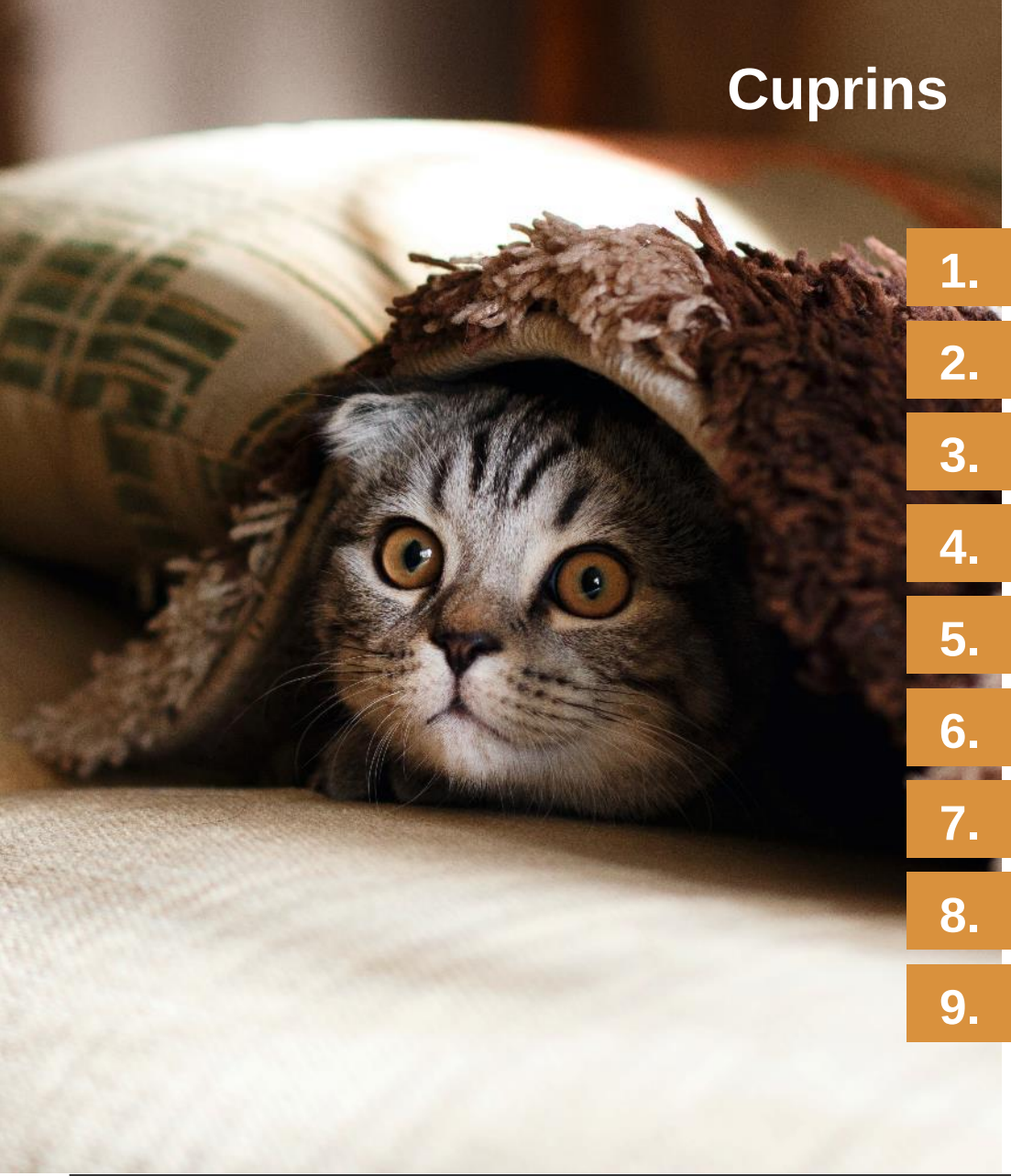
ASOCIAȚIA ROMÂNA A PRODUCĂTORILOR
DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Atitudini şi comportamente ale românilor din mediul urban privind animalele de companie

2020



Cuprins

1. Context și obiective
2. Metodologie
3. Rezultate-cheie
4. Profilul deţinătorului de animal de companie
5. Animalele de companie din mediul urban din România
6. Înțelegerea obiceiurilor deţinătorilor de animale de companie
7. Sursele de informare în ceea ce privește animalele de companie
8. Bugetul pentru animalul de companie
9. Sentimentele românilor faţă de animalele de companie

Context și obiective

ARPAC – Asociaţia Română a Producătorilor de Hrană pentru Animale de Companie a dorit să aibă o imagine mai amplă asupra obiceiurilor și atitudinilor deţinătorilor de animale de companie din România. Pentru acest scop, au fost stabilite următoarele obiective ale cercetării:

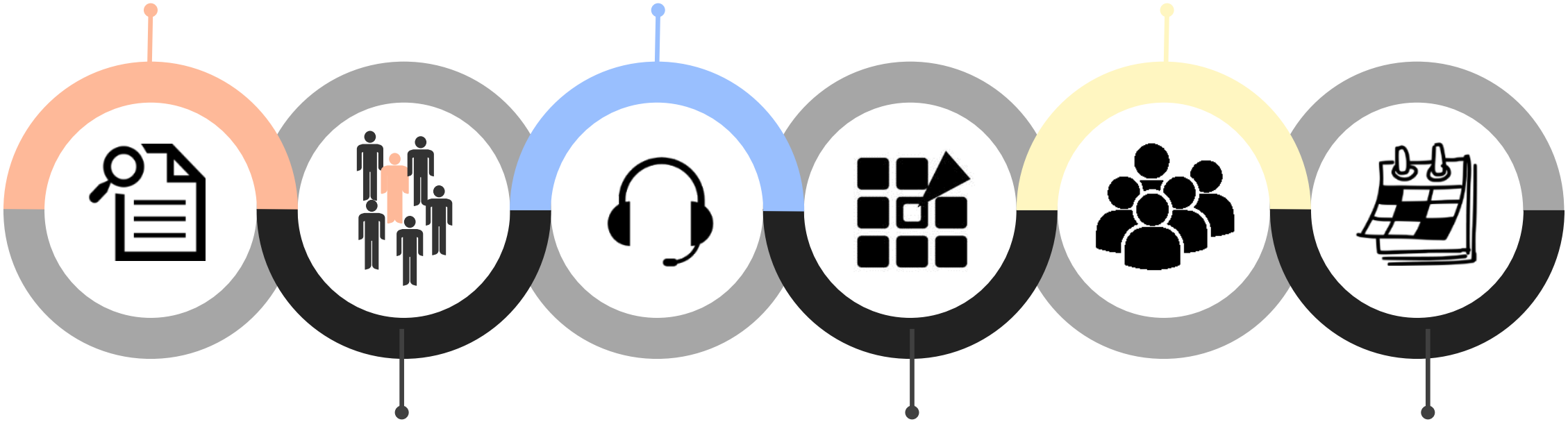
- **Tipul de animale de companie deținute;**
- **Motive și bariere pentru deținerea unui animal de companie;**
- **Tipul achiziției;**
- **Influența stării de urgenţă asupra achiziției/adopției animalelor de companie;**
- **Obiceiurile medicilor veterinari;**
- **Obiceiurile de cosmetică și îngrijire;**
- **Obiceiurile alimentare;**
- **Sursele de informare pentru îngrijirea și hrana animalelor de companie;**
- **Bugetul pentru animalul de companie;**
- **Asocierea intuitivă pentru proprietarii de câini și pisici;**
- **Profilul deţinătorului de animal de companie.**

Metodologie

Metoda de cercetare
Sondaj

Tehnica utilizată pentru colectarea datelor
CAWI - Computer Assisted Web Interviews

Dimensiunea eșantionului
1000 respondenți



Populația țintă
Indivizi din zonele urbane, cu vârste între 15 și 55 ani, utilizatori ai serviciilor de internet, care dețin un animal de companie.

Metoda de eșantionare
Contingent de vârstă, gen, venitul din gospodărie și regiune.

Derulare studiu
5 – 10 august 2020

ASOCIAȚIA ROMÂNĂ A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Cum se interpretează datele

Date prezentate pentru toți respondenții, proprietari de câini și proprietari de pisici.

Datele prezentate sunt reprezentative în ceea ce privește profilul demografic pentru populația urbană, cu vârsta 18-55 ani, utilizatori ai serviciilor de internet.

Diferențe semnificative (calculate la un interval de încredere de 95%)

⬆/⬇ = scor semnificativ MAI RIDICAT/MAI SCĂZUT, comparativ cu Totalul

Rezultate-cheie

Perioada de izolare/carantină datorată pandemiei de COVID-19 **a influențat achiziția sau adopția unui animal de companie**, între românii din mediul urban. 17% dintre proprietarii de câini și 16% dintre proprietarii de pisici au declarat că și-au luat un animal de companie în timpul stării de urgență.

Principalul factor pentru achiziționarea unui animal de companie este **de natură emoțională**, și anume iubirea pe care românii o simt pentru animale. Întrebați cât de apropiați se simt de animalele lor de companie, proprietarii **au clasat animalul lor de companie pe locul patru, după soț/soție/partener, copii, părinți, considerându-i mai apropiați decât frații/surorile, prietenii sau nepoții**.

Câinii sunt cei mai răspândiți, **66% dintre proprietarii de animale de companie având un câine.** Aceștia sunt urmați de **pisici (58%), papagali și alte păsări (12%), pești (11%), iepuri (8%), broaște țestoase (4%), hamsteri (3%) și porci de Guineea (2%).** Românii din mediul urban preferă rasele de câini de talie medie și mică și astfel, **cea mai deținută rasă este Bichon,** urmată de **câinii comunitari** și **câinii din rase amestecate** (Metis). Cele mai răspândite **pisici sunt cele europene (maidaneze), urmate de rase încrucişate şi Birmaneză.**

Aproape **70% dintre deţinătorii de animale de companie consideră că vizitele la medicul veterinar** sunt foarte importante sau importante. 9 **din 10 deţinători de câini şi 8 din 10 deţinători de pisici au declarat că au efectuat o vizită la medicul** veterinar în ultimele 12 luni, **cel mai frecvent motiv pentru aceste vizite este vaccinul**, urmat de deparazitare.

Jumătate dintre posesorii de câini chestionaţi au declarat că au mers la un salon de înfrumuseţare pentru animale în ultimele 12 luni, în vreme ce în cazul deţinătorilor de pisici, datele arată **că 3 din 10 deţinători au ajuns cu felinele la salon în ultimul an**. Totodată, **majoritatea deţinătorilor de câini şi pisici petrec între 30 de minute şi 2 ore pe zi pentru a-şi îngriji animalele de companie.**

Atunci când vine vorba despre hrană, **43% dintre proprietarii de câini și 57% dintre proprietarii de pisici au zis că își hrănesc animalul de companie exclusiv cu hrană pre-ambalată**, achiziţionată din magazine, cele mai frecvente surse de procurare fiind supermarketurile/hypermarketurile, lanţurile de magazine pentru animale de companie sau magazinele pentru animale din vecinătate.

