

GRADUL DE INFORMARE A CONSUMATORULUI AUTOHTON PRIVIND ÎMBRĂCĂMINTEA RECICLATĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Iulia PERCIUN,
National Institute for Economic Research,
Academy of Economic Studies of Moldova
E-mail: perciuniulia.ince@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1518-9949>

DOI: <https://doi.org/10.36004/nier.cecg.III.2024.18.18>

Abstract. *This article discusses the main trends in EU policies related to the textile industry, as well as the level of consumer awareness in the Republic of Moldova regarding recycled clothing. The research is based on an empirical analysis of the situation in the Republic of Moldova. The aim of this research is to conduct a survey to assess the level of knowledge and awareness regarding the use of recycled clothing in the Republic of Moldova. To achieve the proposed objective, general scientific methods were applied, including analysis, synthesis, clustering, surveys, interviews, statistical processing of empirical data, graph methods, comparison, grouping, etc. The data presented in this study were collected through telephone interviews based on a questionnaire and systematized on the Google Forms platform. The data collection period was from February 1, 2024, to May 20, 2024. The number of respondents was 662.*

Keywords: *circular economy, recycling, textiles, recycled clothing*

JEL: *L67, Q01 Q02, Q53, Q56*

UDC: *502.174:687(478)*

Introducere. Agenția Europeană de Mediu indică faptul că producția globală de fibre textile s-a triplat din 1975. În prezent, 60% dintre aceste fibre sunt sintetice, poliesterul fiind cea mai utilizată, iar majoritatea fibrelor naturale sunt din bumbac (EEA, 2023). Conform Comisiei Europene, Uniunea Europeană are aproximativ 171.000 de companii în industria textilă, inclusiv producători de îmbrăcăminte, care angajează 1,7 milioane de oameni. În 2017, UE a produs 7,4 kg de textile pe persoană, dar a consumat aproximativ 26 kg per persoană, indicând că UE este un importator net de textile, importând în principal produse finite din Asia. În schimb, exporturile UE constau în mare parte din produse textile intermediare, cum ar fi fibre tehnice și țesături de înaltă calitate, domenii în care industria europeană este deosebit de specializată (Parlamentul European, 2023). Astfel, protecția mediului a devenit unul din obiectivele principale ale omenirii pentru viitorul curat, care poate fi asigurată doar prin eforturile comune ale tuturor. Intrările de resurse și impactul asupra mediului și climei în sistemul textil apar în fiecare etapă: de la producția de fibre și produse textile, la distribuție și retail, utilizarea textilelor, colectare, sortare și reciclare, până la gestionarea finală a deșeurilor.

În acest articol, se vor reflecta o parte din rezultatele studiului empiric realizat în cadrul Subprogramului 030101 „Fortificarea rezilienței, competitivității și durabilității economiei Republicii Moldova, în contextul procesului de aderare la Uniunea Europeană”, finanțare instituțională”. Înțelegerea comportamentului consumatorilor este o sarcină complexă și multifacetică. Primul aspect care contribuie la complexitatea înțelegerii comportamentului consumatorilor este identificarea gradului de informare și conștientizare a persoanelor. Scopul principal al acestei cercetări este de a realiza un sondaj de opinie pentru evaluarea gradului de cunoștințe, conștientizare privind utilizarea îmbrăcămintei reciclate.

Literatura revizuită. În anul 2019, Comisia Europeană a identificat textilele (îmbrăcămintea și țesăturile) ca fiind o „categorie de produse prioritare pentru economia circulară” în cadrul produselor sustenabile într-o economie circulară. Deoarece îmbrăcămintea reprezintă cea mai mare parte a consumului de textile în UE (81%), tendințele de utilizare a hainelor pentru perioade tot mai scurte înainte de a le arunca, contribuie cel mai mult la modelele de comportament nesustenabile și de supraproducție și supraconsum (AEM, 2023). Aceste tendințe au devenit cunoscute sub denumirea de fast fashion, atrăgând consumatorii să cumpere în continuare îmbrăcăminte de calitate inferioară și la prețuri mai mici, produse rapid ca răspuns la cele mai recente tendințe. Deși între anii 1996 și 2018, prețurile hainelor în UE au scăzut cu peste 30% în raport cu inflația, cheltuielile medii ale gospodăriilor pentru îmbrăcăminte au crescut. Acest comportament nesustenabil al consumatorilor se bazează pe modelul liniar caracterizat prin rate scăzute de utilizare, reutilizare, reparare și reciclare și care, adesea, nu prioritizează calitatea, durabilitatea și reciclabilitatea. (Parlamentul European, 2023).

