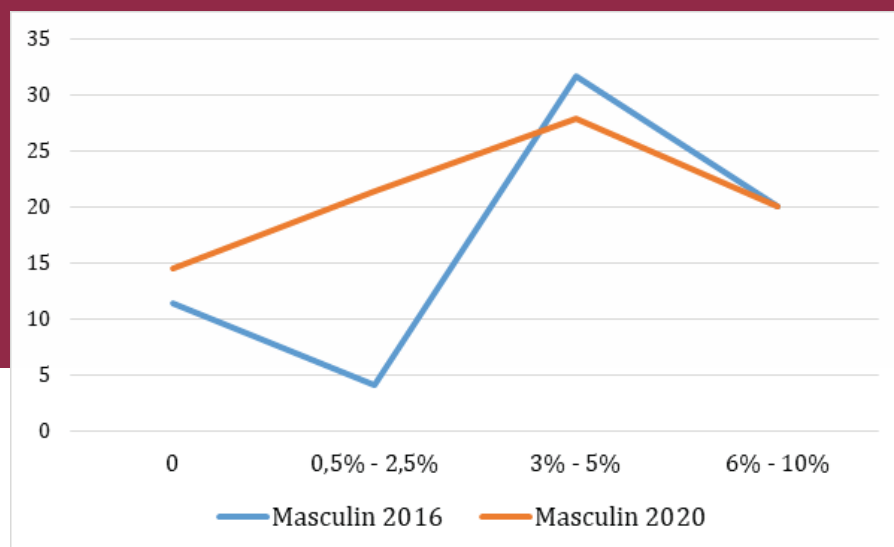
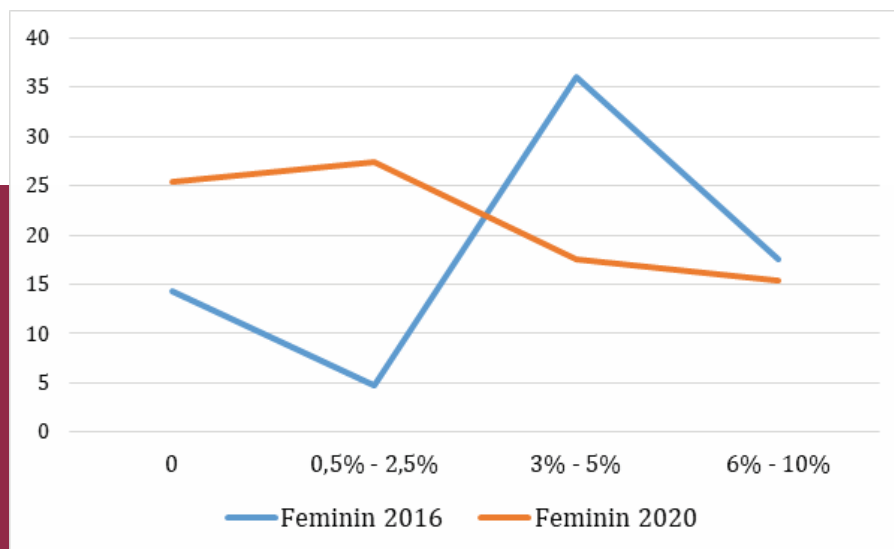
Obiceiurile de consum ale populației urbane din România au înregistrat o tendință accentuată alegerea de a lua masa în afara gospodăriei, ponderea celor care declară că nu ies în oraș, scăzând în 2020 cu peste 34,3%, față de 2016. Predominant această preferință se manifestă ocazional, cel puțin lunar, cu o creștere de 48,48% față de 2016. Consumul frecvent rămâne oarecum constant.



CAPITOLUL 3. DISCUȚII PRIVIND FACTORII DETERMINANȚI ASUPRA IMPACTULUI RISIPEI ALIMENTARE ÎN RÂNDUL POPULAȚIEI URBANE DIN ROMÂNIA (CROSSTABS)