Profilul deţinătorului de animal de companie

Semnificativ mai multe femei, comparativ cu populația generală, sunt proprietari atât de câini, cât și de pisici. Există mai puțini proprietari de câini și de câini și pisici cu vârste între 36 și 45 ani, comparativ cu populația generală. În Moldova există mai puțini proprietari de animale de companie, comparativ cu populația generală, iar în București sunt mai puțini proprietari de câini și pisici, comparativ cu populația generală din București.

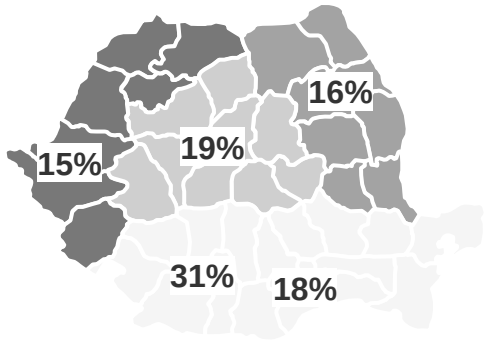
Profilul proprietarului de animal de companie

%, Deviații față de total

Sex

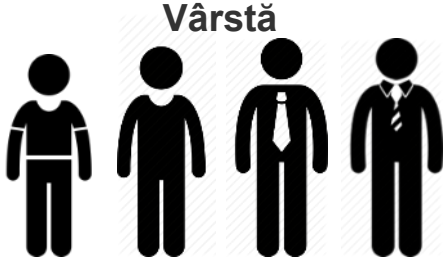
	47%	54%
	-3%	+3%
	-3%	+3%
	-7% ↓	+7% ↑

Regiune



Banat	Ardeal	Moldova	Muntenia	București
15%	19%	16%	31%	18%
+1%	0%	-2% ↓	+2%	-1%
+2%	-2%	+2%	0%	-1%
+2%	-2%	+1%	+4%	-5% ↓

Vârstă

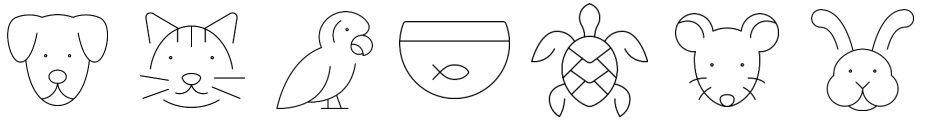


18-25	26-35	36-45	46-55
16%	28%	30%	26%
+1%	+2%	-3% ↓	0%
+1%	0%	-2%	+1%
+4%	+3%	-6% ↓	-1%

Venitul din gospodărie

Scăzut	Mediu	Ridicat
31%	52%	17%
+2%	0%	-2%
+1%	-1%	-1%
+3%	0%	-3%

Animale de companie deținute



66%	58%	12%	11%	4%	3%	8%
+34%	-9% ↓	-2% ↓	-1%	+1%	+1%	+2% ↑
-10% ↓	+42%	-2%	-2%	0%	0%	+2% ↑
+34%	+42%	+3%	+1%	+2%	+2%	+10% ↑

ASOCIAȚIA ROMÂNĂ A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Populația generală | Proprietari de câini | Proprietari de pisici | Proprietar de câine și de pisică

Între oamenii care locuiesc la casă vedem semnificativ mai mulți proprietari de câini și de câini și de pisici. Între proprietarii care au cumpărat animalul de companie, proprietarii de pisici sunt semnificativ mai puțini, iar între cei care au adoptat animalul de companie, proprietarii de pisici sunt într-un procent mai ridicat semnificativ. Între cei care au animalul de companie de la prieteni/rude, proprietarii de câini reprezintă 11% dintre cei de mai sus.

Profilul deținătorului de animal de companie

%, Deviații față de total

Achiziție

Cumpărat	Adoptat	Prieteni/rude
42%	37%	50%
+3%	-2%	+11%
-7%	+18%	+2%
+5%	+20%	+17%

Educație

Scăzută/medie	Ridicată
58%	42%
+1%	-1%
+1%	-1%
+4%	-4%

Dimensiunea gospodăriei

1 membru	2 membri	3 -4 membri	5 sau mai mulți membri
6%	25%	58%	11%
-2%	-2%	0%	4%
0%	+2%	-2%	0%
-3%	-4%	0%	+7%

Timpul de deținere a animalului de companie

< 1 an	1 -5 ani	5 -10 ani	> 10 ani
14%	31%	15%	40%
-3%	-2%	+2%	+3%
-2%	-3%	-1%	+6%
-8%	-7%	+2%	+13%

Status marital

Căsătorit	Singur	Divorțat/ Văduv
68%	26%	7%
0%	+1%	-1%
-2%	+1%	+1%
-3%	+4%	-1%

Tipul de locuință

Casă	Apartament studio	Apartament (2 camere)	Apartament (3 -5 camere)
42%	4%	29%	24%
+13%	-1%	-8%	-4%
+9%	+1%	-4%	-6%
+33%	-2%	-17%	-13%

Copii în gospodărie

Vârsta sub 9 ani	Vârsta 10-17 ani	Fără copii cu vârsta sub 18 ani
27%	22%	56%
+1%	0%	-1%
-2%	-1%	+2%
+1%	0%	-1%

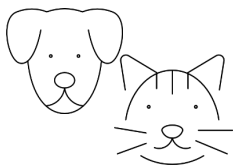
Animalele de companie din mediul urban din România

Câinii sunt cei mai răspândiți între deţinătorii de animale de companie. Pisicile sunt al doilea cel mai popular animal de companie din gospodăriile din România, urmate de papagali și alte păsări, pești, iepuri și broaște țestoase. 3 din 10 proprietari de animale de companie au atât pisici, cât și câini.

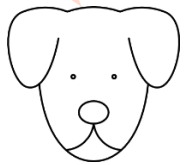
Ce animale de companie dețin românii?

%, Media

Deținute de **32%**



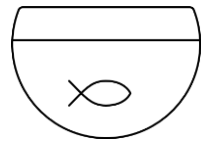
Deținute de **66%** **Media: 1,00**



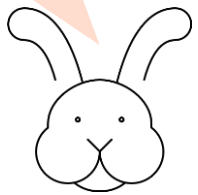
Deținute de **58%** **Media: 1,00**

Deținute de **12%** **Media: 2,00**

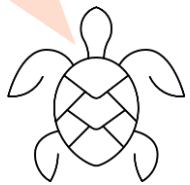
Deținute de **11%** **Media: 5,00**



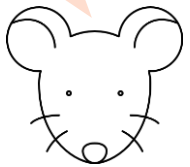
Deținute de **8%** **Media: 2,00**



Deținute de **4%** **Media: 1,00**



Deținute de **3%** **Media: 1,00**



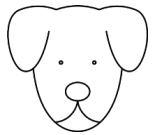
Deținute de **2%** **Media: 1,00**

Românii din mediul urban dețin în general câini de talie medie, mai degrabă tineri, cu vârste între 1 și 3 ani. Atunci când vine vorba despre caracteristicile pisicilor, cele de talie medie sunt, de asemenea, cele mai populare între deţinătorii de pisici.

Talia animalului de companie și vârsta

%

Femeile domiciliate în București, care locuiesc la casă, cu studii superioare, cu peste 10 ani de experiență în deținerea unui animal de companie, par să aibă o preferință pentru rasele de câini de talie mare, deținând semnificativ mai mulți câini de talie mare, comparativ cu totalul proprietarilor de câini din mediul urban.



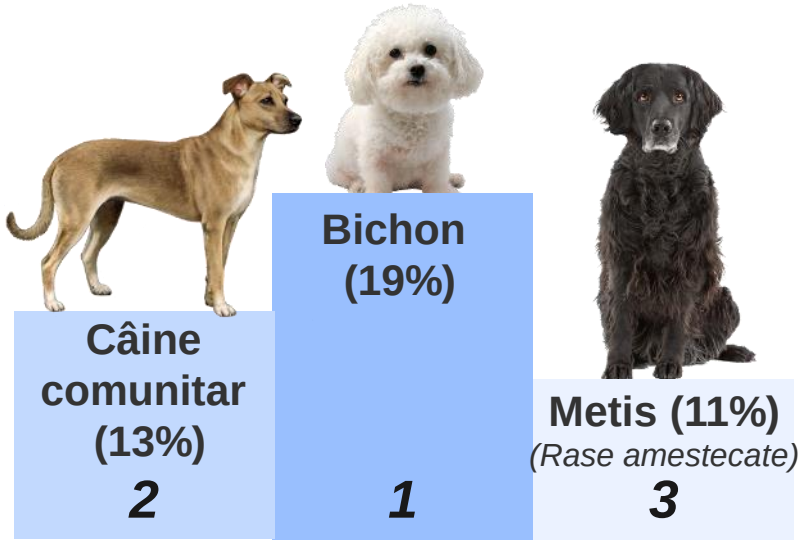
Talia		
Mică	40	29
Medie	49	68
Mare	23	8
Vârstă		
Mai puțin de 6 luni	6	12
6 luni - 1 an	13	15
1-3 ani	38	41
3-5 ani	19	20
5-7 ani	16	6
7-9 ani	10	6
9-11 ani	7	6
Peste 11 ani	9	5

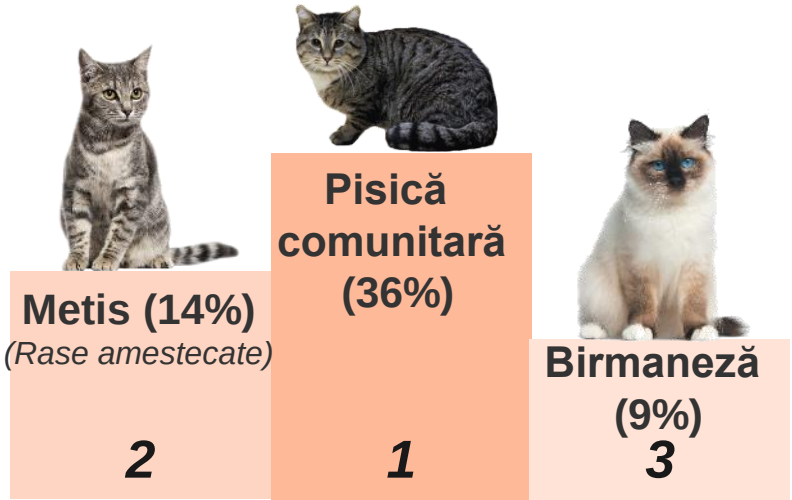
Barbații, segmentul de vârstă 36-45 ani, dețin semnificativ mai multe pisici de talie medie, comparativ cu totalul proprietarilor de pisici din mediul urban.

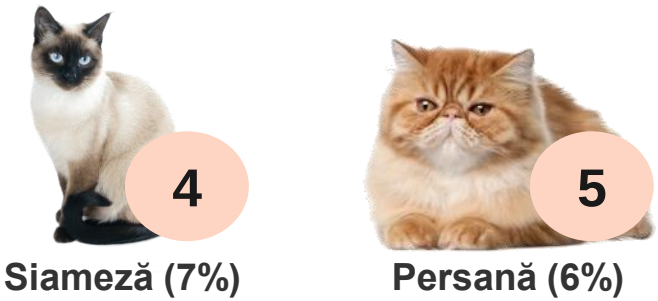
În segmentul de vârstă următor, 46-55 ani se remarcă prin deținerea câinilor și pisicilor cu vârsta peste 11 ani.