Producția de fibre naturale (cum ar fi bumbacul, lâna sau inul) necesită mari cantități de apă, teren agricol și alte resurse. De exemplu, producția de bumbac este cunoscută pentru consumul său intens de apă și pentru utilizarea pesticidelor și a îngrășămintelor chimice care pot afecta calitatea solului și apa subterană. Cultivarea intensivă a fibrelor naturale poate duce la pierderea biodiversității din cauza conversiei terenurilor naturale în terenuri agricole. Producția de fibre sintetice, cum ar fi poliesterul și nylonul, implică utilizarea de substanțe chimice toxice și petrochimice, care pot elibera compuși organici volatili (COV) și alte poluanți în atmosferă și ape. Conform AEM (2023), îmbrăcămintea, încălțămintea și textilele pentru uz casnic reprezintă a patra categorie cu cea mai mare presiune după alimente, locuințe și transport, în ceea ce privește utilizarea totală a materiilor prime primare în lanțul de aprovizionare pentru consum în UE.

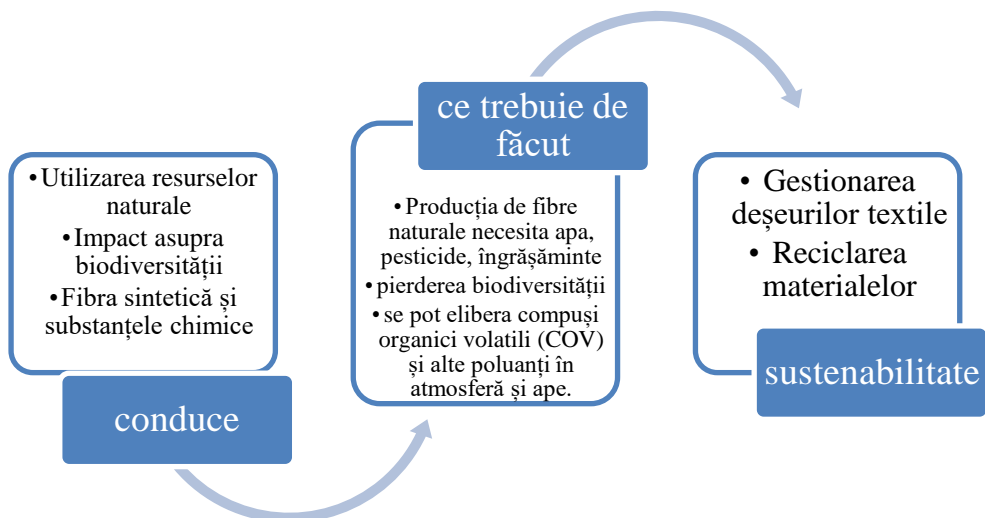


Figura 1. **Impactul modelului liniar al industriei textile asupra mediului**

Sursa: elaborat de autor

Conform „Strategiei UE pentru textile durabile și circulare”, până în anul 2030, produsele textile plasate pe piața UE vor fi durabile și reciclabile, fabricate în mare parte din fibre reciclate, lipsite de substanțe periculoase și produse cu respectarea drepturilor sociale și a mediului. Consumatorii beneficiază mai mult timp de textile de înaltă calitate la prețuri accesibile, moda rapidă (fast fashion) iese din tendințe, iar serviciile economice profitabile de reutilizare și reparare sunt larg disponibile. Într-un sector textil competitiv, rezilient și inovator, producătorii își asumă responsabilitatea pentru produsele lor de-a lungul lanțului valoric, inclusiv atunci când acestea devin deșeuri. (EU Strategy, 2023). Strategia UE pentru textile durabile și circulare vizează transformarea sectorului textil într-unul mai sustenabil și mai ecologic. Principalele obiective ale strategiei sunt arătate în Figura 2.