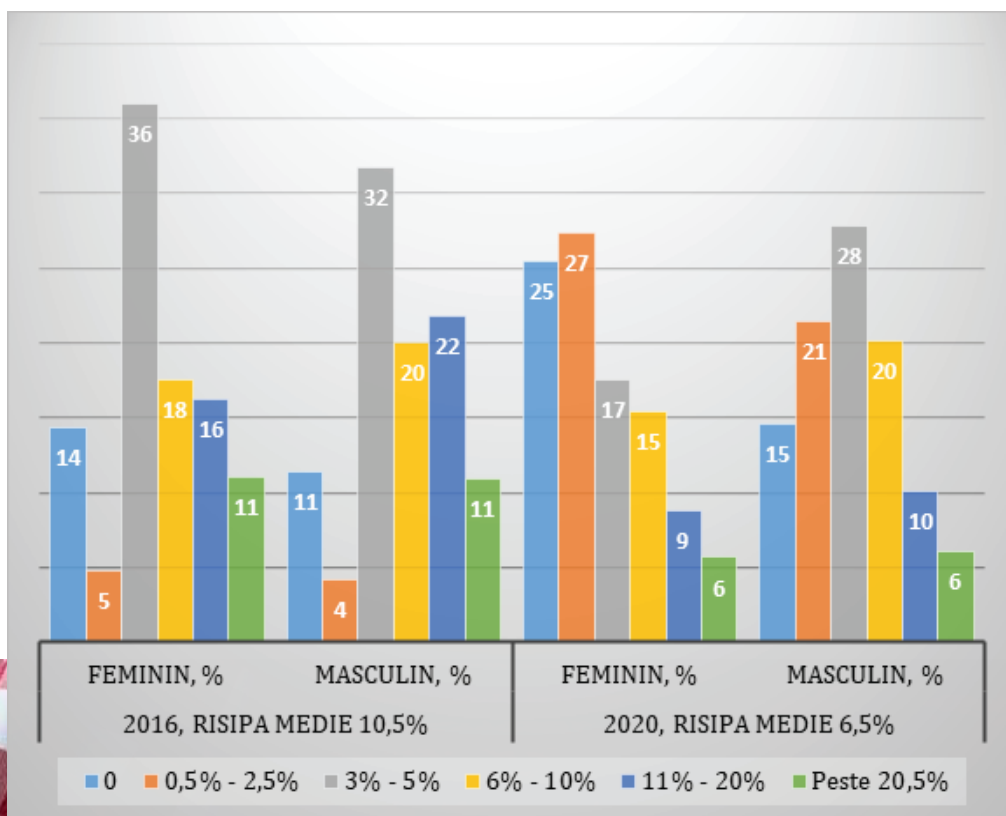
3.1. Influența genului

Analiza evoluției comportamentului risipitor în funcție de genul respondenților indică o tendință de reducere a risipei pentru ambele populații.