Rasa de câine cel mai frecvent deținută de românii din mediul urban este Bichon. Este urmată de câinii Comunitari și Metis. Pisicile comunitare sunt pe primul loc, fiind cele mai populare între proprietarii de pisici. Acelea provenite din rase amestecate sunt pe poziția a doua, urmate de rasa de pisici Birmaneză.

Cele mai populare rase





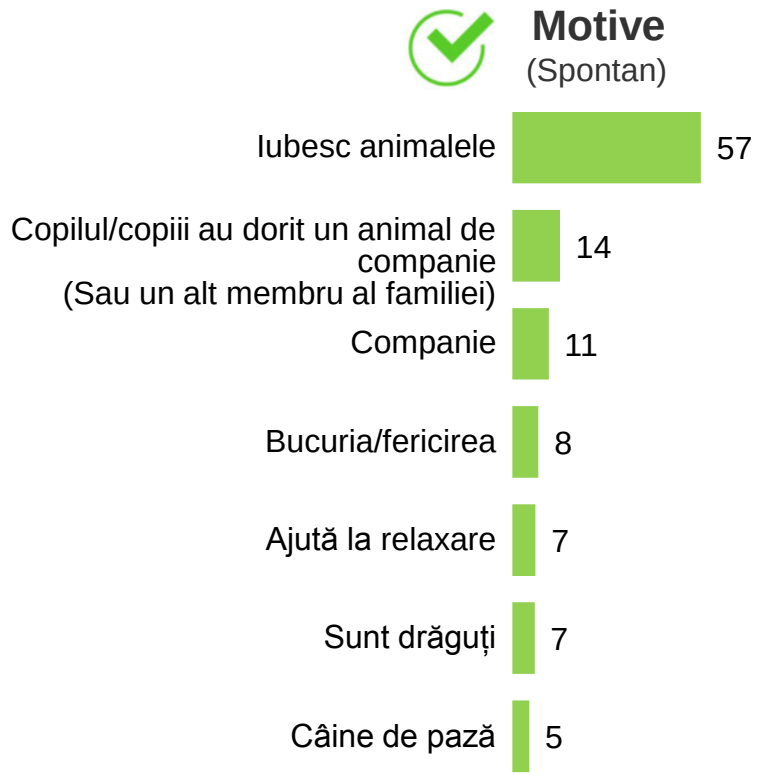


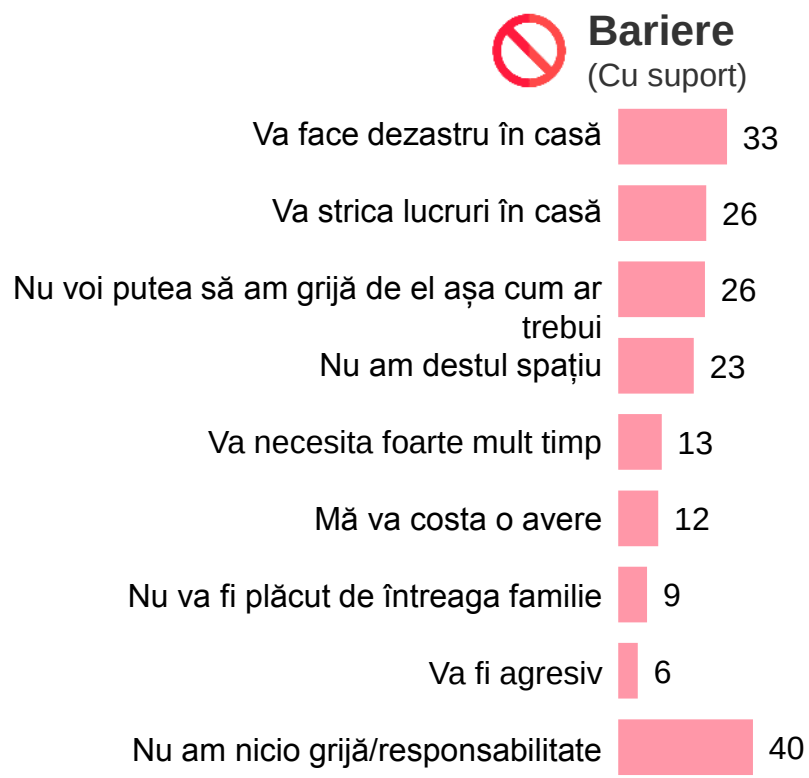
ASOCIAȚIA ROMÂNA A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Factorii pentru deținerea unui animale de companie sunt de natură emoțională, iubirea pentru animale fiind motivul cel mai menționat, mai ales de către femei. Cel de-al doilea motiv menționat este corelat cu copiii și cu faptul că aceștia au dorit un animal de companie, urmat de poziționarea animalului de companie ca un companion, care aduce fericire, ajută la relaxare, sau este doar drăguț. 40% dintre proprietarii de animale de companie au spus că nu aveau nicio grijă înainte să achiziționeze un animale de companie.

Motive și bariere pentru deținerea unui animal de companie

%



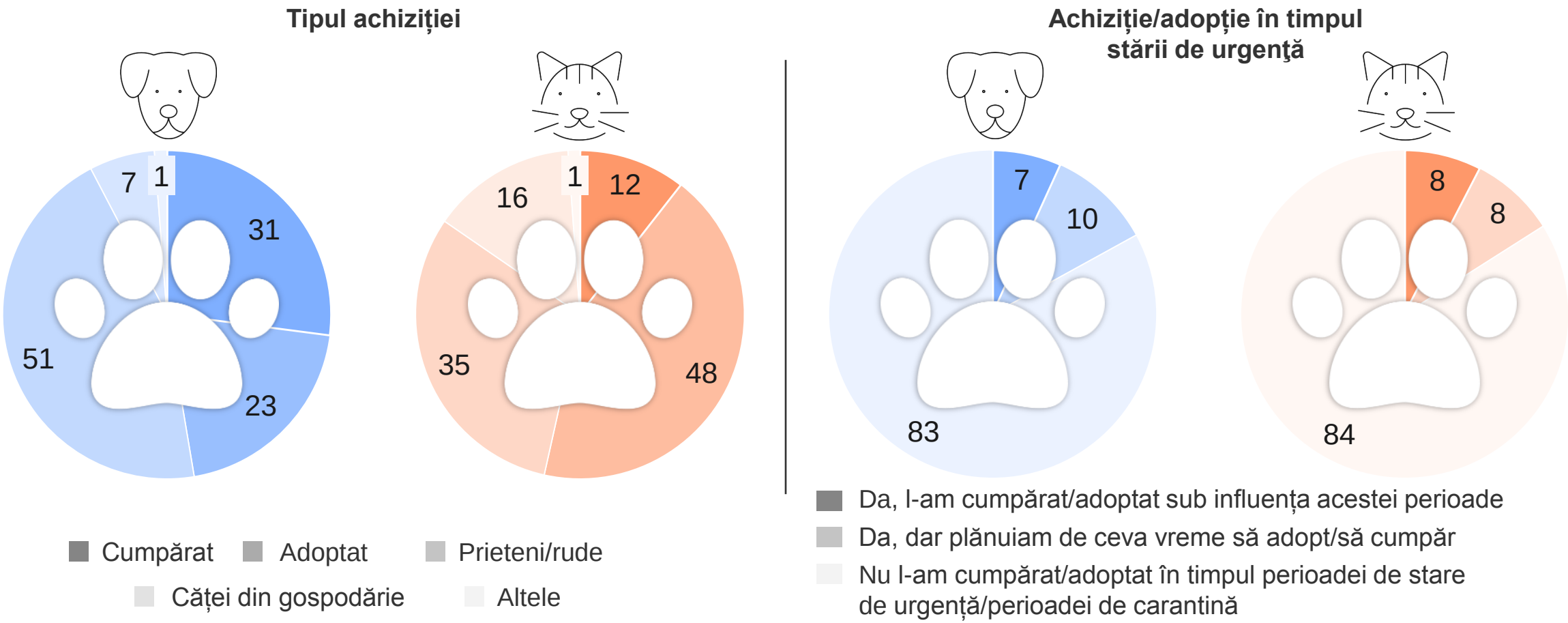


Datele mai mici de 5% pentru Motive nu au fost prezentate

Cei mai mulți dintre proprietarii de câini și-au luat animalul lor de companie de la prieteni sau rude, iar cei mai mulți dintre proprietarii de pisici l-au adoptat. Perioada de carantină a influențat procesul de achiziție sau adopție, un procent foarte asemănător de proprietari de câini (17%) și pisici (16%), declarând că și-au luat animalul de companie în această perioadă.

Tipul achiziţiei şi influenţa stării de urgenţă

%



Înțelegerea obiceiurilor deţinătorilor de animale de companie

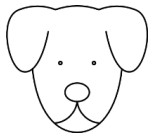
67% dintre respondenți consideră că vizitele la veterinar sunt foarte importanți sau importanți. Prin urmare, 92% dintre proprietarii de câini și 82% dintre proprietarii de pisici au declarat că au făcut o vizită la medicul veterinar în ultimele 12 luni.

Obiceiurile privind vizitele la medicul veterinar

%

Importanța vizitelor la medicul veterinar:
(Foarte important + Important)

67%

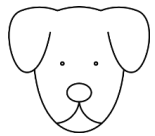


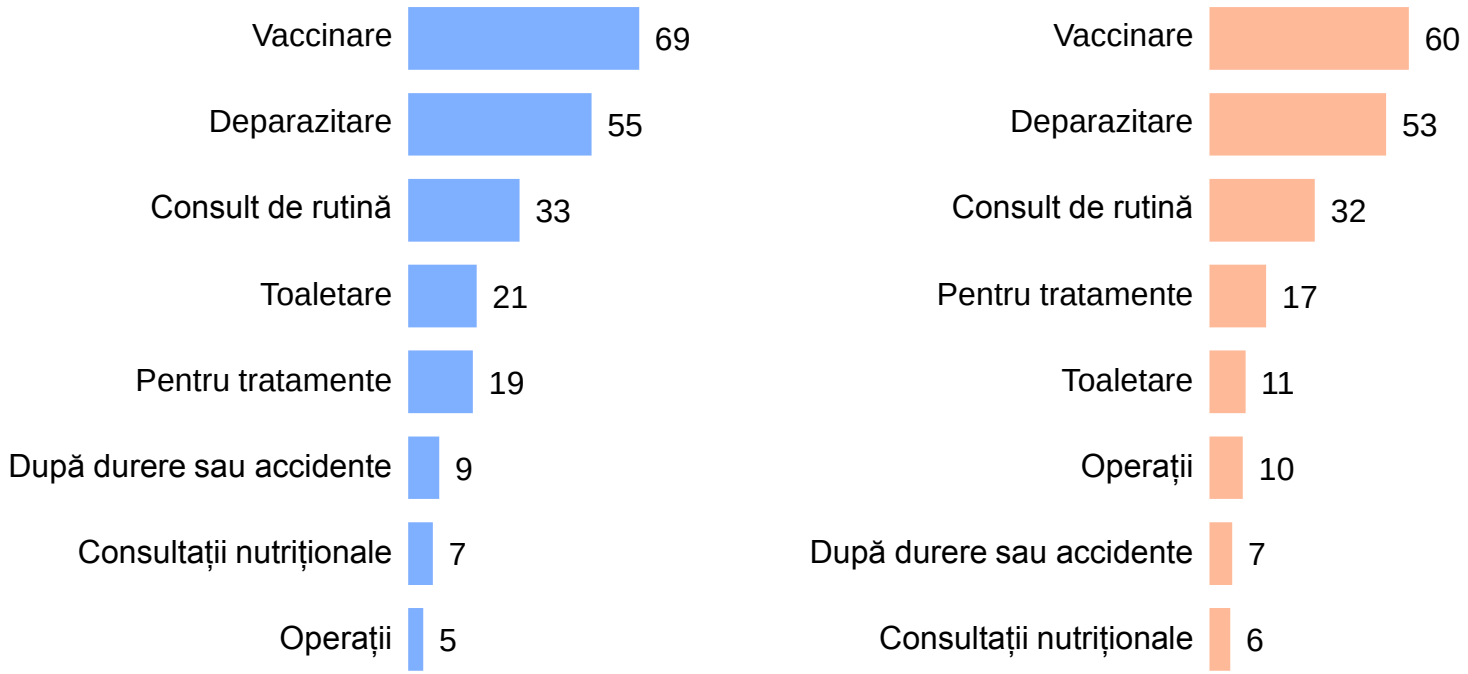
Vizitat în ultimele 12 luni	**92**	**82**
Mai mult de o dată pe lună	4	4
O dată pe lună	15	11
La fiecare 2 până la 3 luni	26	20
La fiecare 4 până la 6 luni	24	24
La fiecare 12 luni	23	23
Nicio vizită în ultimele 12 luni	9	18

