

## STUDIUL ATITUDINI SOCIALE PRIVIND RISCUL ÎN TRAFIC 2022

Poliția Română și Ursus Breweries prezintă studiul „Atitudini sociale privind riscul în trafic 2022”, pentru aflarea percepției și nevoilor participanților la trafic.

La data de 14 octombrie 2022, Poliția Română și Ursus Breweries fac publice rezultatele studiului „**Atitudini sociale privind riscul în trafic 2022**” și analiza comparativă a datelor colectate și prelucrate în cele cinci etape ale acestui studiu, în intervalul 2008 – 2022. Studiul prezintă comportamentele și atitudinile care favorizează încălcarea regulilor de circulație de către conducătorii auto, precum și producerea accidentelor rutiere.

Cercetarea sociologică a fost realizată de Cult Market Research, în parteneriat cu Ursus Breweries și Inspectoratul General al Poliției Române, prin Direcția Rutieră și Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității.

Studiul s-a desfășurat în contextul în care ponderea ridicată a deceselor rutiere în România, aproape dublă față de restul Uniunii Europene, are drept cauză principală comportamentul din trafic al utilizatorilor drumului public și influența unor factori conjuncturali. În perioada 2010-2020, conducătorii auto au fost responsabili pentru 66% dintre accidentele rutiere grave.

Una dintre concluziile studiului este că șoferii au tendința de a observa mai clar greșelile altora și mai puțin de a-și recunoaște propriile erori în trafic, acest fenomen fiind cunoscut științific ca efectul Muhammad Ali, prin care oamenii își atribuie mai multe comportamente morale decât comportamente nedezirabile social. Spre exemplu, 48% dintre participanții la studiu au declarat că au fost victima agresiunilor verbale în trafic, dar numai 16% au declarat că ei înșiși au avut un astfel de comportament.

*„Studiul Atitudini sociale privind riscul în trafic, realizat cu ajutorul Ursus Breweries și al Poliției Române, aduce elemente noi față de edițiile anterioare. Am adaptat chestionarul la problemele traficului urban modern, măsurând și percepția asupra celor care conduc mijloace de transport alternative, cum ar fi trotinete sau biciclete. Au fost acoperite teme centrale pentru comportamentul în trafic precum: percepții generale și sentimentul de siguranță în trafic, atitudini și comportamente de risc în trafic, viteza în trafic sau consumul de alcool la volan.”* - a declarat Alex Zoderu, General Manager Cult Market Research.

*„Derularea acestui studiu periodic ne ajută să avem o viziune mai clară asupra percepției și nevoilor participanților la trafic. Spre exemplu, anul acesta studiul ne-a confirmat necesitatea instalării camerelor de monitorizare a traficului, o acțiune pe care respondenții o încurajează și care face parte și din planurile noastre viitoare. Ca atare, este important să avem parteneri de încredere, precum Ursus Breweries sau Cult Market Research, pe al căror sprijin să putem conta de la o ediție la alta a studiului.”* a completat comisarul-șef George Grigore de la Direcția Rutieră din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române.

Câteva din rezultatele studiului relevă că aproximativ 57% dintre cei chestionați au declarat că se simt în siguranță în trafic, cu 9% mai mulți decât în 2018, ceea ce arată o îmbunătățire a acestei percepții. 70% consideră că cea mai gravă abatere care influențează negativ siguranța rutieră este consumul de băuturi alcoolice la volan, în timp ce 9% au nominalizat agresivitatea în trafic, iar 7% depășirea limitei legale de

viteză. Comparativ cu anii trecuți, a scăzut procentul șoferilor români care au condus sub influența alcoolului sub pretextul unei distanțe mici de parcurs cu mașina.

*„Ne bucurăm să fim parteneri și la această ediție a Studiului Atitudini sociale privind riscul în trafic. Descurajarea consumului de alcool la volan este una dintre direcțiile importante ale strategiei de sustenabilitate a Ursus Breweries, iar acest studiu ne ajută să înțelegem mai bine amploarea acestui fenomen și să dezvoltăm diverse acțiuni care îl pot combate.”*, a adăugat Robert Uzună, Vicepreședintele Corporate Affairs Ursus Breweries.

