



ROMÂNII și AGRICULTURA





World Vision
ROMÂNIA

ROMÂNII ȘI AGRICULTURA

Sondajul „**Românii și agricultura**” a fost realizat de iVox la solicitarea **World Vision România** și finanțat în cadrul campaniei #GoodFoodForAll, parte a proiectului **Make Europe Sustainable for All**, derulat de Comisia Europeană pentru **promovarea obiectivelor de dezvoltare durabilă din Agenda 2030**.

Metodologie: CAWI

Perioada de colectare a datelor: 01 - 31 martie 2019

Eșantionul studiului este compus din 3426 de respondenți și reproduce, din punctul de vedere al principalelor sale caracteristici, structura socio-demografică a populației utilizatorilor de Internet din România, așa cum decurge din cercetarea Gallup „Piața serviciilor de acces la Internet”, realizată la cererea ANCOM (Autoritatea pentru Administrare și Reglementare în Comunicații). Prin urmare, rezultatele acestui sondaj pot fi extrapolate, cu o minimă marjă de eroare, populației utilizatorilor de Internet din România de vârstă majoră.

MAKE EUROPE SUSTAINABLE FOR ALL

Obiectivele de dezvoltare durabilă constituie planul global de stopare a sărăciei și de protejare a planetei noastre

Care sunt obiectivele proiectului Make Europe Sustainable for All?

1. O societate civilă care promovează dezvoltarea durabilă la nivel european și național;
2. Construirea de coaliții naționale care promovează obiectivele de dezvoltare durabilă;
3. Publicul larg și decidenții politici de la nivel local, național și European să fie conștienți de importanța implementării obiectivelor de dezvoltare durabilă.

Campania Make Europe Sustainable for All integrează aspecte de gen, climă și migrație în trei teme specifice:

- combaterea inegalităților;
- hrană și agricultură durabilă;
- schimbarea modului de producție și consum.

Make Europe Sustainable for All este derulat de 25 de ONG-uri europene, active în domeniul social, care sprijină fermierii, acționează pentru stoparea schimbărilor climatice, protejează mediul, apără drepturile femeilor și tinerilor și egalitatea de gen, sprijină comerțul corect, dezvoltarea, justiția globală și drepturile lucrătorilor.



➤ CONCLUZII

Peste o treime (35,23%) dintre participanții la acest sondaj consideră că rolul agriculturii în țara noastră este unul esențial, iar 29,16% sunt de părere că rolul acestui sector este unul important, dar în scădere ca impact.

În realitate, agricultura este unul dintre puținele sectoare ale economiei care pun țara noastră în fruntea topurilor europene, datorită producțiilor generoase de cereale și plante oleaginoase, România fiind chiar liderul european în producția de miere (2015). Cu toate acestea, doar o treime dintre respondenți consideră că agricultura are un rol esențial în economia României.

7 din 10 respondenți nu iau în considerare posibilitatea de a lucra în domeniul agriculturii.

De zeci de ani, agricultura a fost asociată cu producția alimentelor de bază, la fel cum, prin extensie, a fi agricultor a însemnat să dai cu sapa. Astfel se explică faptul că foarte mulți respondenți, mai bine de două treimi, nu iau în considerare posibilitatea de a lucra în domeniul agriculturii.

Dintre cei care lucrează sau s-au gândit că ar exista pentru ei o posibilitate de a se angaja în domeniul agriculturii, 40,69% consideră atractivă meseria de horticultor, 33,33% consideră și meseria de apicultor ca fiind atractivă și 27,07% preferă peisagistica. Asta cu toate că profesia de agricultor include în prezent, pe lângă clasicele meserii de silvicultor, îngrijitor de animale sau agronom, și alte meserii nu doar atractive, ci și bănoase: tehnician veterinar, mecanic agricol, tehnician agroturism, tehnician industrie alimentară, tehnician protecția plantelor, tehnician agricultură ecologică și chiar inginer genetician, specialist gastronomie sau enolog.

Peste trei sferturi dintre cei care lucrează sau ar lucra în agricultură (76,85%), și-ar dori să-și desfășoare activitatea/meseria aleasă în calitate de antreprenor, iar 17,66%, în calitate de salariați.

Cei mai mulți dintre respondenți sunt de părere că nivelul de pregătire educațională necesar pentru a lucra în domeniul agricol este liceul agricol (36,64%), iar 16,96% consideră că școala gimnazială este suficientă pentru a putea activa în acest domeniu. 10,75% dintre respondenți sunt de părere că nivelul de educație poate fi unul și mai redus - fiind suficiente doar 4 clase.

36,16% dintre români consideră că nivelul de educație oferit elevilor în liceele agricole din țara noastră este unul slab și, într-un procentaj mai mic, de 34,3%, consideră că educația oferită în aceste licee este una bună. La extreme, 14,1% consideră nivelul de educație unul foarte slab și doar 5,69% îl consideră foarte bun.

Astfel, 1 din 2 români nu și-ar da copilul la liceul agricol - doar 20,2% și-ar îndemna copiii să aleagă această specializare la liceu. Așa se explică faptul că multe licee agricole sunt deja desființate, iar cele rămase nu reușesc să atragă elevi la nivelul dorit nici calitativ, nici cantitativ.



Deși două treimi dintre respondenții participanți la sondaj au studii universitare și postuniversitare, cei mai mulți consideră că, pentru a practica agricultura, sunt suficiente liceul agricol (36,81%), școala gimnazială (16,99) sau chiar 4 clase (11,18%).

Aceste date arată că în 2019, în România, agricultura este considerată o ocupație pentru cei care nu au carte. Cu toate acestea, România are nevoie de specialiști în agricultură și de o tânără generație de agricultori.

Pentru a schimba aceste percepții, este necesar să vorbim despre liceele agricole și despre agricultură printr-o campanie care să informeze publicul larg că a fi fermier este un lucru de care să te mândrești, nu un eșec în viață, iar apoi să ducem mesajul mai departe. Avem nevoie de o campanie de promovare care să se adreseze în primul rând tinerilor pasionați de agricultură, care pot alege educația agricolă în cunoștință de cauză, și celor care merg deja pe acest drum. Însă, aspect poate chiar mai important, campania trebuie să se adreseze și publicului larg: trebuie să înțelegem că în 2019 a fi agricultor nu înseamnă că faci muncă manuală necalificată la câmp, că agricultura nu înseamnă sapă și lopată, că agricultura nu este sărăcie și nici un domeniu al trecutului, iar meseria de agricultor nu este o meserie inferioară, ci una care aduce valoare în societate.

Deși cei mai mulți respondenți nu ar alege o carieră în domeniul agriculturii, **mai bine de jumătate - un procent de 57,56% - spun că dacă ar începe o afacere în agricultură, ar considera agricultura ecologică o oportunitate.** Agricultura ecologică este un sector dinamic în România, care a cunoscut în ultimii ani o evoluție ascendentă, atât în sectorul vegetal, cât și în sectorul animalier.