Principalele motive ale vizitelor la medicul veterinar sunt aceleași pentru proprietarii de câini și pentru cei de pisici: *vaccinare, deparazitare și control de rutină.* Cetățenii Bucureștiului, persoanele cu studii superioare, își duc animalul de companie la medicul veterinar pentru control de rutină într-o proporție mai ridicată comparativ cu totalul. Consultațiile nutriționale sunt la finalul listei, totuși, cu o prezență mai ridicată în segmentul tânăr de proprietari de câini.

Motivele vizitelor la medicul veterinar

%

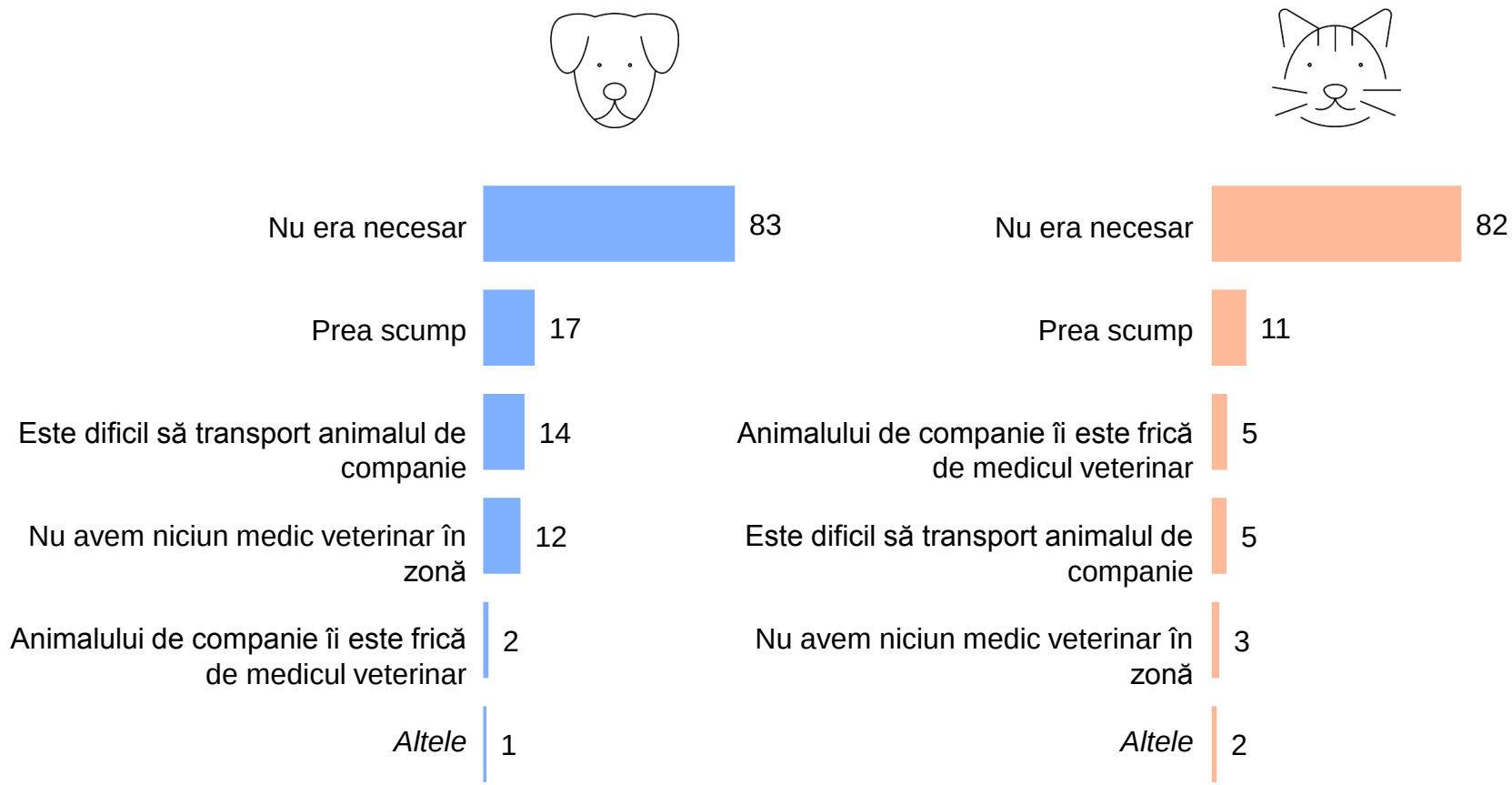




Considerarea că nu este necesar și costurile reprezintă principalele bariere pe care le întâmpină cei care nu au mers cu animalul lor de companie la medicul veterinar în ultimele 12 luni.

Barierele pentru vizitele la medicul veterinar 🚫

%

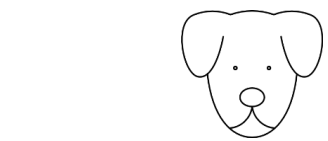


Proprietarii de câini își îngrijesc bine animalul de companie, spunând că au fost la un salon de cosmetică și îngrijire pentru animale de companie în ultimele 12 luni. Proprietarii de pisici înregistrează o proporție mai scăzută.

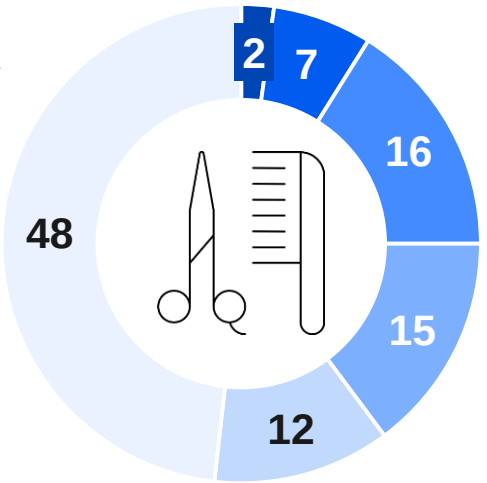
Frecvența vizitelor la salonul de cosmetică și îngrijire pentru animale de companie

%

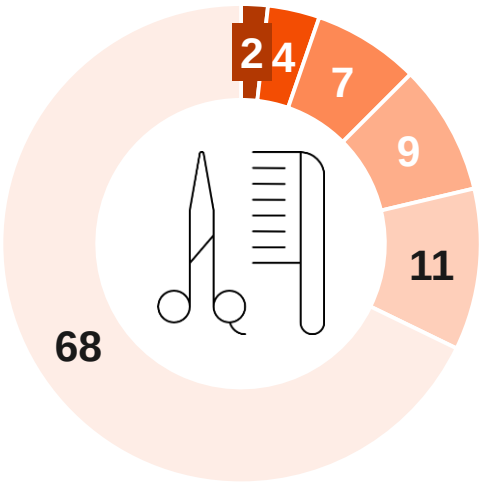
Salonul de cosmetică și îngrijire pentru animale de companie vizitat în ultimele 12 luni



52%



32%



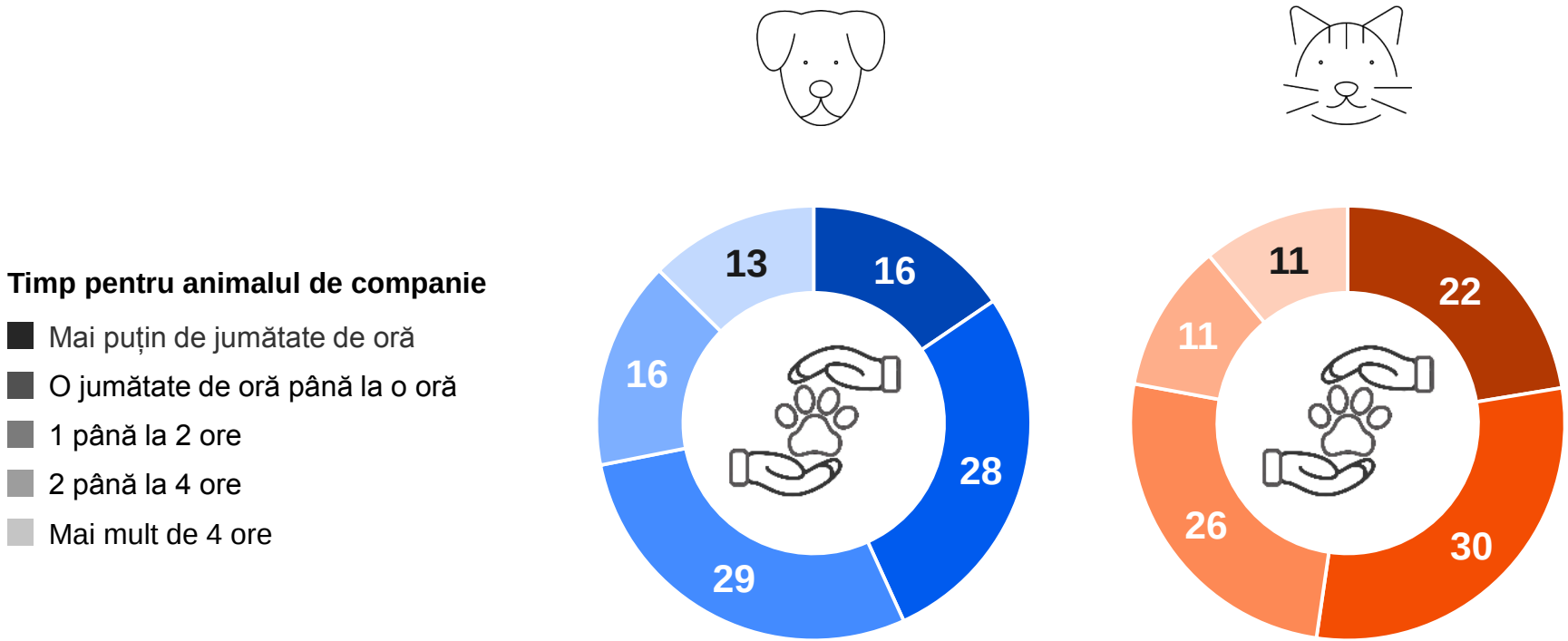
Frecvența vizitelor la salonul de cosmetică și îngrijire pentru animale de companie

- Mai mult de o dată pe lună
- O dată pe lună
- La fiecare 2-3 luni
- La fiecare 4-6 luni
- La fiecare 12 luni
- Nicio vizită în ultimele 12 luni

Deţinătorii de câini și pisici petrec timp similar pentru îngrijirea animalului de companie, majoritatea dintre ei alocând între o jumătate de oră și 2 ore în fiecare zi. Deţinătorii de câini de talie mare și persoanele care nu au în gospodărie copii cu vârsta sub 18 ani se remarcă printre cei care petrec mai mult de patru ore în fiecare zi să își îngrijească animalul de companie.