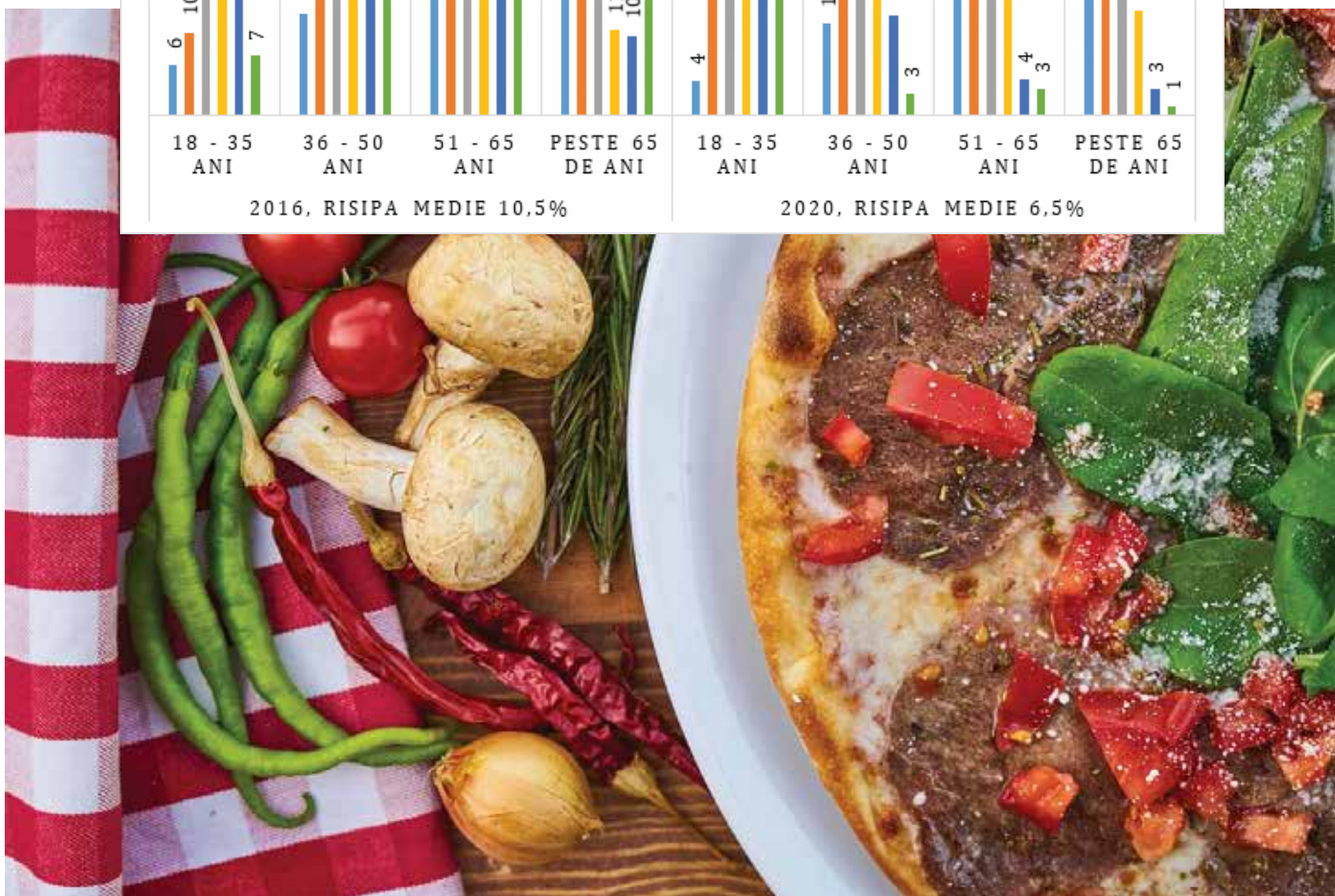
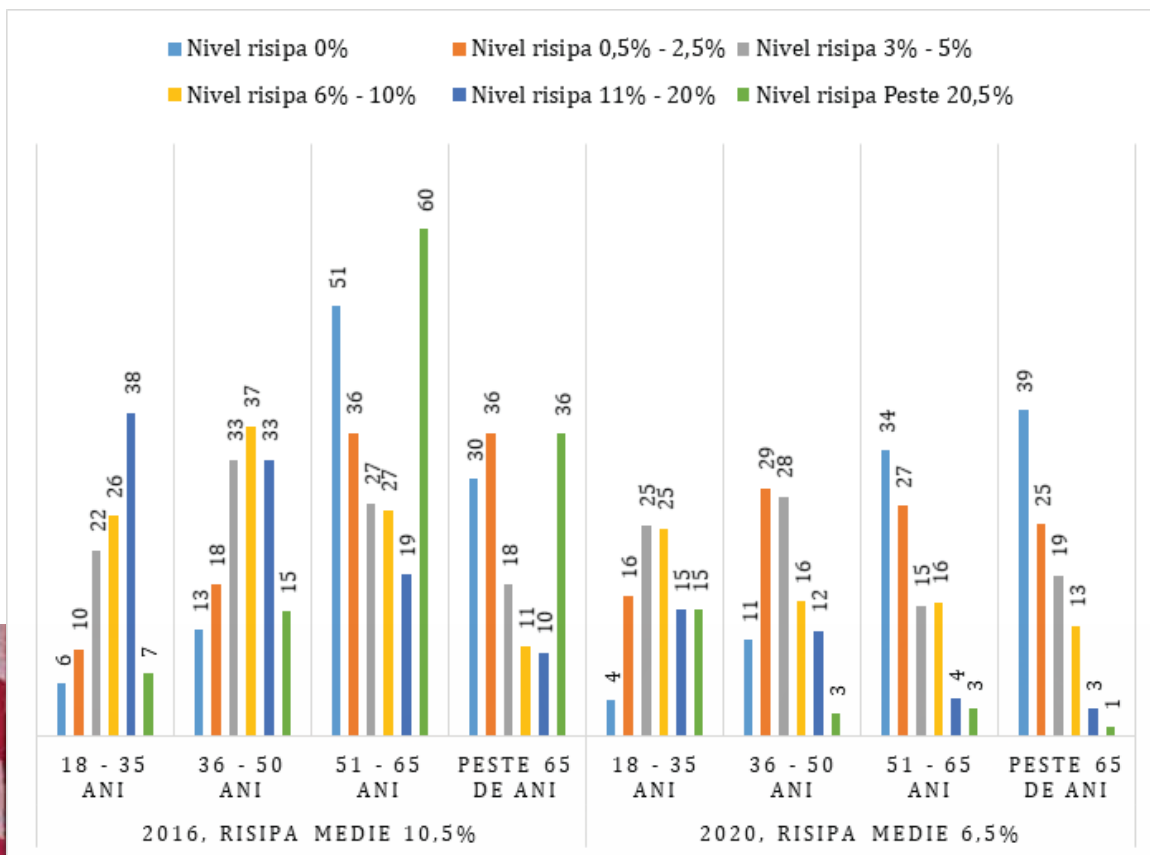
Nivelele ridicate de risipă, de peste 11%, s-au diminuat semnificativ, cu 12 puncte procentuale pentru persoanele de gen feminin și cu 7 puncte procentuale pentru cele de gen masculin.