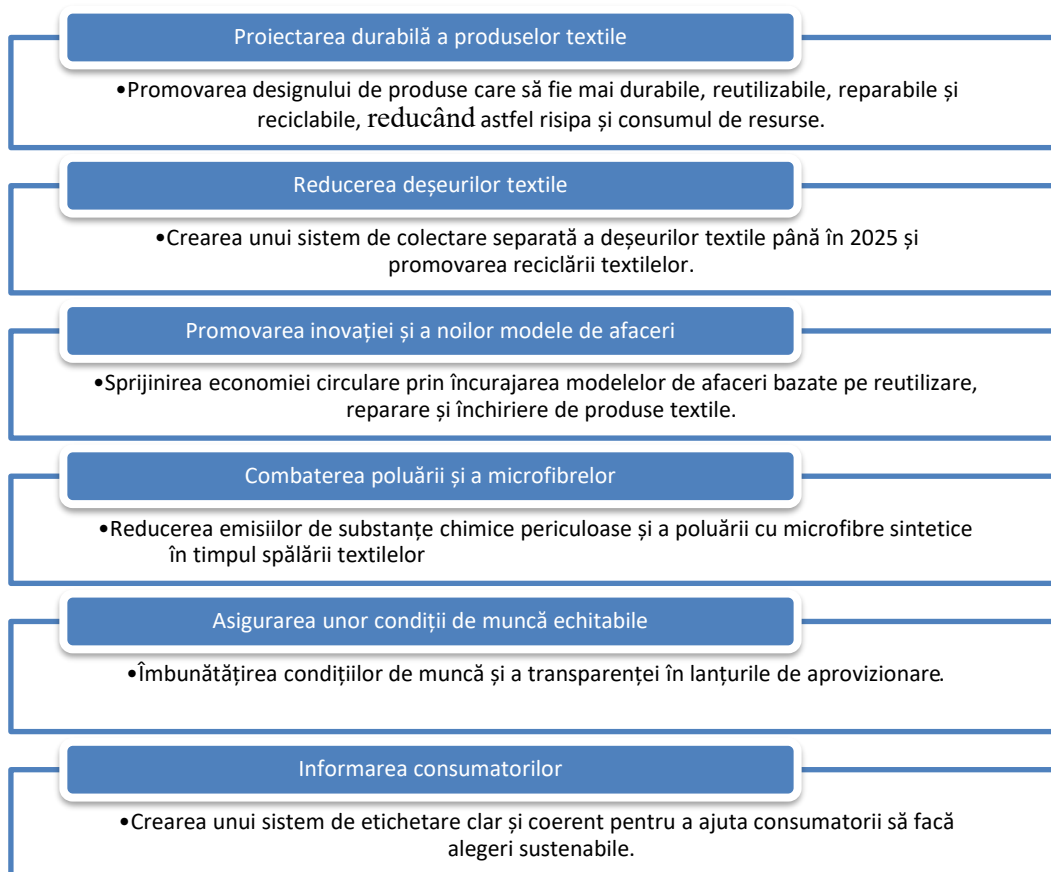


Figura 2. **Principalele obiective ale Strategiei UE pentru textile durabile și circulare**
Sursa: elaborat de autor

Strategia UE pentru textile durabile și circulare include mai mulți indicatori pentru a măsura progresul și impactul inițiativelor propuse, cum ar fi: durata de viață a produselor textile, rata de reciclare a acestora, reducerea emisiilor de carbon, consumul de resurse și materii prime, cantitatea de microfibre sintetice eliberate în mediul înconjurător și adoptarea modelelor de afaceri circulare. De asemenea, se include evaluarea conștientizării și schimbării comportamentului consumatorilor în ceea ce privește alegerea textilelor sustenabile și circulare. Comportamentul consumatorului poate fi influențat de mai mulți factori și poate varia în funcție de conștientizarea problemelor de mediu, accesibilitatea hainelor reciclabile, preț și calitate, cum ar fi: conștientizarea și educația, accesibilitate și disponibilitate, preț și calitate, beneficii adiționale (Soumita Kundu et, 2024).