Timp pentru animalul de companie

%

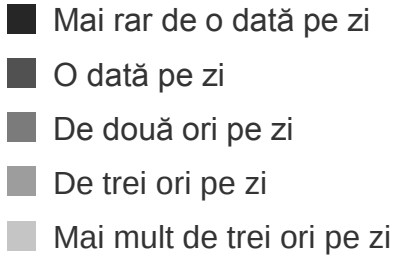


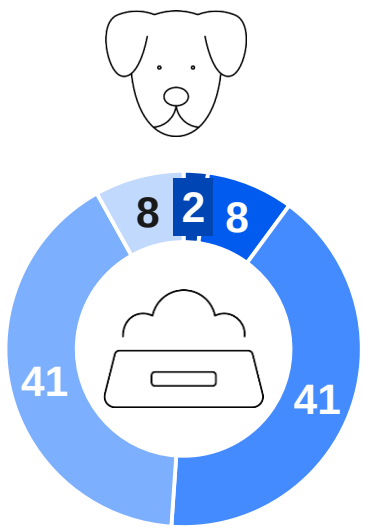
82% dintre proprietarii de câini își hrănesc animalul de companie de două sau trei ori pe zi, într-o zi normală. Vedem aproape același lucru în cazul obiceiurilor de hrănire, la proprietarii de pisici. Beneficiile pe care oamenii le văd la hrănirea animalelor de companie cu hrană procesată, special creată pentru animalele de companie și cumpărată din magazine, sunt în principal reprezentate de faptul că susține digestia, este benefică pentru piele și blană, pentru sistemul imunitar și că este mai practică pentru proprietari.

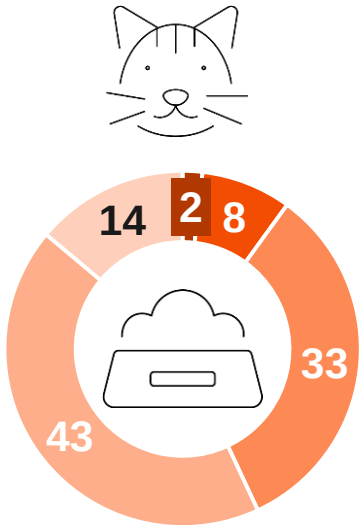
Obiceiurile de hrănire

%

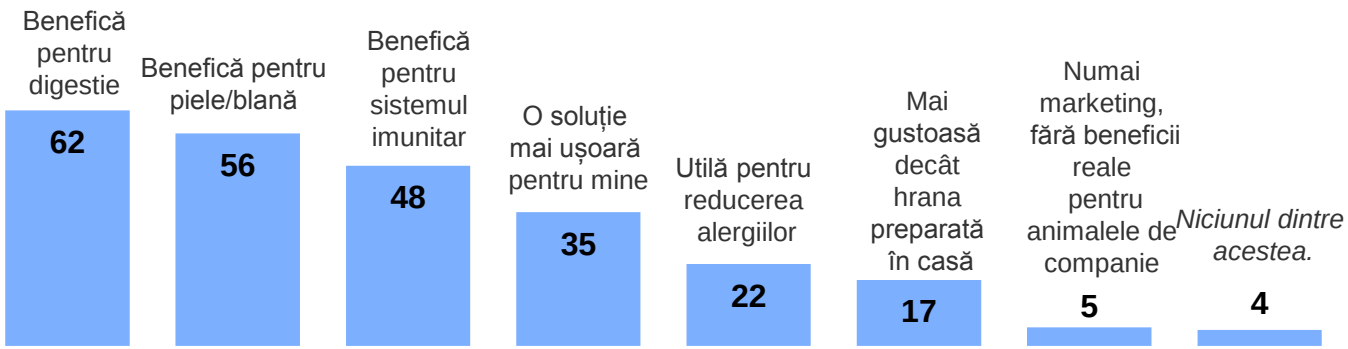
Frecvența hrănirii







Importanța hranei speciale pentru animale de companie

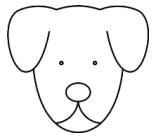


ASOCIAȚIA ROMÂNĂ A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

43% dintre deţinătorii de câini şi 57% dintre deţinătorii de pisici din mediul urban îşi hrănesc animalele exclusiv cu hrană preambalată.

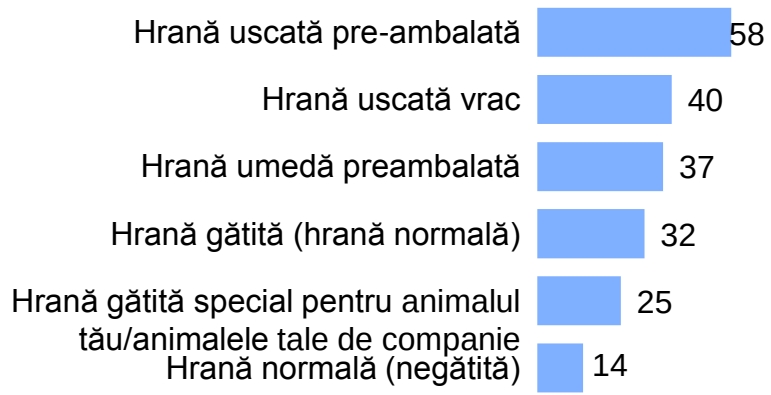
Tipul de hrană

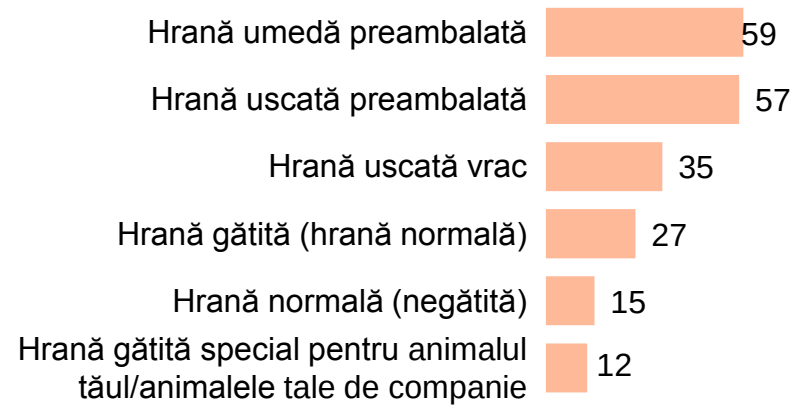
%



43% dintre proprietarii de câini au declarat că îşi hrănesc animalul de companie exclusiv cu hrană preambalată.

57% dintre proprietarii de pisici au declarat că îşi hrănesc animalul de companie exclusiv cu hrană preambalată.





Supermarket/hipermarket sau magazine pentru animale de companie (de lanț sau locale), sunt locurile de unde majoritatea oamenilor aleg să cumpere hrană pentru animale de companie. Femeile au tendința să cumpere mai mult hrană pentru câinele lor de la farmacia veterinară, comparativ cu numărul total al celor care cumpără de la farmacia veterinară, în timp ce locuitorii Bucureștiului și persoanele cu studii superioare cumpără mai mult din magazinele de lanț pentru animale de companie. În cazul hranei pentru pisici, semnificativ mai multe persoane cu vârsta 26-35 ani, cetățeni ai Bucureștiului, cu studii superioare și cu venituri mari în gospodărie, cumpără mai mult de pe internet.

Obiceiuri privind procurarea hranei

%

Tipul magazinului

Supermarket/ hipermarket	57	60
Magazin specializat de lanț (Maxi Pet, Animax, Zoomania)	35	34
Magazin specializat din apropiere	29	29
Farmacie veterinară	27	27
Clinică veterinară	17	16
Internet	13	14
Din magazine de bricolaj (Hornbach, Leroy Merlin, Brico Dépôt)	8	8
Piață	4	4
Altele	2	1

Frecvența cumpărării

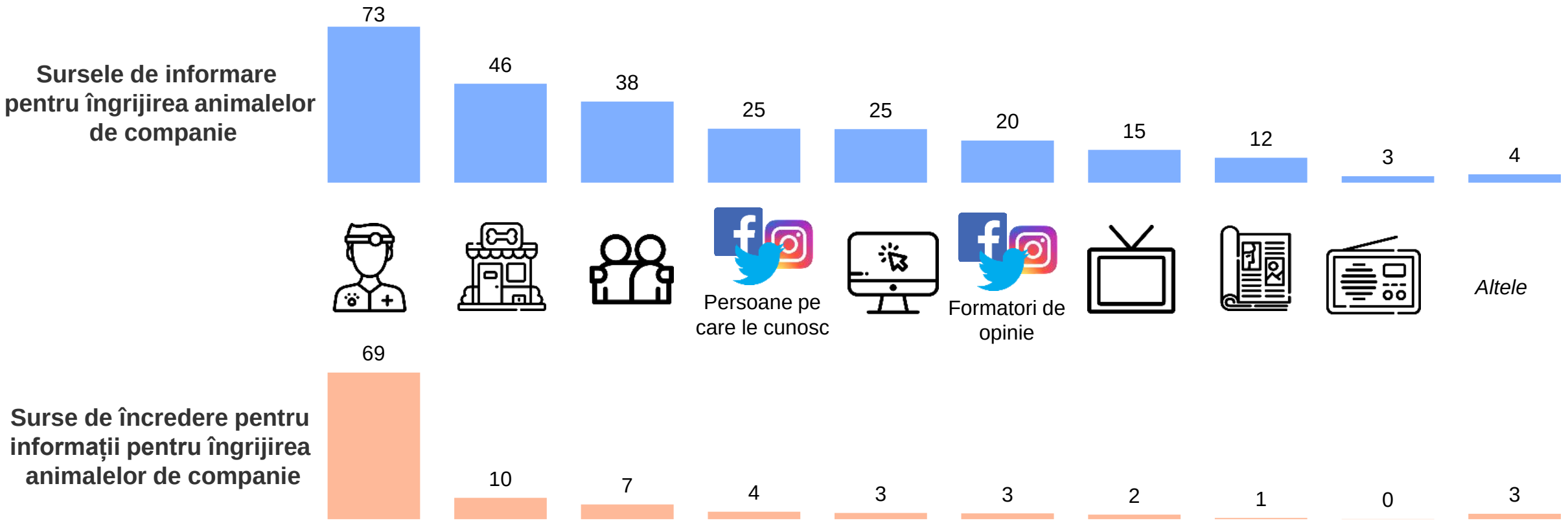
O dată pe săptămână, sau mai des	29	34
De 2-3 ori pe lună	38	39
O dată pe lună	27	21
Mai puțin de o dată pe lună	7	7

Sursele de informare în ceea ce privește animalele de companie

Românii din mediul urban se informează despre cum să își îngrijească animalele de companie în principal de la medicul veterinar, care este sursa de informații cea mai de încredere. La o distanță destul de mare, urmează magazinele pentru animale de companie, prieteni, rude, internet și rețele sociale. Femeile obțin semnificativ mai multe informații de la medicul veterinar sau magazinele pentru animale de companie, comparativ cu populația totală de proprietari de animale de companie care utilizează aceste resurse.