Ponderea populației care se încadrează sub nivelul mediu de risipă s-a conservat, în cazul ambelor categorii (73/70 procente la persoanele de gen feminin, 67/64 procente la persoanele de gen masculin), chiar dacă nivelul risipei s-a redus semnificativ în această perioadă.

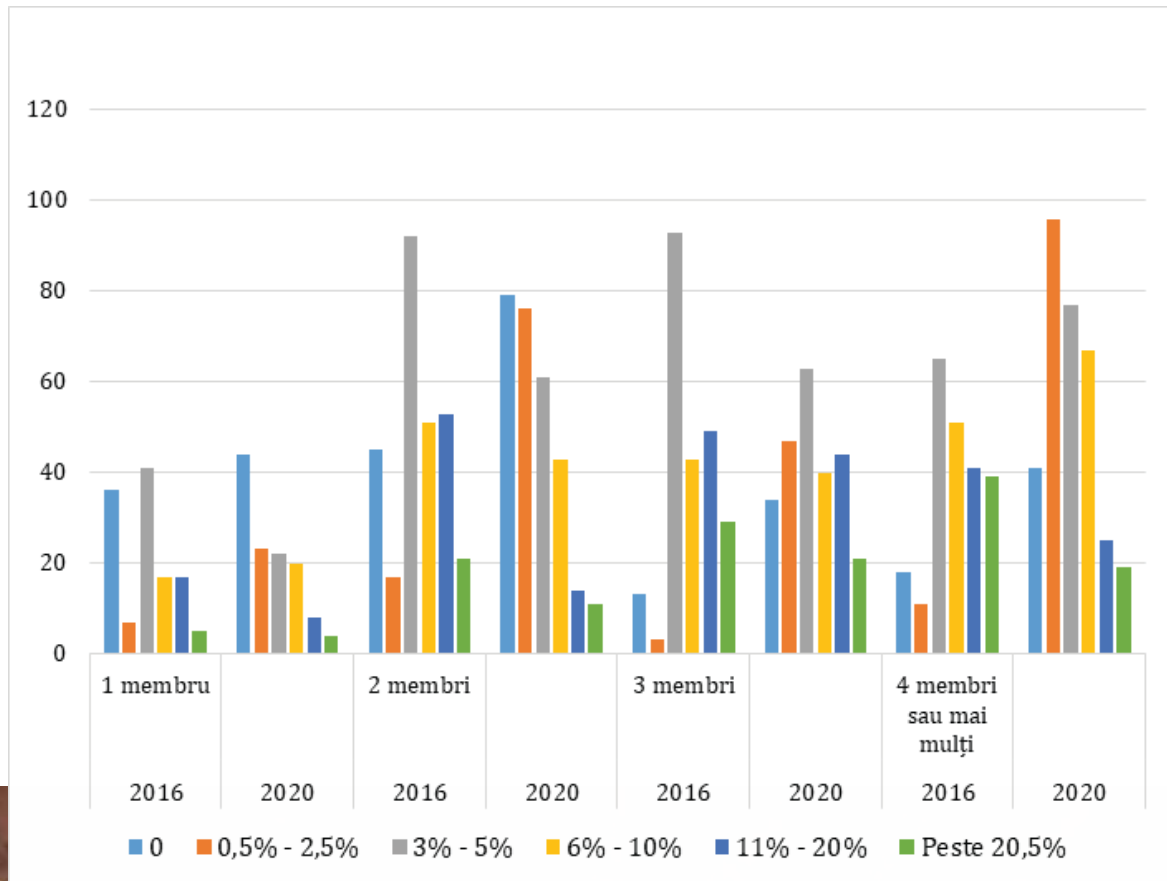


3.2. Influența vârstei

Analiza evoluției în timp a comportamentului risipitor în funcție de vârsta respondenților indică o ponderare a atitudinii la toate categoriile de vârstă, cu un plus pentru categoria 18-35 ani, care are un comportament mai concentrat în zona de risipă sub 5%, ca și a categoriei 51-65 ani. De asemenea, respondenții din categoria de vârstă de peste 65 ani înregistrează în proporție de peste peste 83%, nivele de risipă sub 5%.