Chestionarul utilizat este o variantă modificată și completată a chestionarului SARTRE (Social Attitudes to Road Traffic Risk in Europe), aplicat până în prezent în mai multe state europene. Instrumentul a fost utilizat începând cu anul 1991 în Europa și aplicarea acestuia prezintă avantajul de a putea fi realizate comparații la nivel european. În România, primul studiu privind atitudinile sociale față de risc în trafic a fost realizat în 2008, la inițiativa Institutului de Cercetare și Prevenire a Criminalității. Studiul a fost reluat, pe baza unui chestionar actualizat, în anii 2010, 2014, 2018 și 2022. Ultimele două studii au fost realizate de agenția de cercetare sociologică Cult Market Research, în parteneriat cu Ursus Breweries, Direcția Rutieră și Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității.

Câteva dintre concluziile acestuia sunt:

- 93% dintre șoferii români își doresc camere fixe de monitorizare pe străzi, pentru reducerea accidentelor
- 80% dintre șoferi au declarat că au fost victime ale agresiunilor în trafic sub forma flash-urilor/claxoanelor
- 80% dintre cei chestionați consideră că șoferii mijloacelor de transport în comun sunt cei mai responsabili în trafic și 70% consideră că cei mai puțin responsabili sunt utilizatorii de trotinete
- 58% dintre șoferi declară că probabil vor depăși viteza legală dacă se angajează într-o depășire
- 70% consideră că cea mai gravă abatere care influențează negativ siguranța rutieră este consumul de băuturi alcoolice la volan

Rezultatele integrale ale studiului „Atitudini sociale privind riscul în trafic” sunt disponibile pe [www.desprealcool.ro](http://www.desprealcool.ro) în secțiunea de proiecte pentru prevenirea consumului de alcool la volan.

#### Despre Ursus Breweries

Ursus Breweries este cel mai mare producător de bere din România. Mărcile din portofoliul Ursus Breweries sunt: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Peroni Nastro Azzurro, Kozel, Grolsch, Azuga, Pilsner Urquell, Asahi Super Dry, alături de marca de cidru Kingswood. În prezent, Ursus Breweries deține 3 fabrici de bere: în Brașov, Buzău și Timișoara și o mini-facilitate de producție în Cluj-Napoca. Ursus Breweries face parte din Asahi Europe & International. Pentru mai multe informații despre companie și programele sale, vă rugăm să vizitați: [www.ursus-breweries.ro](http://www.ursus-breweries.ro) și [www.desprealcool.ro](http://www.desprealcool.ro).

**Anexă comunicat de presă**  
**Ursus Breweries și Poliția Română prezintă studiul „Atitudini sociale privind riscul în trafic 2022”**

**Percepții generale și sentimentul de siguranță în trafic**

Aproximativ 57% dintre cei chestionați au declarat că se simt mai degrabă în siguranță în trafic, cu 9% mai mulți decât în 2018, ceea ce arată o îmbunătățire a acestei percepții. Cei care au declarat că nu au acest sentiment de siguranță au invocat motive precum: nerespectarea regulilor de circulație (34%), manevrele riscante pe care le fac mulți șoferi (32%) și starea precară a drumurilor (28%).

Analiza comparativă realizată pe perioada ultimilor 14 ani demonstrează, în general, o creștere a comportamentelor agresive în trafic. Una dintre principalele observații privind agresiunile în trafic este aceea că șoferii români declară că, în ultimele 6 luni, s-au regăsit mai degrabă în ipostaza victimei decât a agresorului. Astfel, 80% dintre șoferi au declarat că au fost victime ale agresiunilor în trafic sub forma flash-urilor/claxoanelor. Acesta reprezintă, totodată, și comportamentul agresiv recunoscut cel mai des de către șoferi, la rândul lor. Bărbații, tinerii cu vârste până în 36 ani și conducătorii unui autoturism cu o capacitate cilindrică mai mică de 1000 cm cubi sunt cei care adoptă, în cea mai mare măsură, comportamente agresive îndreptate împotriva celorlalți participanți la trafic.