Sursele de informare pentru îngrijirea animalelor de companie

%

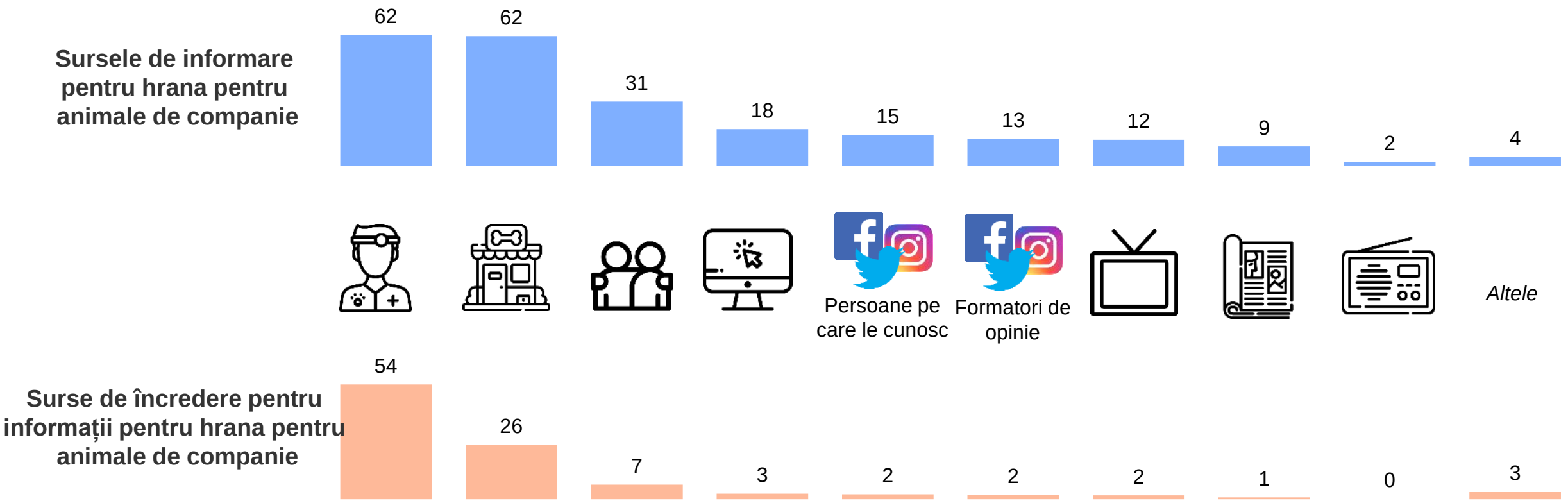


ASOCIAȚIA ROMÂNĂ A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Atunci când vine vorba de a se informa cu privire la hrana pentru animale de companie, oamenii utilizează aceleași surse de informare, medicul veterinar clasându-se pe primul loc și fiind cel mai de încredere, urmat de magazine pentru animale de companie, prieteni, rude, internet și rețele sociale. Bărbații obțin semnificativ mai multe informații de la prieteni, comparativ cu totalul proprietarilor de animale de companie care utilizează această sursă de informare.

Sursele de informare pentru hrana pentru animale de companie

%

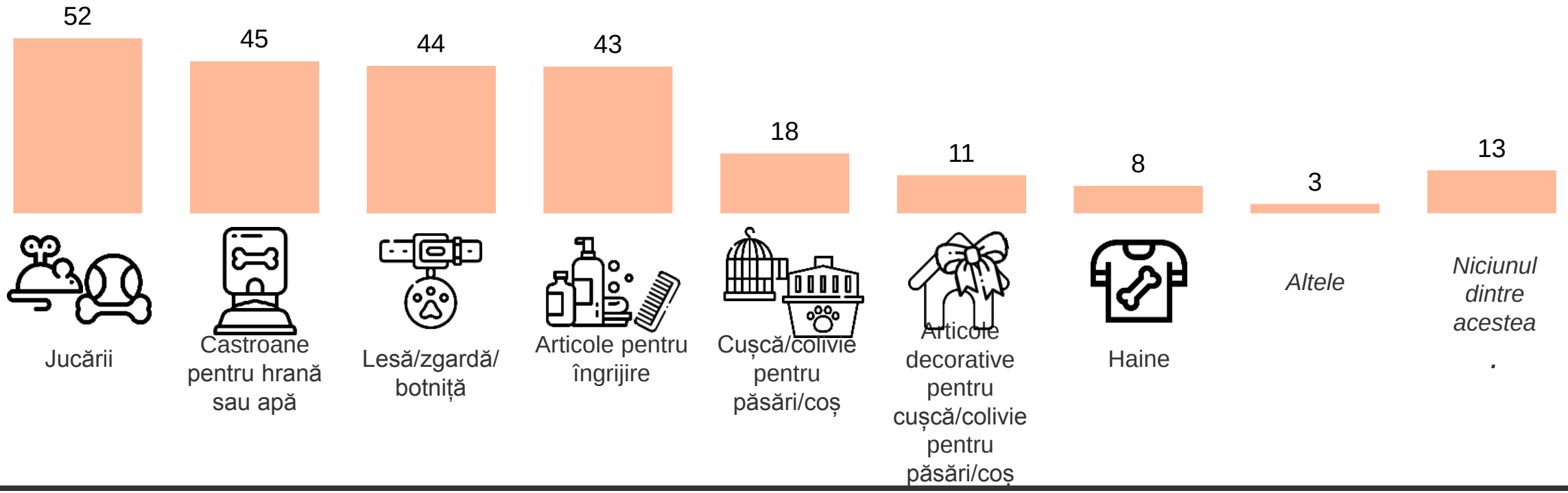


Bugetul cheltuit cu animalele de companie

Numai 1 din 10 respondenți au spus că nu au cumpărat un articol pentru animalul lor de companie în ultimele 6 luni. Cele mai cumpărate lucruri sunt jucăriile, hrana sau castroanele pentru apă, lesă/zgardă/botniță și articole pentru îngrijire. Femeile cumpără semnificativ mai multe jucării, castroane pentru hrană sau apă și articole de îngrijire, comparativ cu populația totală de proprietari de animale de companie. De asemenea, segmentul 18-25 ani cumpără semnificativ mai multe lucruri pentru animalele lor de companie, comparativ cu totalul.

Cumpărăturile din ultimele 6 luni

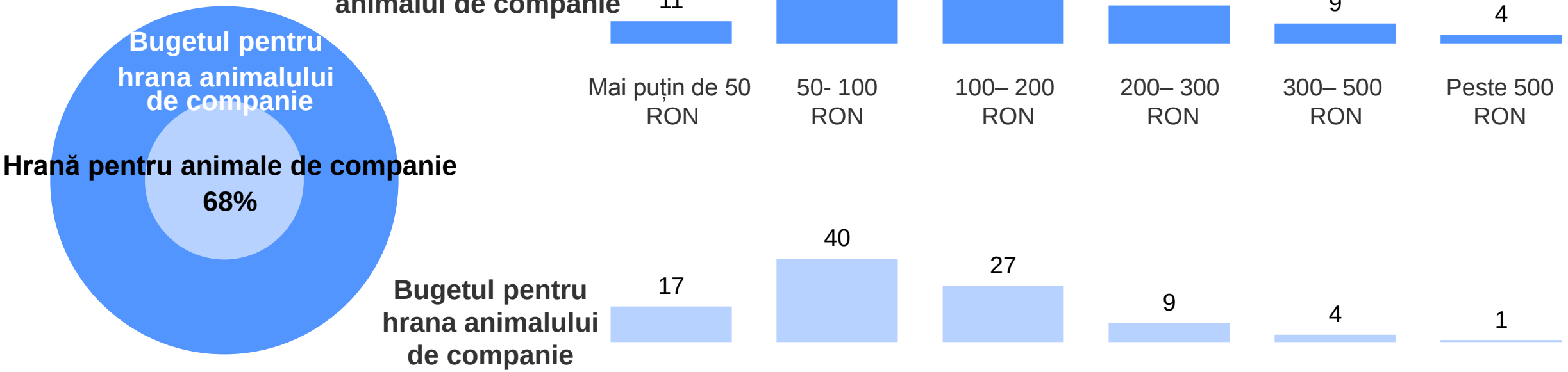
%



Aproape 70% din bugetul lunar pentru animalul de companie este reprezentat de bugetul pentru hrană.
Mai mult de jumătate dintre respondenți alocă un buget lunar pentru animalul lor de companie între 50 – 200 RON și 40% cheluiesc între 50-100 RON pe hrană.

