

***Mosaic* – o clasificare a populației și vecinătăților din România pentru alocarea mai bună a banului public**

Daniela Florea
Geo Strategies-Experian
E: daniela.florea@geo-strategies.com

La începutul anilor '70, Departamentul de Mediu din Marea Britanie a solicitat sprijin mediului academic pentru definirea zonelor defavorizate, pentru accesarea Fondurilor Structurale, și diferențierea zonelor prioritare pentru anumite programe. Această metodologie a constituit bazele primului sistem de clasificare a vecinătăților în Marea Britanie bazat pe date socio-economice la nivele geografice diferite. *Mosaic* a fost inițiat de profesorul Richard Webber și dezvoltat împreună cu *CCN* (devenit în 1977 *Experian*).

Astăzi, există puține organizații orientate către consumatori care să nu utilizeze clasificarea vecinătăților¹ *Mosaic*. Acest sistem de clasificare este deopotrivă îmbrățișat de organizații comerciale și guvernamentale (la nivel central și local), pentru capacitatea sa de a oferi informația esențială în stabilirea și țintirea strategiilor de promovare, marketing și vânzare a serviciilor către populație, cât și stabilirea tacticilor și a programelor concrete de acțiune în teren.

Mosaic este utilizat în 25 de țări ale lumii (cel mai răspândit și popular sistem de clasificare din lume) și este instrument de lucru atât pentru departamentele de strategie, marketing și vânzări în organizații din toate domeniile comerciale-financiare, comerț, farmaceutice, telecomunicații etc. cât și, în egală măsură, pentru sectorul guvernamental (Fonduri Structurale, Poliție, Educație etc.) și, în mod deosebit, pentru managementul resurselor pentru sănătate.

Alinierea la practicile europene de definire a programelor și direcționarea resurselor în funcție de nevoile populației face din *Mosaic* un instrument de lucru indispensabil. De exemplu, în Marea Britanie, acesta este utilizat de Cabinetul Primului Ministru pentru stabilirea strategiilor guvernamentale, de Departamentele de Dezvoltare Regională, Departamentele de Sănătate, Educație, Interne, Muncă și Solidaritate Socială; *Geo Strategies* împreună cu *Experian* au dezvoltat *Mosaic* România. Acesta clasifică cei circa 21,6 milioane de locuitori ai României în 10 Grupuri și 45 Tipuri distincte; fiecare vecinătate este atașată unui Grup și Tip *Mosaic*. Prin *Mosaic*, România își are locul în rețeaua globală de clasificare a vecinătăților și locuitorilor,

¹ Vecinătate, pentru înțelesul acestui articol, este o arie geografică determinată, în cazul *Mosaic* România, fiind definită de limitele unui cod poștal (n.a.).

rețea care acoperă mai mult de 25 de țări și peste un miliard de persoane (www.mosaic.geo-strategies.com; www.business-strategies.co.uk).

Acest sistem începe să fie utilizat de autoritățile locale – echivalenți ai Prefecților, Primărilor și Directorilor de Programe din diferite sectoare de activitate din România.

***Mosaic* România**

Mosaic România este o segmentare geo-demografică care clasifică consumatorii în funcție de tipul de vecinătate în care locuiesc. Se bazează pe principiul bine cunoscut că oamenii decid să trăiască printre persoane cu caracteristici demografice, stil de viață și aspirații asemănătoare cu ale lor.

Au fost necesari doi ani pentru dezvoltarea *Mosaic* România (R) de către echipa *Geo Strategies-Experian*, care a dedicat acestui efort semnificativ de cercetare și dezvoltare o echipă internațională și locală de peste 40 de cercetători, geografi, demografi, analiști și consultanți.

Rezultatul este o clasificare care oferă o înțelegere cuprinzătoare și detaliată a caracteristicilor socio-demografice, a stilului de viață, psihologiei, culturii și comportamentului populației din România.

De ce să segmentăm populația?

Cercetatorii de piață clasifică sau segmentează populația în multe moduri. Fie doresc să știe dacă un anumit *brand* este atrăgător pentru persoane tinere sau vârstnice, căsătorite sau necăsătorite, bogate sau mai sărace, mai mult sau mai puțin educate etc.

Acest mod de segmentare are multe avantaje dar și o limitare esențială, aceea că nu oferă un mod în care aceste descrieri pot fi corelate/împerecheate cu o listă concretă de clienți potențiali sau o bază de date despre populație (client sau pacient etc.).