Trei sferturi dintre români înțeleg prin agricultura bio/ecologică produsele sănătoase, fără aditivi sau chimicale. Chiar mai mulți dintre respondenți, 77,79%, spun că ei cumpără produse bio/ecologice. Dezavantajele produselor ecologice, conform respondenților, sunt prețul ridicat (55,32%) și lipsa de încredere în ce este scris pe etichete (28,38%).

O campanie de informare a agricultorilor convenționali despre beneficiile ecologice și socio-economice ale agriculturii ecologice precum și o campanie de promovare a produselor ecologice ar face diferența dintre mit și realitate în acest domeniu.

Pentru a atrage consumatorii, este nevoie de prezentarea informațiilor relevante pentru aceștia în mod transparent, mai exact prezentarea avantajelor produselor bio pentru sănătate, pentru mediu și durabilitatea utilizării resurselor. Simultan, este necesară implementarea unui cadru legislativ de inspecție și certificare a sistemelor de producție, a produselor agricole, a produselor alimentare și furajelor.

Dintre adepții produselor ecologice, 4 din 10 cumpără într-un procent cuprins între 10% și 30%

produse sănătoase și doar 2 din 10 cumpără între 30% și 50% produse bio.

Factorii care i-ar determina pe români să cumpere mai multe produse bio sunt: prețul mai mic (42,41%) și siguranța că produsul pe care îl cumpără chiar este ecologic, fără chimicale (43,4%).

Modalitatea prin care aproape jumătate dintre respondenți (47,52%) se asigură că produsul pe care îl cumpără este bio este să verifice dacă pe etichetă scrie acest lucru, iar un sfert dintre aceștia verifică dacă produsul are pe etichetă certificarea UE. Atunci când vine vorba de sursele din care se informează românii despre agricultura ecologică, cei mai mulți au ales internetul (81,7%), 29,98% se informează de la televizor și 19,06% de la rude sau prieteni.

44,6% dintre respondenți își achiziționează alimentele bio de la supermarketul din zonă, 40,75% achiziționează astfel de produse și din piața agroalimentară și 38,82% de la cunoștințele de la țară. Există un mare grad de confuzie cu privire la produsele eco/bio și produsele sănătoase, dovadă fiind faptul că 77,79% declară că achiziționează alimente bio, dar locul de unde cumpără cei mai mulți - 87,98% - nu oferă niciun fel de certificare de acest tip (din piață, de la țară, de la vânzători ambulanți). Percepția majorității românilor chestionați este că bio/eco înseamnă produse de la țaran/micul producător, lucru nu întotdeauna adevărat. De aceea credem că este nevoie de o campanie de informare pentru publicul larg, potențial consumator, despre ce înseamnă produsele și agricultura ecologică.

Aproape 7 români din 10 ar fi dispuși să plătească în plus pentru alimentele bio. Dintre aceștia, 43,85% ar fi de acord să plătească cu 5 până la 10 % în plus pentru alimentele bio, iar 27,86% ar fi dispuși să plătească chiar cu 10% până la 20% mai mult. 3 din 10 respondenți nu ar fi dispuși să plătească mai mult pentru produsele ecologice.

În ciuda declarațiilor conform cărora ar plăti în plus pentru produse bio, paradoxal, doar un preț mai mic al acestor produse i-ar determina pe 42,41% dintre respondenți să cumpere alimente bio.

De aceea considerăm că este necesară o campanie de educare a publicului despre tehnologiile de producere a alimentelor bio, anume că nu se folosesc:

- îngrășăminte chimice – producțiile sunt mai mici;
- pesticide – culturile sunt mai vulnerabile la boli, paraziți, apar riscuri mari pentru fermieri;
- există și alte restricții.

De aceea, costurile de producție fiind mai mari, este normal ca prețul să fie diferit față de produsele convenționale.

46,7% dintre respondenți sunt de părere că cea mai bună măsură pentru stimularea producției și consumul de alimente eco ar fi politici publice pentru stimularea agricultorilor care cultivă ecologic,

iar 28,84% cred că dacă s-ar crea oportunități noi de comercializare ar stimula producția eco.

Guvernul României a lansat în decembrie 2018 Strategia de Dezvoltare Durabilă a României, care stabilește prioritățile naționale în contextul dezvoltării durabile și al Agendei 2030.

Doar 13,69% dintre respondenți au auzit de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU pe care și România le-a adoptat în 2015 (Agenda 2030), ceea ce demonstrează că sunt necesare acțiuni de informare pentru ca populația să cunoască strategia, să înțeleagă importanța Agendei 2030 și a obiectivelor de dezvoltare durabilă, precum și legătura strânsă dintre cele trei dimensiuni ale acestora: economică, socială, de mediu.

Cele mai recunoscute obiective de dezvoltare durabilă de care și-au amintit sau au auzit aceștia sunt: sănătate și bunăstare (52,67%), educație de calitate (47,12%), apă curată și sanitație (41,15%), energie curată la prețuri accesibile (33,48%), fără sărăcie (34,75%), foamete zero (30,7%), consum și producție responsabile (25,16%). Doar 2,99% au menționat viața terestră, 3,41% viața acvatică și 4,69% inegalitățile reduse, ceea ce arată că nu sunt suficient cunoscute toate cele 17 obiective de dezvoltare durabilă și nici legătura dintre acestea. Programele de educație pentru dezvoltarea durabilă trebuie să devină o prioritate în România, astfel încât cetățenii să afle modalități prin care se pot implica și pot sprijini în mod direct dezvoltarea durabilă la nivel național și global. Obiectivele de dezvoltare durabilă trebuie formulate într-un limbaj mai simplu, care să explice legătura dintre acestea și viața de zi cu zi, astfel încât ele să fie înțelese de categorii diverse de populație: copii, tineri, adulți, vârstnici, care au un rol esențial pentru realizarea Agendei 2030.

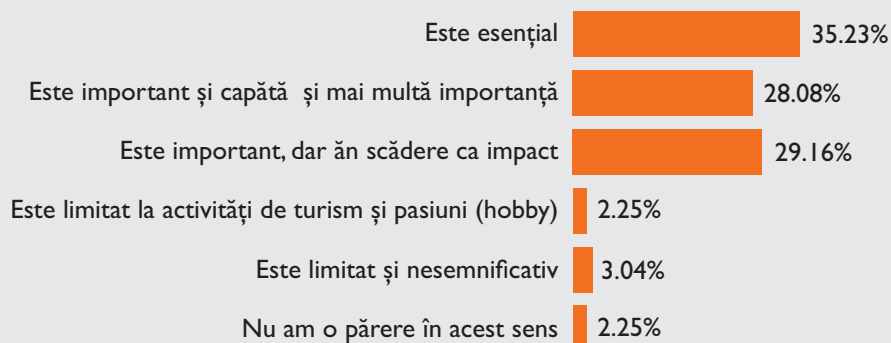
4 din 10 respondenți care au participat la acest sondaj nu au copii. 33,22% au un singur copil, 22,15% au doi copii, 3,01% au trei copii, iar nici 1% au mai mult de trei copii.

Dintre respondenții care sunt părinți, peste jumătate nu au copii de vârstă școlară, 33,75% au un singur copil care este de vârsta potrivită pentru școală, iar 13,03% au doi copii de vârstă școlară.