Bugetul pentru animalul de companie

%



Sentimentele românilor pentru animalele de companie

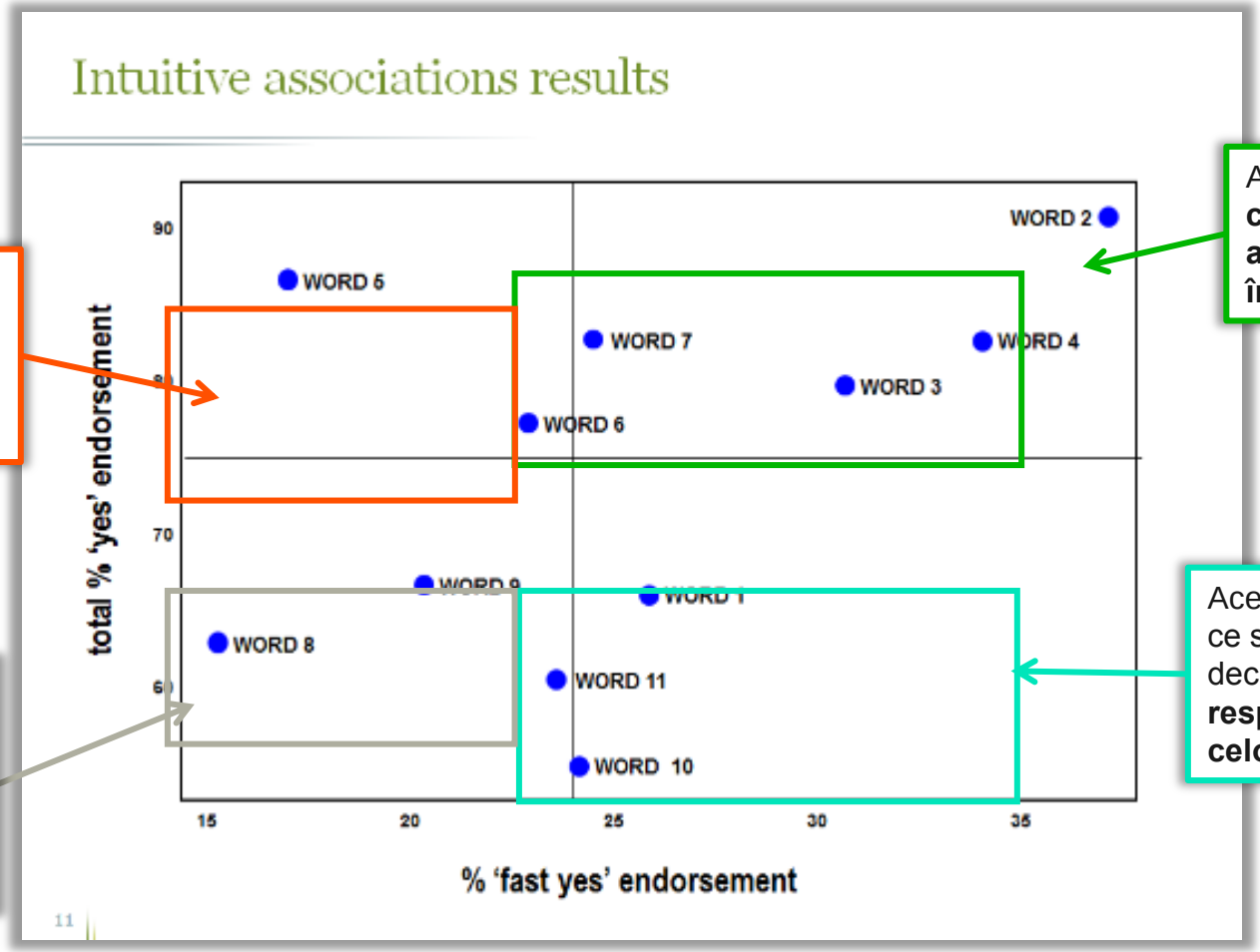
Asocieri intuitive - cum funcționează tema și cum interpretăm

Respondenții răspund **da** sau **nu,** atunci când li se prezintă un cuvânt de asociat cu animalul de companie și sunt rugați să facă asta **cât mai rapid**.

Noi raportăm câți oameni au spus **da la fiecare cuvânt, și câți dintre aceștia au spus da repede.**

Acestea sunt ideile la care oamenii **trebuie să se gândească mai mult** pentru a le ”prinde” - probabil pentru că acestea nu reprezintă animalul de companie foarte bine.

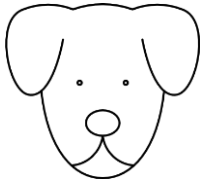
Aceste cuvinte **nu caracterizează** animalul de companie. Ele nu vin în mintea multor oameni și nu vin ușor nici măcar în mintea celor care le găsesc.



Acestea sunt cuvintele care **caracterizează cel mai mult animalul de companie. Vin ușor în mintea multor oameni.**

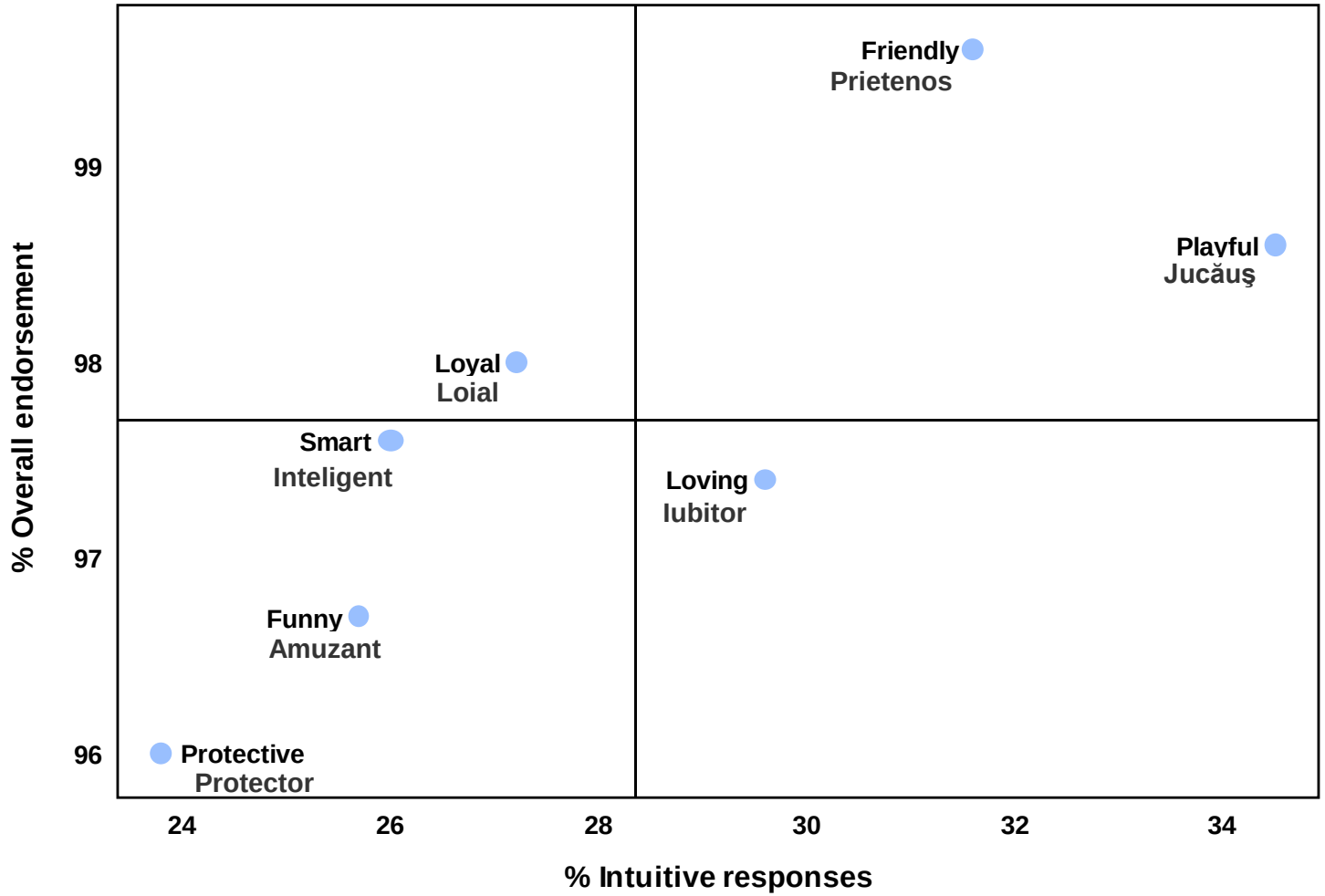
Aceste idei vin mai intuitiv decât ceea ce sugerează puterea lor generală, deci cu toate că **nu ajung la toți respondenții, ele sunt în mintea celor care le găsesc**

Cuvintele care vin ușor în mintea multora atunci când se gândesc la câini, sunt *prietenos și jucăuș.* La polul opus, cuvintele care nu vin în minte ușor și multor persoane, sunt *protector, haios și inteligent.*



Asociere intuitivă - deținători de câini

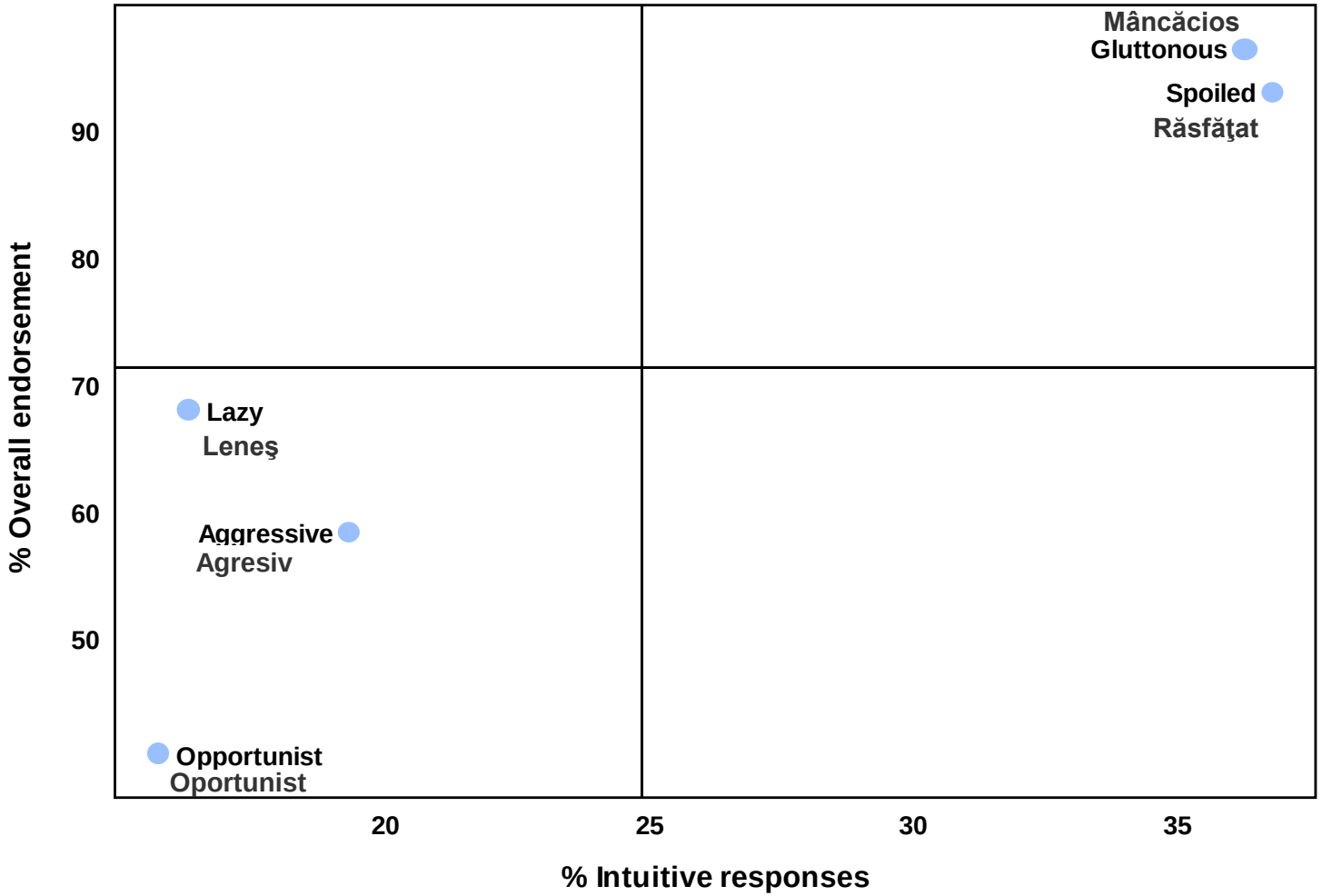
Cuvinte pozitive



Dintre atributele negative, cele care caracterizează un câine sunt mâncăcios și răsfățat.