Implicarea emoțională scăzută îi determină pe consumatori să scape de produse prin revânzare pentru a obține beneficii financiare. (Hennies and Stamminger, 2016). Obsolescența este adesea prezentată într-o lumină negativă. Astfel, conform Jayne Cox, Sarah Griffith, Sara Giorgi, Geoff King (2016), aruncarea produselor

înainte de a se strica sau a fi defecte este o practică centrală în comportamentul de consum din economiile dezvoltate, cum ar fi Marea Britanie. Produsele sunt adesea aruncate din motive de modă sau pentru a ține pasul cu avansurile tehnologice, mai degrabă decât pentru că au ajuns la sfârșitul vieții lor funcționale. Aceste comportamente contribuie la epuizarea resurselor, emisiile de gaze cu efect de seră și deșeurile fizice care trebuie gestionate. Extinderea duratei de utilizare a produselor (fie că sunt folosite de proprietarii lor inițiali sau de alții ulteriori) poate contribui la o mai mare eficiență a resurselor, având un potențial semnificativ de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră (Jayne Cox, et, 2016).

Metodologia cercetării. Pentru realizarea obiectivului propus au fost aplicate metodele științifice generale: sinteza, analiză, sondajul, interviul, prelucrarea statistică a datelor empirice, metoda graficelor, comparația, gruparea etc. *Suportul informațional al cercetării este preponderent asigurat de:* legislația, politicile și strategiile europene din domeniul industriei textilelor, sustenabilității produselor textile și un chestionar elaborat, care conține 6 seturi de întrebări grupate în dependență de factorii selectați. În acest articol se vor reflecta rezultatele răspunsurilor din setul 6: Factorul 6. Gradul de informare. Întrebările adresate au fost: 6.1. Cunoașteți ce este reciclare? 6.2. Cunoașteți ce înseamnă produse reciclabile? 6.3. Aveți suficiente informații pentru a fi un consumator de produse reciclabile? 6.4. Vreau să cumpăr îmbrăcăminte din produse reciclabile, dar nu știu care sunt. Datele prezentate în acest studiu au fost colectate prin metoda Interviuurilor telefonice pe baza chestionarului menționat, iar răspunsurile au fost prelucrate și sistematizate atât pe Platforma Google forms. Perioada de culegere a datelor 01 februarie 2024 - 20 mai 2024. Numărul de respondenți - 662 persoane, din care 44 % au fost respondenți de genul feminin, și 45,9% - genul masculin. Categoria de vârstă a celor mai activi respondenți a fost încadrată în limita 36-40 ani (circa 24%), vârsta 26-35 ani (circa 19%). Circa 54% din respondenți sunt cu studii superioare, 32 % au studii profesionale și 13% - sunt cu studii medii. Repartiția geografică aproximativ egală dintre cele 3 Regiuni ale R. Moldova: Nord, Sud și Centru. Totuși, se atestă că circa 27% din respondenți sunt din mun. Chișinău. Per total circa 44 % din respondenți sunt din mediul rural.

Principalele rezultate. Gradul de informare și educare a societății noastre cu privire la principiile economiei circulare rămâne relativ scăzut, în ciuda eforturilor continue ale factorilor de decizie, mediului academic și mass-mediei de a crește conștientizarea asupra acestui subiect important. Economia circulară, care promovează reducerea risipei, reutilizarea și reciclarea resurselor pentru a minimiza impactul asupra mediului, nu este încă pe deplin înțeleasă de o mare parte a populației.

Conform datelor colectate, 25% dintre respondenți nu cunosc ce înseamnă reciclarea, ceea ce indică o lipsă semnificativă de educație de bază în acest domeniu. Aici putem relata mai multe ipoteze fie lipsa de acces la informații, fie lipsa informațiilor mai clare și mai accesibile, fie lipsa de interes a respondenților. De

asemenea, 30% dintre respondenți nu sunt siguri ce înseamnă reciclarea, ceea ce sugerează că, deși poate au auzit de concept, nu au o înțelegere clară sau completă a acestuia.

Doar 45% dintre respondenți au declarat că știu ce înseamnă reciclarea. Acest nivel relativ scăzut de conștientizare este îngrijorător, având în vedere importanța crucială a reciclării în reducerea deșeurilor și în protejarea resurselor naturale.

Cunoașteți ce este reciclare?