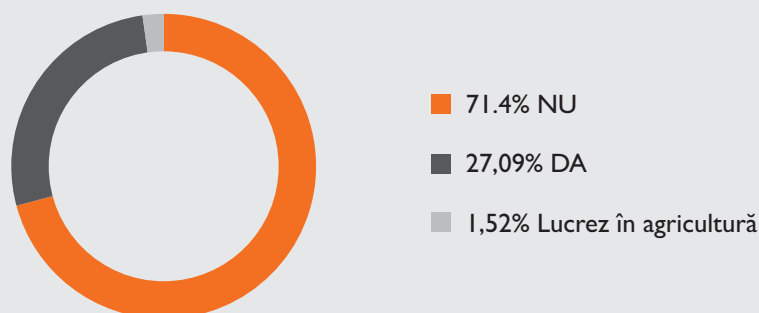


REZULTATE OBȚINUTE

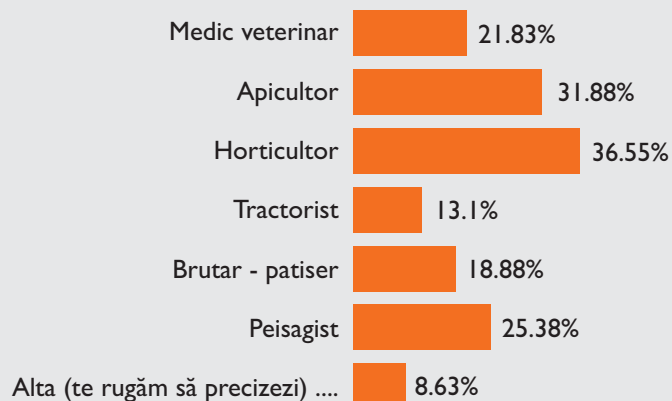
Ce crezi despre rolul pe care îl joacă agricultura în România?



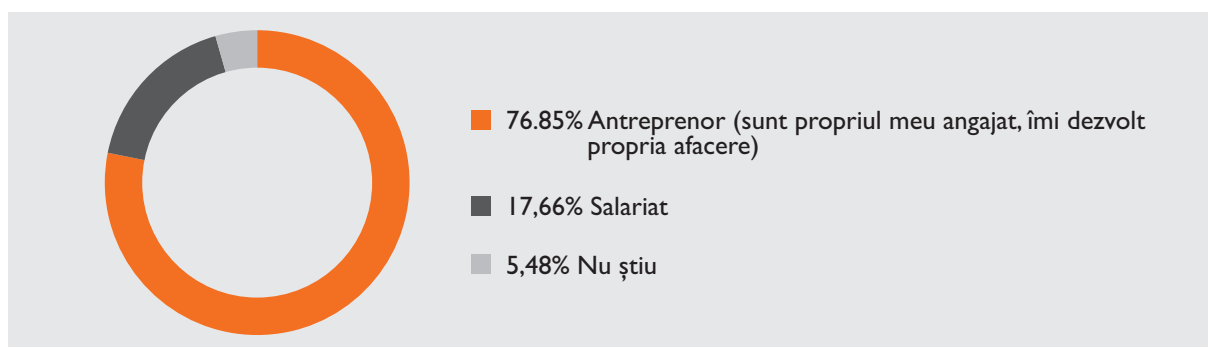
Ai luat vreodată în considerare posibilitatea de a te angaja în agricultură?



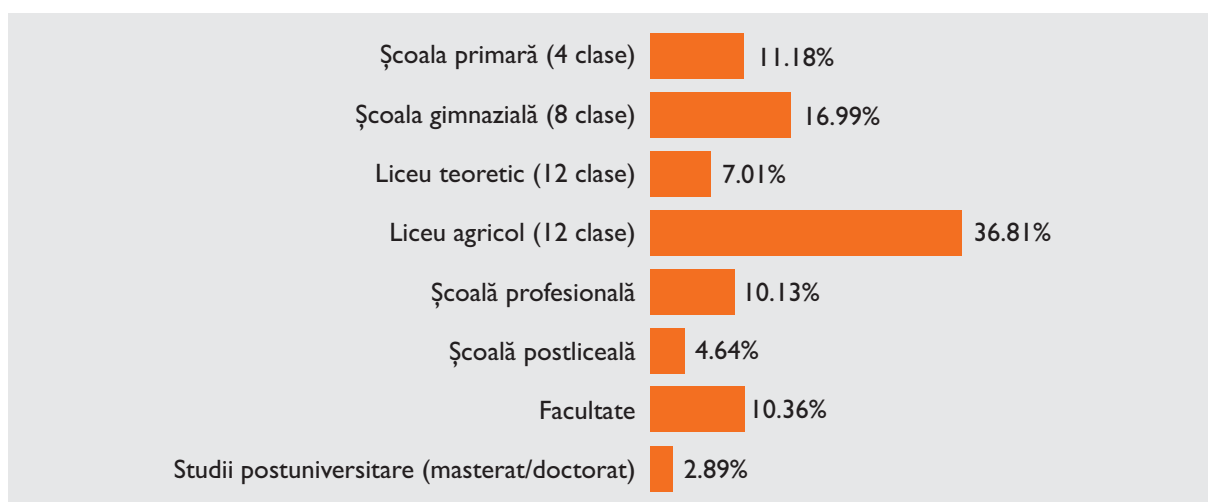
Care dintre următoarele meserii agricole ți se par atractive:



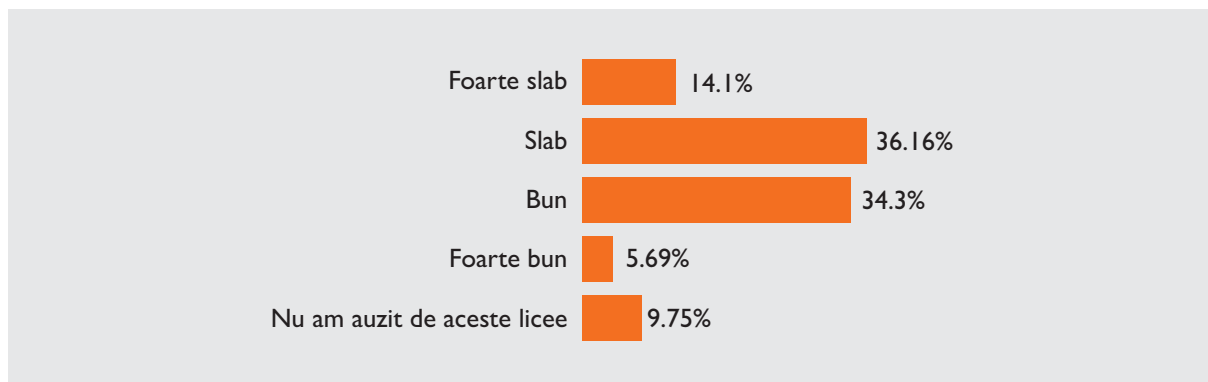
Sub ce formă ți-ar plăcea să desfășori activitatea aleasă?