Asociere intuitivă - deţinători de câini

Cuvinte negative

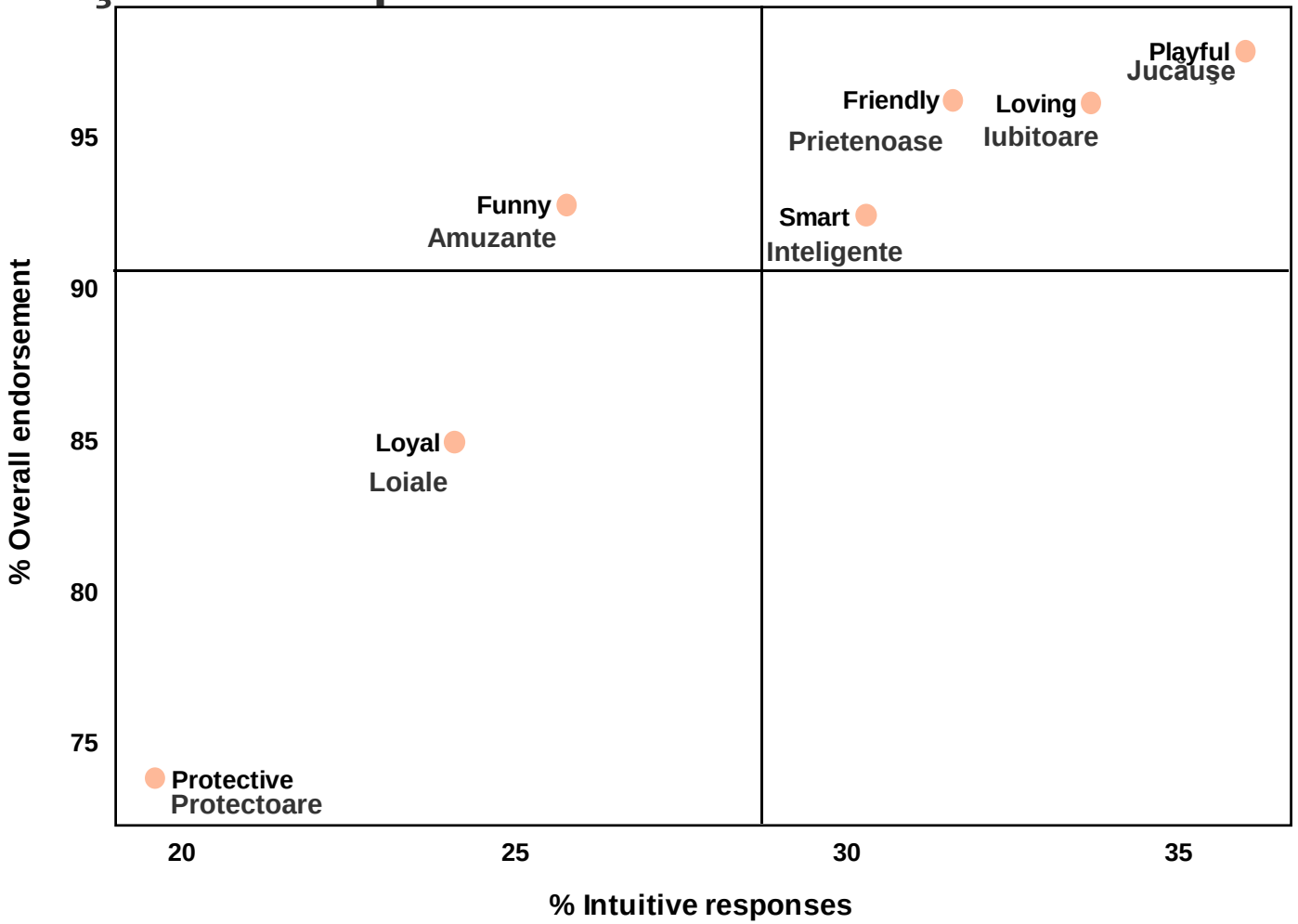


ASOCIAȚIA ROMÂNA A PRODUCĂTORILOR DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE

Pisicile sunt văzute de mulți oameni ca fiind *jucăușe, iubitoare, prietenoase și inteligente* și sunt asociate mai puțin ca fiind loiale și protectoare.

Asociere intuitivă - deținători de pisici

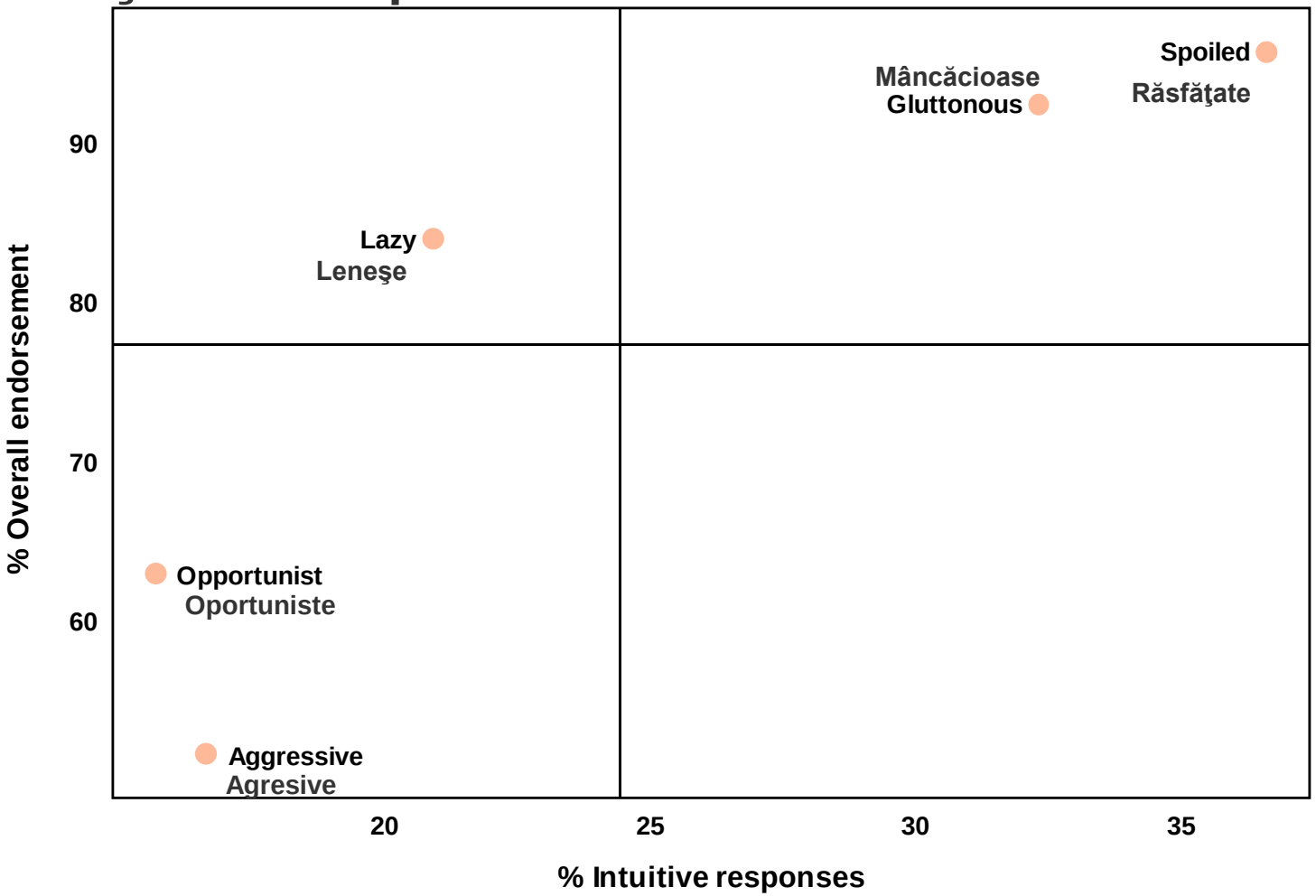
Cuvinte pozitive



La fel ca și în cazul câinilor, pisicile sunt asociate cu *răsfățate și lacome* și sunt considerate mai puțin *oportuniste și agresive*.

Asociere intuitivă - deţinători de pisici

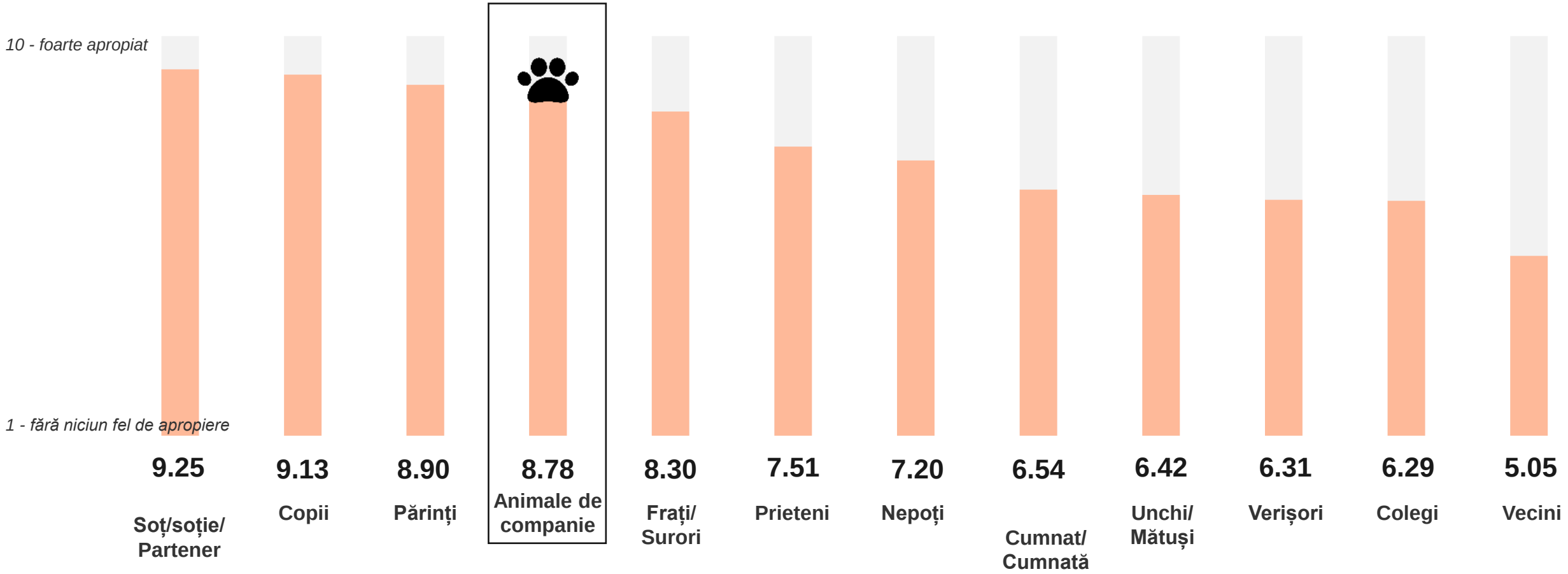
Cuvinte negative



Deţinătorii de animale de companie se simt foarte apropiați de animalele lor, poziționându-le pe a patra poziție, după soț/soție/partener, copii și părinți.

Dragostea pentru animalul de companie

Medie, scală de la 1 la 10



ARPAC
ASOCIAȚIA ROMÂNA A PRODUCĂTORILOR
DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DE COMPANIE
ARPAC
www.arpac.ro