662 de răspunsuri

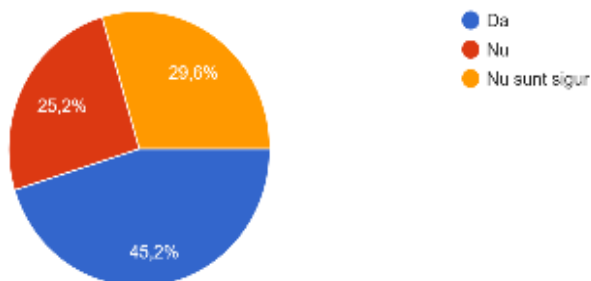


Figura 3. Răspunsurile respondenților privind cunoașterea noțiunii ”reciclare”

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

În ceea ce privește cunoștințele despre produsele reciclabile, datele sunt similare. Aproximativ 30% dintre respondenți nu știu ce înseamnă produsele reciclabile, ceea ce reflectă o altă lacună în educația privind sustenabilitatea. Încă 22% dintre respondenți nu sunt siguri, arătând că există o confuzie generală în rândul populației cu privire la ce produse pot fi considerate reciclabile și cum pot contribui acestea la un mediu mai curat și mai durabil.

Doar 48,5% dintre respondenți au indicat că știu ce înseamnă produsele reciclabile, ceea ce, deși este ușor mai mare decât procentul celor care cunosc ce este reciclarea, rămâne un procent insuficient pentru a susține tranziția către o economie circulară eficientă. Aceste rezultate evidențiază necesitatea unor inițiative de educare mai bine direcționate și a unor campanii de sensibilizare care să includă exemple concrete și tangibile de produse reciclabile și de beneficiile utilizării acestora.

Cunoașteți ce înseamnă produse reciclabile?

662 de răspunsuri

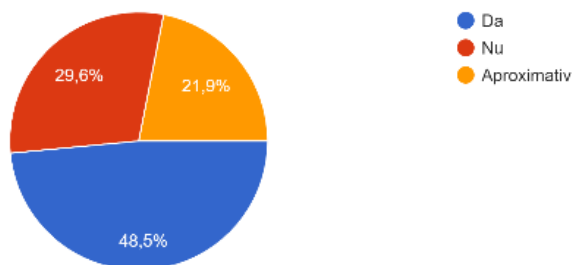


Figura 4. Răspunsurile respondenților privind cunoașterea noțiunii ”produse reciclabile”

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

Studiul a relevat nivelul de percepție al respondenților în ceea ce privește gradul lor de informare cu privire la consumul de produse reciclabile. Rezultatele arată că jumătate dintre respondenți (50%) consideră că dețin informații suficiente pentru a lua decizii informate ca și consumatori de produse reciclabile. Acești respondenți se simt încrezători în capacitatea lor de a identifica și alege produse reciclabile și de a înțelege impactul pozitiv al acestor alegeri asupra mediului. Ei sunt familiarizați cu etichetele ecologice, certificările de sustenabilitate și au cunoștințe despre importanța reciclării și a utilizării materialelor reciclate în diverse produse.

Pe de altă parte, 36% dintre respondenți au răspuns negativ, indicând faptul că nu se simt suficient de informați pentru a fi consumatori de produse reciclabile. Aceasta poate fi atribuită mai multor factori, cum ar fi lipsa accesului la informații clare și concise, ambiguitatea etichetelor de pe produse sau chiar o lipsă de interes sau educație în acest domeniu. Acești consumatori pot întâmpina dificultăți în a distinge între produsele reciclabile și cele nereciclabile și ar putea avea rezerve în ceea ce privește veridicitatea informațiilor furnizate de producători. De asemenea, acest grup ar putea avea nevoie de campanii de informare și educare suplimentare pentru a înțelege pe deplin beneficiile și impactul alegerilor lor de consum.

Circa 14% dintre respondenți nu sunt siguri dacă au sau nu informațiile necesare pentru a fi consumatori de produse reciclabile. Această indecizie poate reflecta o conștientizare parțială a importanței sustenabilității, dar și o lipsă de încredere în informațiile pe care le au la dispoziție. De asemenea, putem presupune că acești respondenți se află într-o zonă de incertitudine, posibil având acces la informații contradictorii sau incomplete, ceea ce le afectează capacitatea de a face alegeri conștiente și informate.