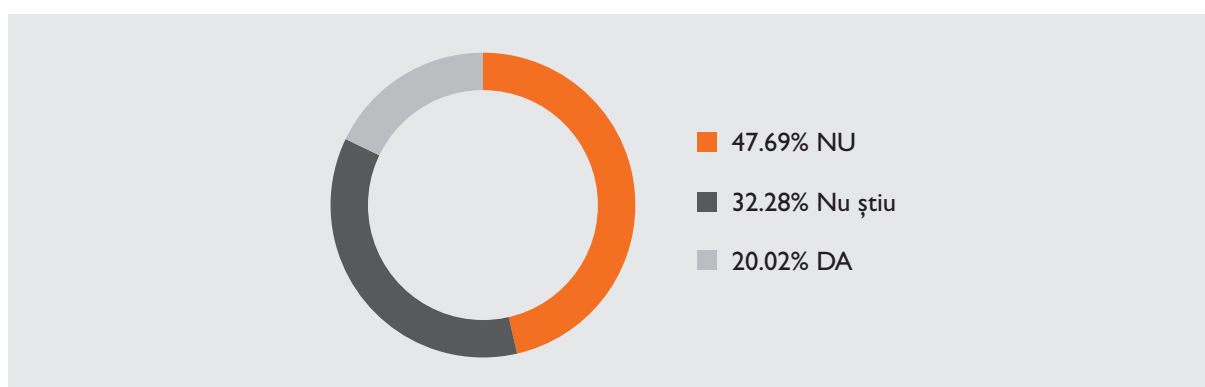
Care consideri că este nivelul de educație necesar pentru a lucra în agricultură?



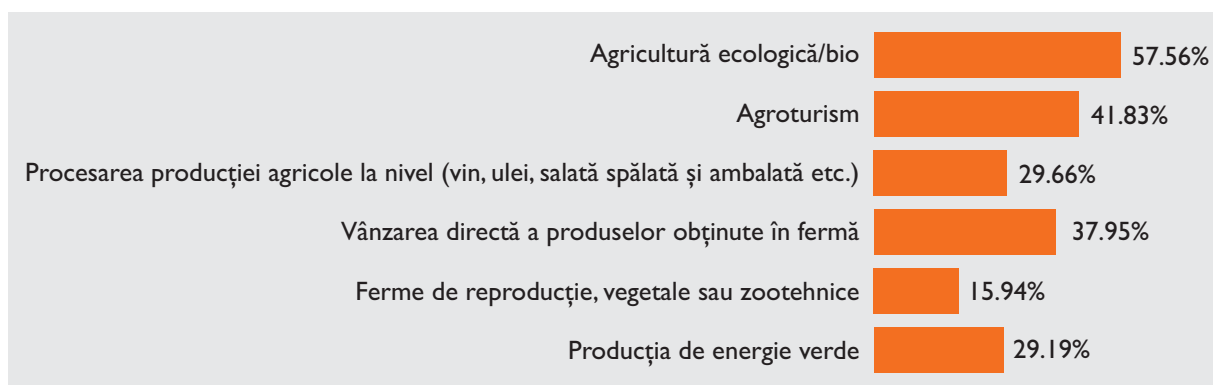
Care consideri că este nivelul de educație pe care îl oferă liceele agricole?



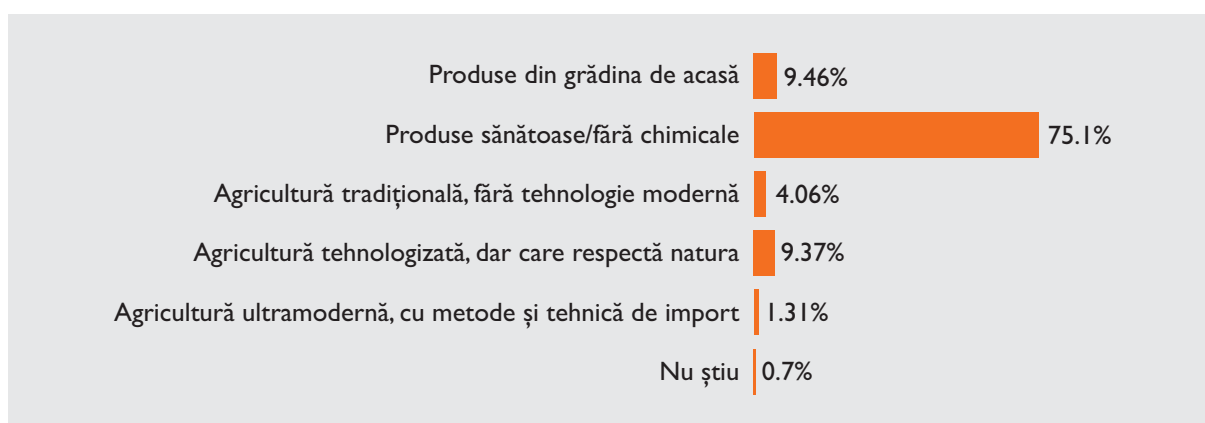
Ți-ai îndemna copilul să urmeze un liceu agricol?



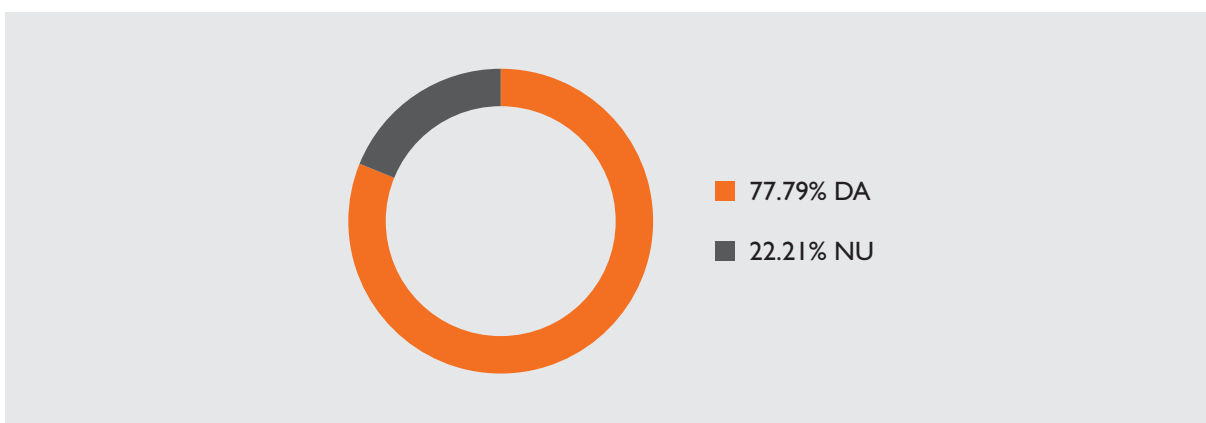
Dacă ai începe o afacere în agricultură, pe care dintre următoarele activități le-ai considera oportune? (răspuns multiplu - maximum 3)