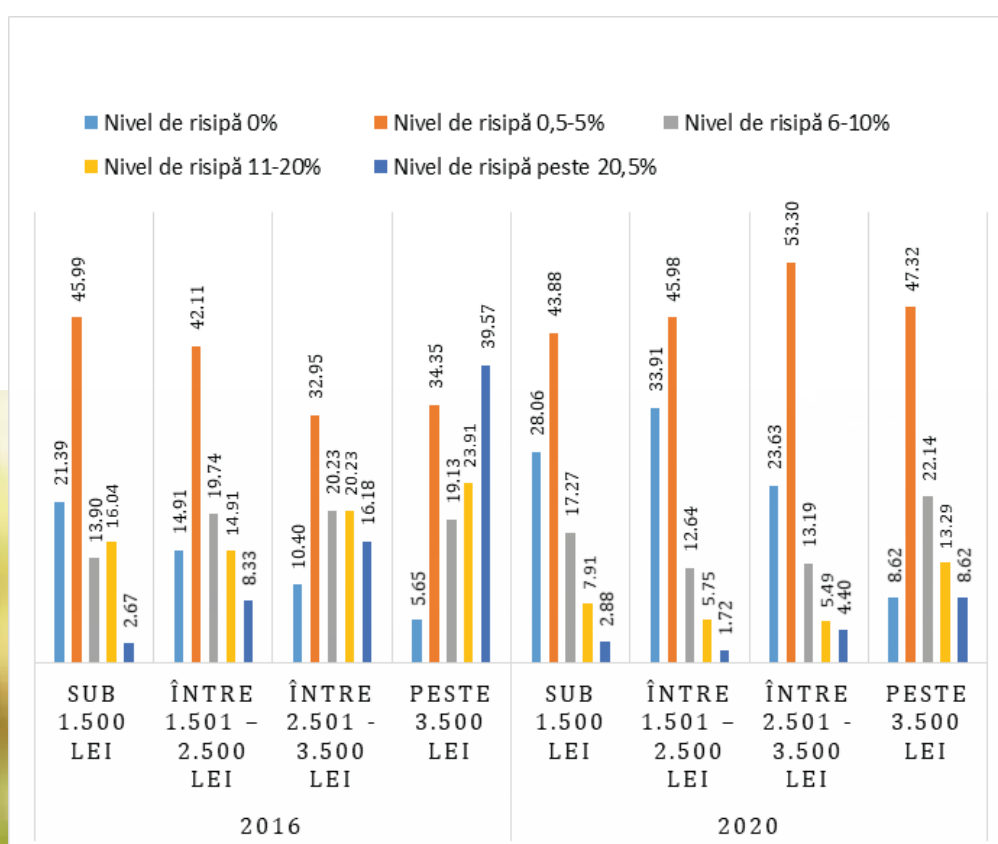
3.3. Influența numărului de membri din gospodărie



3.4. Influența veniturilor

Evoluția ponderii risipei alimentare în rândul populației urbane din România, funcție de venitul lunar pe gospodărie.

Se constată o creștere accentuată a procentului de respondenți (+11,16 puncte procentuale) care raportează zero deșeuri, la toate categoriile de venit, cu o creșteri record de 14 puncte procentuale pentru categoria de venituri între 2.501-3.500 lei și de 19 puncte procentuale pentru categoria de venituri între 1.501-2.500 lei. Această tendință este dublată de scăderea semnificativă a celor care risipesc peste 20,5% din alimentele din gospodărie, o scădere cu peste 11,41 puncte procentuale față de 2016.



CAPITOLUL 4. CONCLUZII

Datele privind studiile cantitative de impact privind risipa alimentară în gospodăriile din mediul urban din România, la nivelul anului 2016 și 2020, arată o tendință clară de diminuare a comportamentului risipitor al consumatorilor.

Această tendință s-a manifestat în condițiile în care puterea netă de cumpărare a populației a crescut în această perioadă, implicit bugetele destinate hranei.

Rezultatele sugerează o mai bună coordonare a activităților privind procurarea, pregătirea și consumul de alimente la nivelul consumatorilor urbani din România, implicit o responsabilitate sporită față de consumul de resurse alimentare în general.

O posibilă explicație este creșterea conștientizării consumatorilor prin campaniile media din perioada 2016-2020, ca și diversele inițiative publice sau private privind reducerea risipei alimentare (frigiderul comunitar, promovarea unor rețete culinare care valorifică resturile alimentare din gospodării).

Eficiența acestor acțiuni este dovedită și de moderarea comportamentului grupurilor de risc din 2016: tinerii sub 35 ani, familiile cu copii minori.