În ansamblu, aceste date încă o dată demonstrează faptul, că există o nevoie clară de educație și informare mai eficientă. O mai bună comunicare a beneficiilor asociate cu utilizarea produselor reciclabile și a impactului pozitiv asupra mediului poate contribui la reducerea incertitudinilor și la încurajarea unor practici de consum mai responsabile. De asemenea, campaniile de sensibilizare ar putea fi personalizate

pentru a răspunde mai bine nevoilor diferitelor segmente de consumatori, ajutându-i să devină mai informați și mai implicați în adoptarea unor comportamente sustenabile.

Aveti suficiente informatii pentru a fi un consumator de produse reciclabile?
662 de răspunsuri

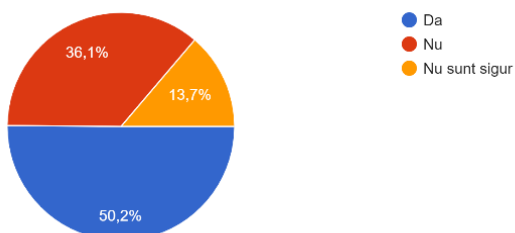


Figura 5. Gradul de percepere a volumului de informație
Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

Studiul a arătat că un segment semnificativ de consumatori apreciază îmbrăcămintea reciclată, aproximativ 40% dintre aceștia alegând astfel de produse nu doar pentru calitatea lor fizică, ci și pentru beneficiile ecologice și etice pe care le aduc. Acest tip de îmbrăcăminte este considerat o opțiune sustenabilă, deoarece contribuie la reducerea deșeurilor textile și minimizează impactul negativ asupra mediului. Mai mult de 60% dintre respondenți sunt de părere că îmbrăcămintea reciclată are un impact redus asupra mediului înconjurător. Acești consumatori recunosc avantajele reciclării, precum economisirea apei și reducerea emisiilor de dioxid de carbon asociate cu producția tradițională de textile. În plus, hainele reciclate contribuie la reducerea utilizării substanțelor chimice nocive pentru mediu, care sunt adesea folosite în procesul de fabricare a materialelor noi.

Vă rugăm să Vă exprimați acordul la următoarea informație de la 1 (dezacord total) până la 5 (acord total) Consider că Îmbrăcămintea reciclată are un impact scăzut asupra mediului înconjurător
662 de răspunsuri

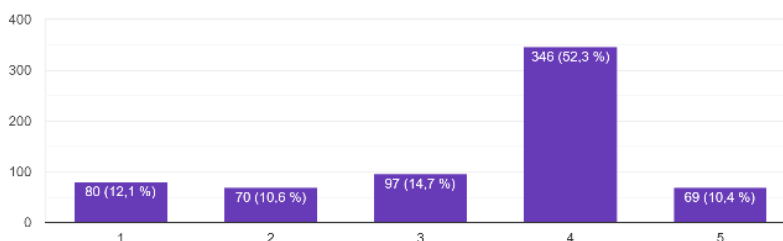


Figura 6. Perceperea respondenților privind impactul îmbrăcămintei reciclate asupra mediului înconjurător
Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

Aproximativ 50% dintre respondenți sunt convingeți că achiziționarea hainelor reciclate contribuie la conservarea resurselor naturale. Aceasta se datorează faptului că reciclarea textilelor permite reutilizarea materialelor existente, ceea ce reduce cererea de materii prime noi, cum ar fi bumbacul, lâna, etc.

Vă rugăm să Vă exprimați acordul la următoarea informație de la 1 (dezacord total) până la 5 (acord total) Îmbrăcămintea reciclată ajută la contracararea problemelor de mediu
662 de răspunsuri

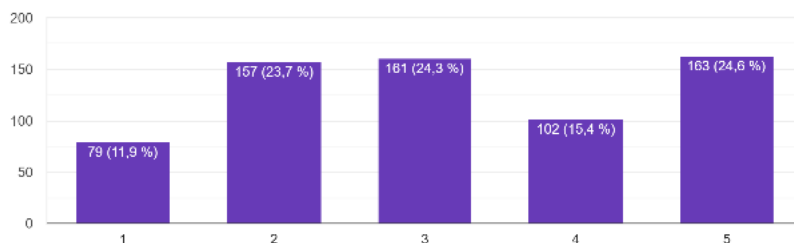


Figura 7. Perceperea respondenților privind rolul îmbrăcămintei reciclate la contracararea problemelor de mediu