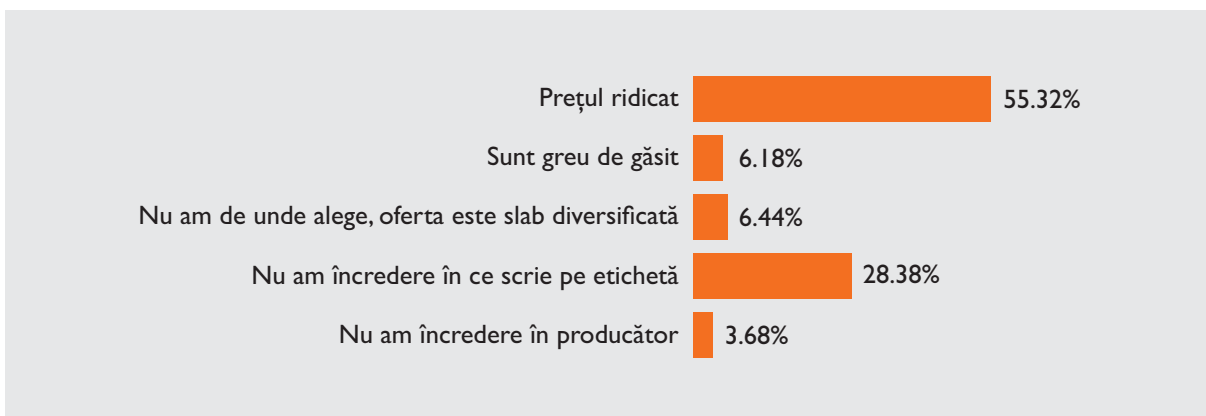
Ce înțelegi prin agricultură ecologică/bio:



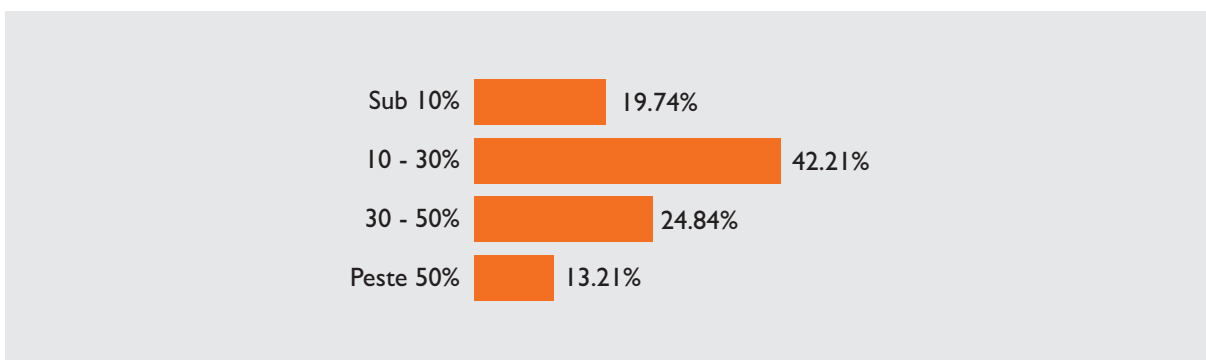
Cumperi alimente ecologice/bio?



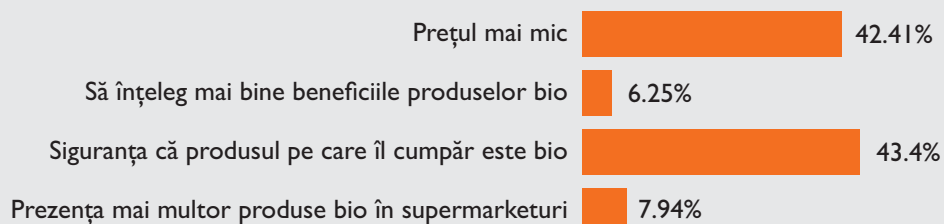
Care este motivul pentru care nu cumperi?



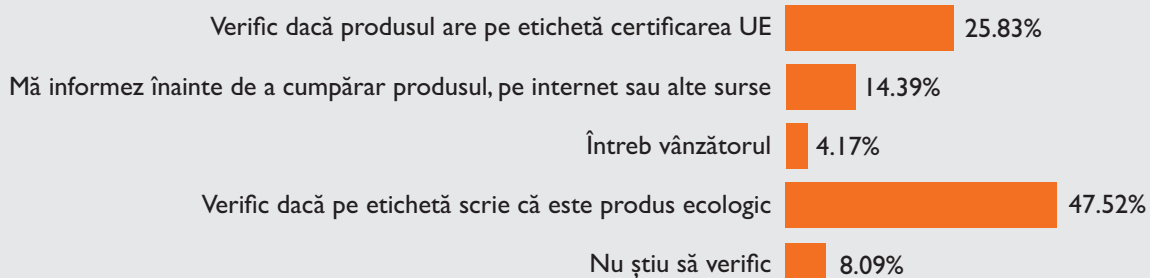
Ce procent din alimentele pe care le achiziționezi sunt ecologice?



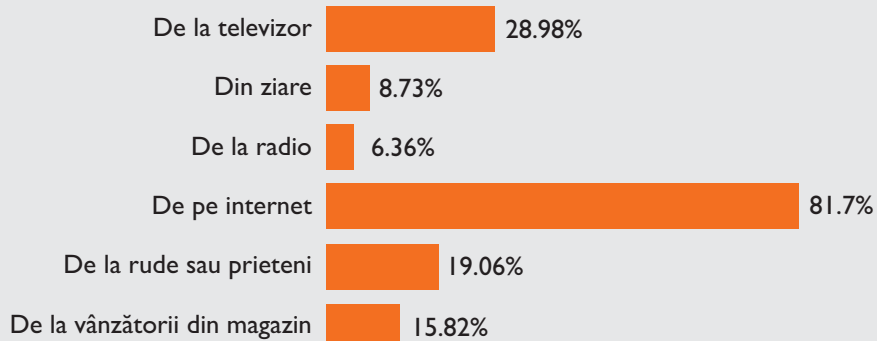
Ce anume te-ar determina să cumperi mai multe produse ecologice/bio?



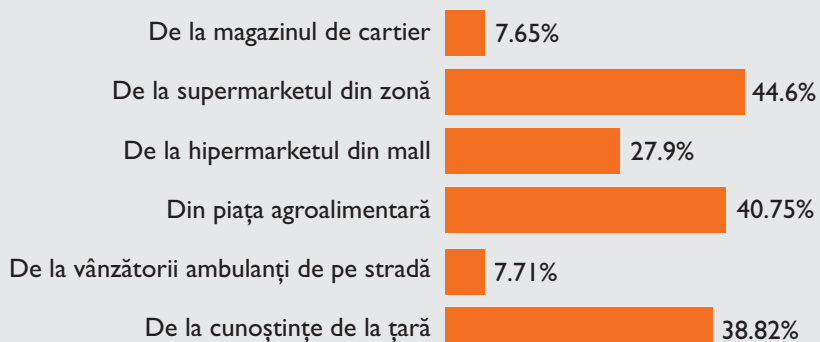
Cum verifici dacă alimentele pe care le achiziționezi sunt ecologice/bio?