**Atitudini și comportamente de risc**

70% consideră că cea mai gravă abatere care influențează negativ siguranța rutieră este consumul de băuturi alcoolice la volan, în timp ce 9% consideră agresivitatea în trafic, iar 7% depășirea limitei legale de viteză.

În cadrul studiului, participanții și-au evaluat și propriile comportamente de risc în trafic din ultimele 6 luni. Astfel, 39% dintre cei chestionați au spus că au staționat într-un loc nepermis, 35% au condus deși erau obosiți, iar 34% au mâncat la volan sau au făcut manevre riscante, apropiindu-se prea mult de mașina din față. Un sfert dintre ei au condus vorbind la telefonul mobil fără a utiliza hands-free. La polul opus, doar 3% au declarat că au condus deși au consumat alcool.

A crescut cu 5% față de 2018 numărul șoferilor care declară că asigură copiii cu centură sau alte dispozitive de siguranță foarte rar, deloc sau uneori.

Șoferii de mijloace de transport în comun au cel mai responsabil comportament în trafic, în opinia a 80% dintre cei chestionați. Ei sunt urmați de șoferii de auto-camioane, apreciați pozitiv de 67% dintre subiecți. Pe de altă parte, 70% dintre respondenți consideră că cei mai iresponsabili sunt utilizatorii de trotinete.

## **Viteza în trafic**

În cadrul studiului, 24% dintre șoferii români susțin că depășesc deseori sau foarte des limita de viteză când conduc în afara unei localități. Analiza comparativă demonstrează o creștere în 2022 a situațiilor în care s-a depășit limita de viteză în afara localității sau pe autostradă cu 5%, respectiv 4% față de 2018. În topul motivelor declarate pentru depășirea vitezei legale se află: angajarea într-o depășire (58%) și condusul pe timpul zilei, pe drumuri libere (49%).

În ceea ce privește probabilitatea verificării vitezei cu radarul, doar 16% dintre șoferi consideră că acest lucru se poate întâmpla foarte rar sau niciodată.

O majoritate covârșitoare își dorește camere fixe de monitorizare a vitezei (84%), dar și pentru observarea agresivității în trafic (94%) și pentru respectarea regulilor de circulație (93%). 87% dintre șoferi consideră că poliția ar trebui să fie mai fermă în aplicarea legislației rutiere și 74% spun că este nevoie de mai mulți polițiști pe străzi care să sancționeze abaterile din trafic.

## **Consumul de alcool la volan**

Unul din zece șoferi a recunoscut că a condus după ce a consumat băuturi alcoolice. Doar 1% au precizat că acest lucru s-a întâmplat în mod frecvent. Comparativ cu anii trecuți, a scăzut numărul șoferilor români care conduc sub influența alcoolului și care găsesc drept justificare distanța mică de parcurs cu mașina.

În schimb, față de 2018 a crescut cu 7% numărul celor care nu se așteptau să fie verificați de poliție. Berea este considerată a fi unul dintre cele mai ușoare tipuri de alcool, aproape un sfert dintre respondenți apreciind că o bere sau mai puțin nu le-ar afecta capacitatea de a conduce.

## **Sursele de informare ale șoferilor**

Site-urile oficiale ale instituțiilor (61%), presa scrisă (44%) și paginile specializate în legislație (33%) reprezintă principalele trei surse din care se informează șoferii cu privire la schimbările legislației rutiere din România. Cele mai puțin folosite surse sunt blogurile sau vlog-urile, menționate doar de 8% dintre șoferii chestionați.

*Studiul a fost realizat telefonic pe persoane adulte care dețin un permis de conducere din România, în perioada 13-27 mai 2022, având o marja de eroare de +/-3,3%.*