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

Mai mult decât atât, mulți consumatori consideră că îmbrăcămintea reciclată reprezintă o alegere etică. Ei văd acest tip de produs ca pe o modalitate de a sprijini practici de afaceri responsabile și de a promova o economie circulară, în care resursele sunt folosite în mod eficient și deșeurile sunt minimizezate. Prin alegerea hainelor reciclate, respondenții studiului au considerat că contribuie la un sistem economic mai durabil, care pune accent pe refolosire și reciclare în loc de producția excesivă și risipa resurselor.

Vă rugăm să Vă exprimați acordul la următoarea informație de la 1 (dezacord total) până la 5 (acord total) Procurarea îmbrăcămintei reciclate este importantă pentru conservarea resurselor naturale
662 de răspunsuri

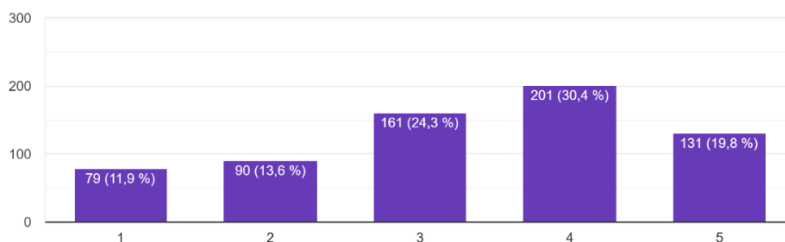


Figura 8. Perceperea respondenților privind importanța îmbrăcămintei reciclate pentru conservarea resurselor naturale

Sursa: elaborat de autor în baza chestionarului

Concluzii. Preferința crescândă pentru îmbrăcămintea reciclată demonstrează o schimbare semnificativă în comportamentul consumatorilor, care devin tot mai preocupați de impactul alegerilor lor asupra mediului și de sustenabilitatea pe termen lung a planetei. Această tendință reflectă o conștientizare sporită a problemelor de mediu și o dorință de a adopta un stil de viață mai responsabil și mai sustenabil.

Cu toate acestea, nivelul scăzut de informare și educare al societății noastre cu privire la principiile economiei circulare și ale reciclării indică necesitatea unor eforturi suplimentare și mai coordonate pentru a crește gradul de conștientizare și înțelegere a acestor concepte. Doar printr-o educație adecvată și prin campanii de sensibilizare bine structurate vom avea rezultate privind schimbarea comportamentului de consum și vom avea rezultate care va duce la o tranziție reușită către practici mai sustenabile și mai responsabile din punct de vedere ecologic.

Notă: Articol elaborat în cadrul Subprogramul 030101 „Fortificarea rezilienței, competitivității și durabilității economiei Republicii Moldova în contextul procesului de aderare la Uniunea Europeană”, finanțare instituțională.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- Agenția Europeană de Mediu. (2023). *Cum să facem mai durabil consumul și producția de textile?* <https://www.eea.europa.eu/ro/articles/cum-sa-facem-mai-durabil>
- Agenția Europeană de Mediu. (2023). *Textiles in Europe's circular economy.* <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>
- Cox, J., Griffith, S., Giorgi, S., & King, G. (2013). Consumer understanding of product lifetimes. *Resources, Conservation & Recycling*, 79(C), 21-29. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2013.05.003>
- European Commission. (n.d.). EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles. https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en
- Hennies, L., & Stamminger, R. (2016). An empirical survey on the obsolescence of appliances in German households. *Resources Conservation and Recycling*, 112, 73-82. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.04.013>
- Kundu, S., Sharma, B. K., & Al Saleh, D. (2024), Consumer product disposition- A systematic literature review and future research agenda. *Cleaner and Responsible Consumption*, 14, 100209. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666784324000421>, <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100209>
- Parlamentul European. (2023). *Raport referitor la o strategie a UE pentru textile sustenabile și circulare.* https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0176_RO.html
- Vesterinen, E., & Syrjälä, H. (2022). Sustainable anti-consumption of clothing: A systematic literature review Author links open overlay panel. *Cleaner and Responsible Consumption*, 5, June, 100061. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666784322000158>, <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100061>