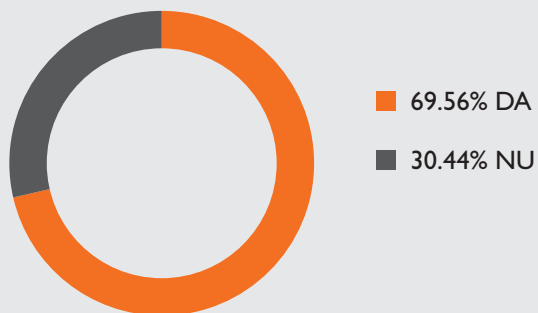
De unde te informezi cu privire la agricultura ecologică?



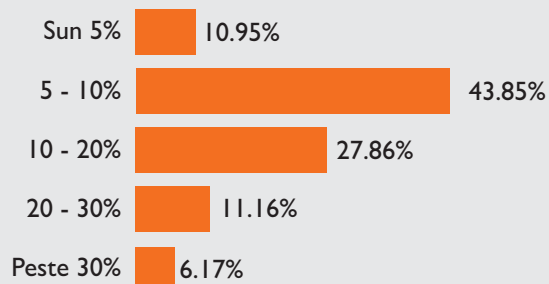
De unde îți procuri alimentele ecologice/bio?



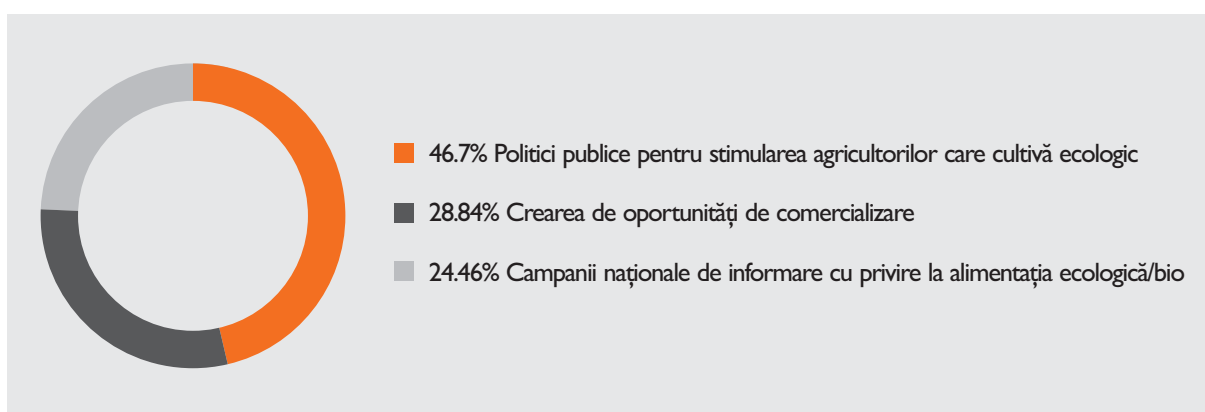
Ai fi dispus(ă) să plătești în plus pentru alimente ecologice/bio?



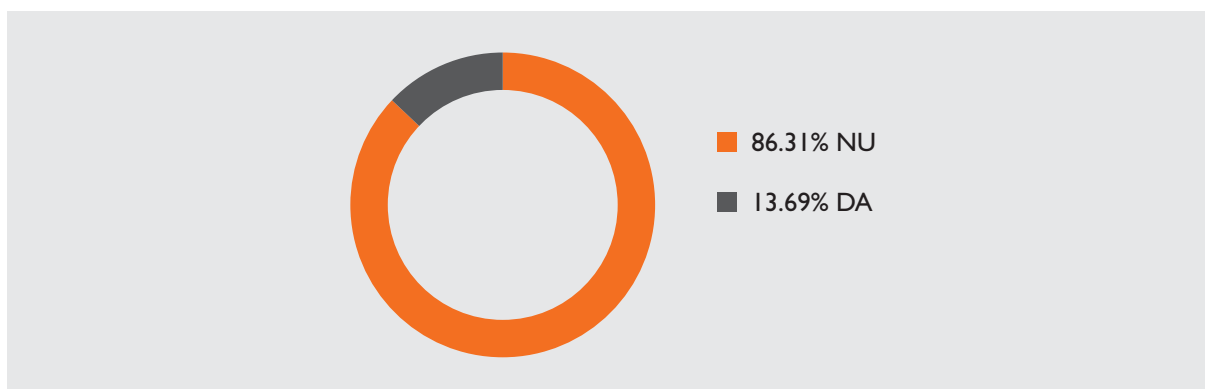
Cât ai fi dispus(ă) să plătești în plus pentru alimente ecologice/bio?



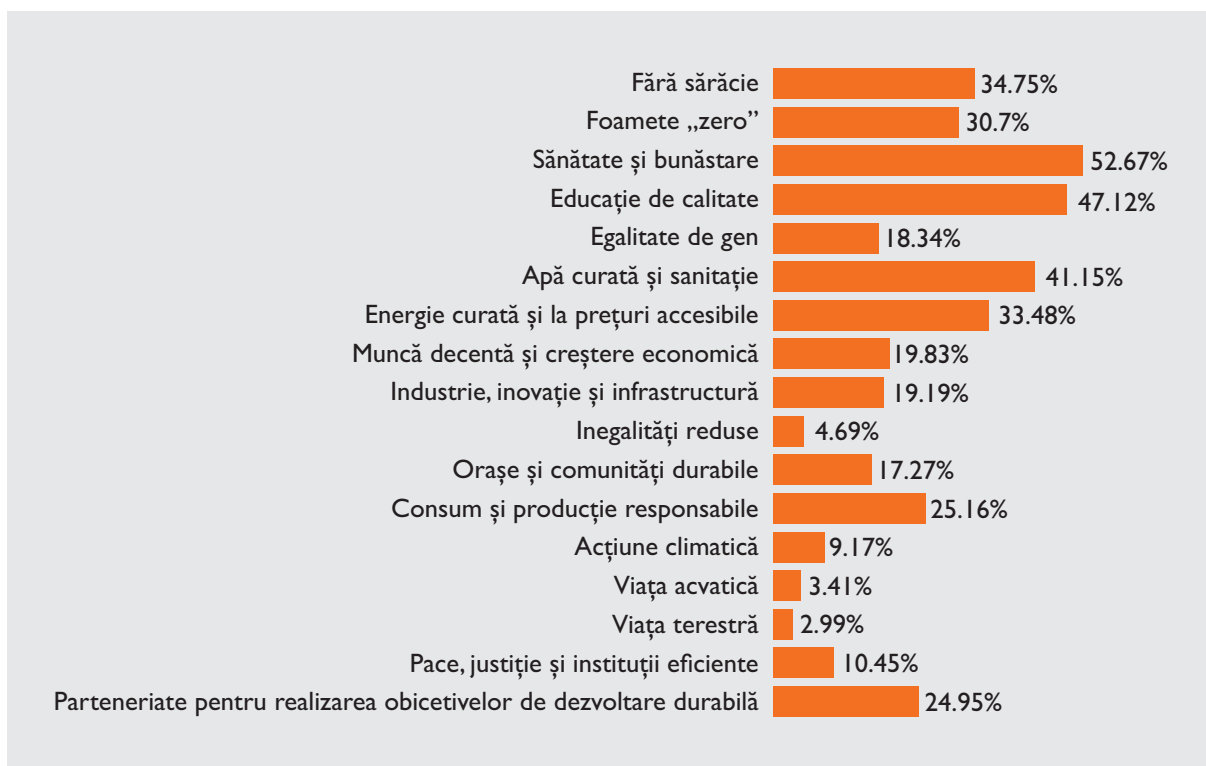
Ce măsuri crezi că ar trebui luate pentru stimularea producției și consumului de alimente ecologice/bio?



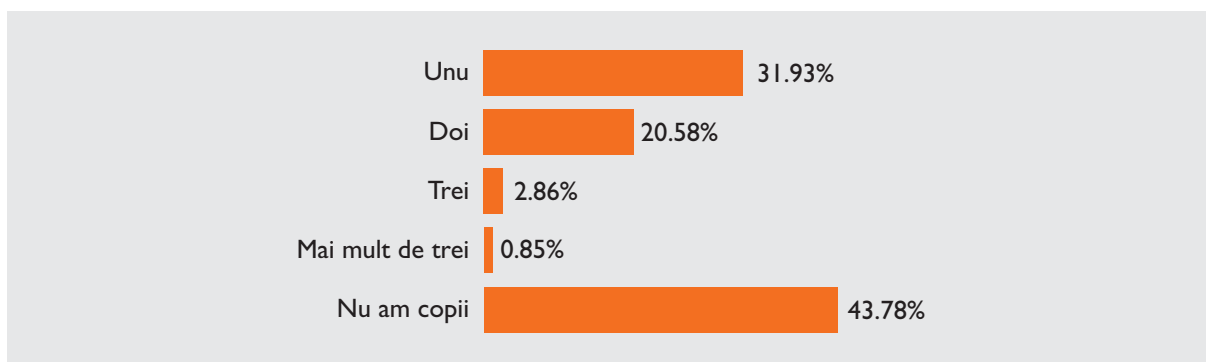
Ai auzit de Agenda 2030 / Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU, pe care și România le-a adoptat în 2015?



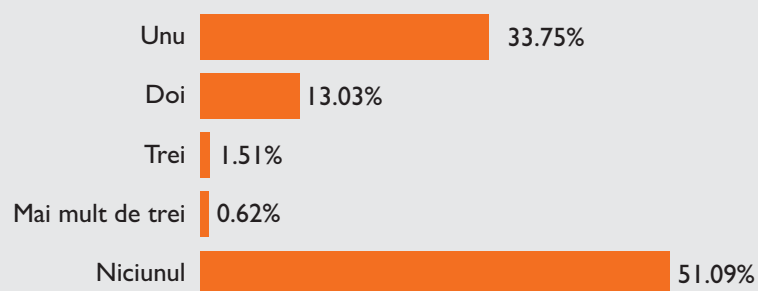
Care sunt obiectivele de dezvoltare durabilă de care ai auzit? (se pot bifa maximum 5)



Câți copii ai?



Câți dintre copii sunt de vârstă școlară?

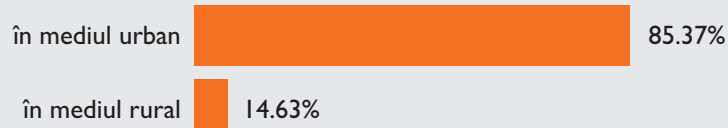


SOCIO-DEMOGRAFICE

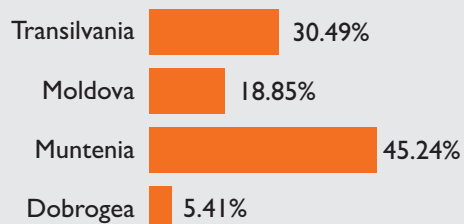
Repartizarea pe sex a respondenților



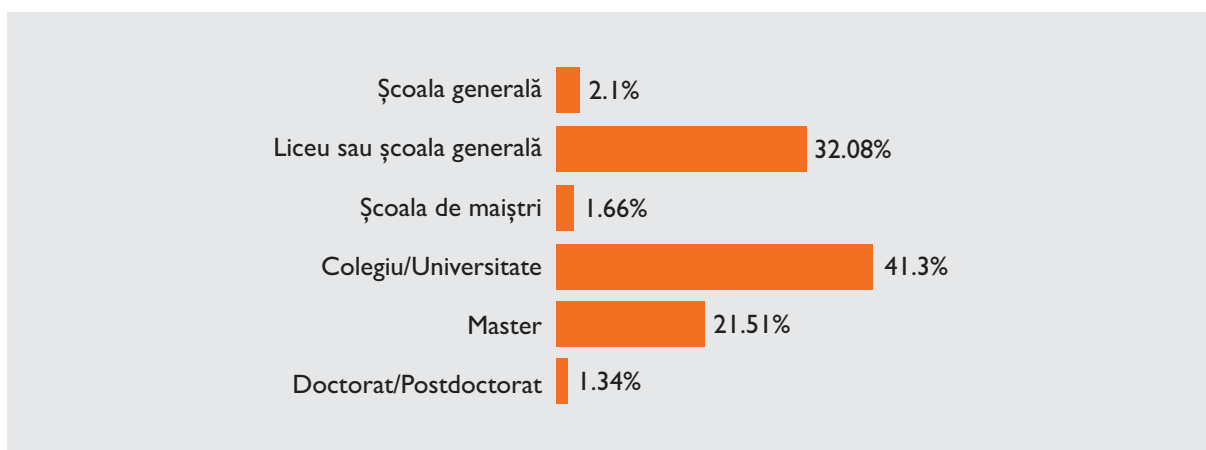
Repartizarea pe mediu de reședință a respondenților



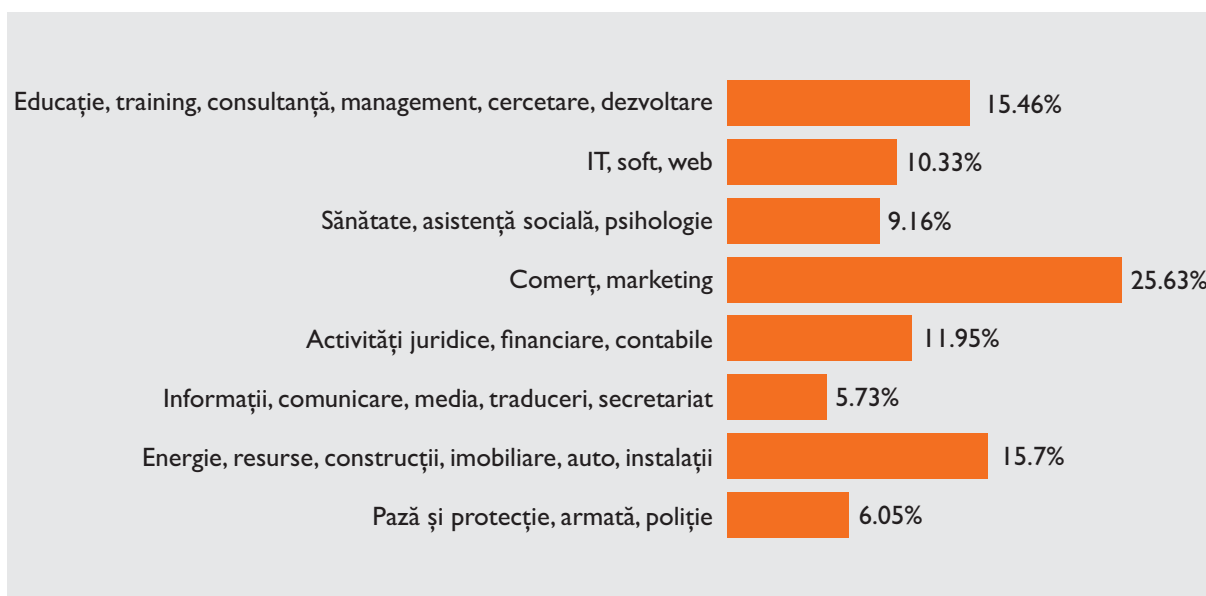
Repartizarea pe regiuni



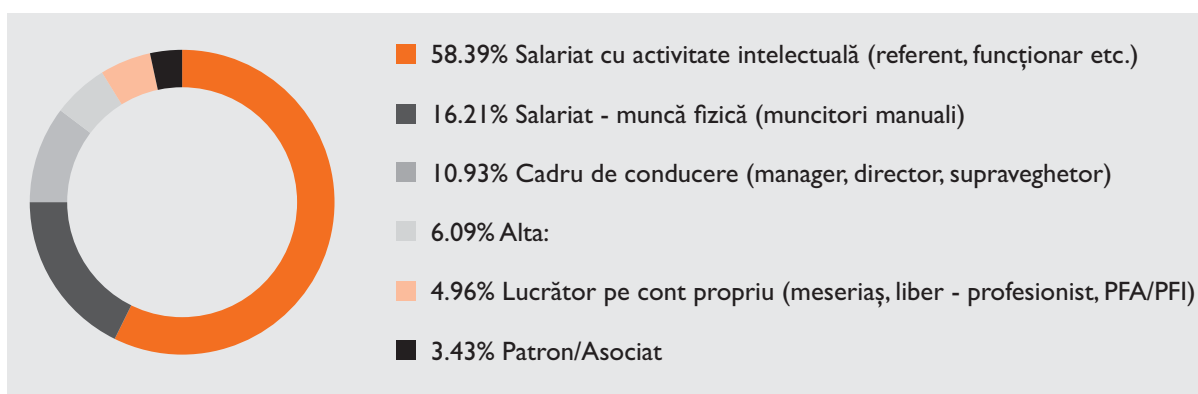
Ultima școală absolvită



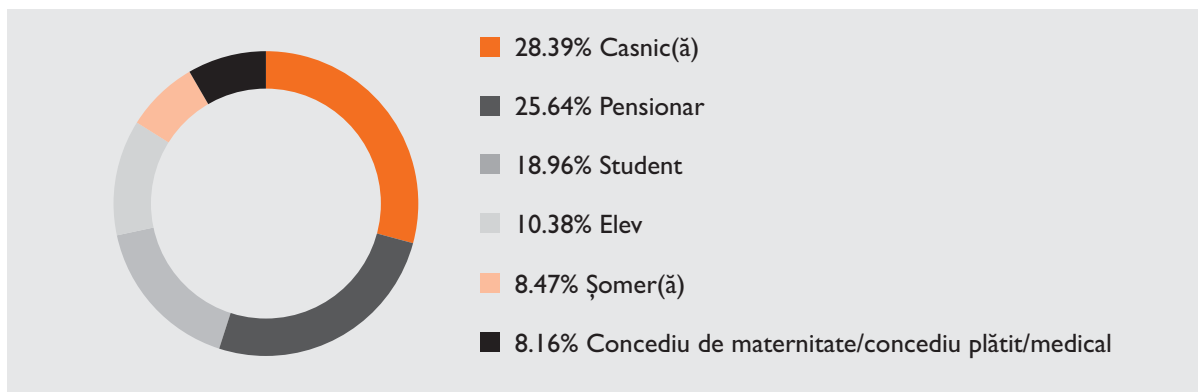
Domeniul în care lucrezi



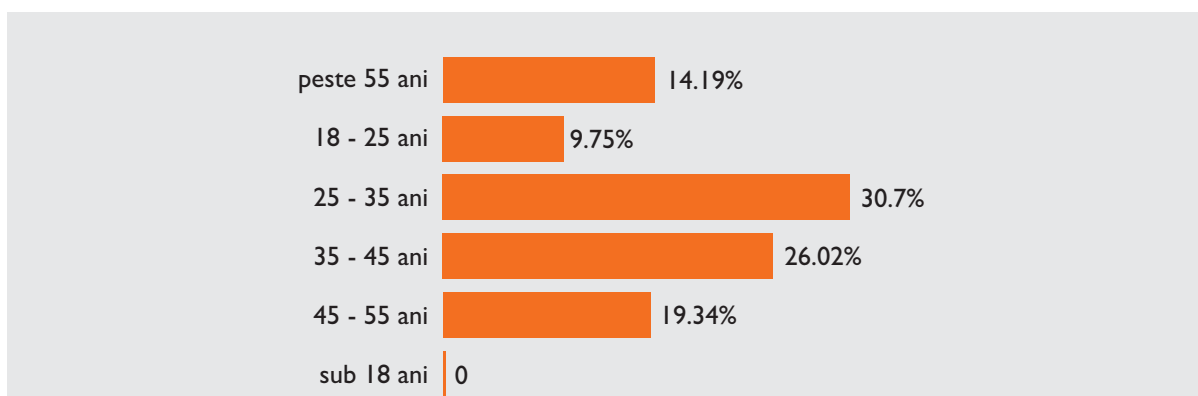
Ce poziție ocupați



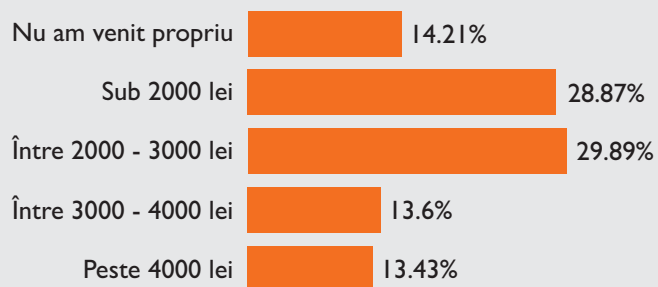
Activitatea celor care nu au un loc de muncă



Repartizarea pe vârste



Venitul net personal







Proiect Finanțat de Uniunea Europeană.
Responsabilitatea privind această publicație revine integral Fundației World Vision România. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.