Alternativa este colectarea acestor date prin interviuarea persoanelor sau gospodăriilor. Dar cercetarea de piață este deseori văzută ca fiind costisitoare, se limitează la un eșantion (mai mult sau mai puțin reprezentativ), iar informația își pierde actualitatea foarte repede.

Segmentarea populației după vecinătățile unde aceasta locuiește, utilizând instrumente ca *Mosaic*, este mult mai practică.

Fiecare consumator sau cetățean din România are o adresă; de asemenea, multe mii de adrese sunt înregistrate zilnic de diferitele organizații, ca o rutină. Utilizând corespondența dintre adresa unui locuitor și tipul de vecinătate *Mosaic*, se asigură codificarea acestor date după tipul zonei în care acesta locuiește, respectiv se atașează tipul dominant de comportament.

Cum a fost construit *Mosaic Romania*

Datele care au fost utilizate pentru construirea *Mosaic Romania* au fost alese pentru capacitatea lor de a distinge comportamentul și stilul de viață al populației din România pe baza unor dimensiuni cheie care includ date demografice, socio-economice, despre statutul financiar, caracteristica proprietăților, a locației și stilului de consum.

Parteneriatul dintre *Geo Strategies* și *Experian* a făcut posibilă combinarea unor capacități unice de cercetare, colectare de date din teren, procesare, analiză, validare, modelare și interpretare a datelor despre România. Experiența *Experian* în construirea a peste 40 de segmentări în toată lumea, combinată cu experiența locală și internațională adusă de *Geo Strategies* în selectarea și crearea de la zero a celor mai adecvate surse de date și metodologii inovative pentru a construi un sistem de segmentare pentru România a fost cheia reușitei acestei dezvoltări unice în Centrul și Estul Europei.

Datele

Pentru construirea *Mosaic Romania* au fost folosite aproximativ 200 de variabile, selectate pe baza granularității² geografice, a volumului, calității, consecvenței și durabilității acestora în timp.

În plus față de datele ultimului recensământ, care reprezintă aproximativ 36% din datele primare în baza *Mosaic*, datele utilizate au fost selectate conform capacității lor de identificare și descriere a tipurilor de vecinătăți și locuitori într-un mod pe care datele de recensământ nu îl permit. De asemenea, datele folosite în construcție sunt cele care oferă precizia în localizarea tipului *Mosaic* la nivel de vecinătate sau cod poștal. Și, nu în ultimul rând, datele care construiesc sistemul sunt actualizabile și permit identificarea unei varietăți mari de comportament și stil de viață.

Este de menționat că echipa *Mosaic* dedicată României include experți în psihologia consumatorului, geografie umană și economică care interpretează clasificarea și prezintă o înțelegere detaliată a comportamentului fiecărui tip *Mosaic*.

Clustering

Alcătuirea grupurilor și tipurilor socio-economice se bazează pe principiul analizei cluster care utilizează diferite algoritme și metode pentru gruparea unor obiecte similare – în cazul acesta, gospodării la nivel de vecinătate și cod poștal (în România, sunt circa 37.500 de

² Granularitatea geografică reprezintă diferitele niveluri geografice cărora li se pot atașa informații structurate. O regiune istorică sau un județ prezintă o granularitate redusă, informația fiind structurată la nivel macro, pe când la nivelul unui cartier sau al unui cod poștal granularitatea este mare (n.a.).

coduri poștale, în medie, un cod poștal acoperind aproximativ 60 de gospodării în București și 200 în țară; pentru fiecare dintre cele 37.500 de coduri poștale, în sistem au fost procesate aproximativ 200 de variabile; harta codurilor poștale a fost realizată de *Geo Strategies*, partener licențiat al Poștei Române).

Analiza cluster constă în sortarea gospodăriilor după principiul similarității. Odată stabilite, acestea sunt apoi structurate și ordonate pe baza status-ului socio-economic al locuitorilor, de la cel mai înalt (abundență și educație), către cel mai sărac – și atașarea unor denumiri (etichete) cât mai sugestive fiecărui grup și tip identificat.

Selectarea etichetelor este un proces deosebit de important. Etichetele bune sunt cele care sunt adecvate grupului sau tipului căruia i se atașează și care este reprezentativ ca stereotip pentru locațiile tipului sau grupei respective. Stereotip este ceea ce sociologii numesc „tipul ideal”, adică exemplul de referință la care cazuri individuale se relaționează cu nivele variate de precizie. Cu alte cuvinte, tipurile *Mosaic* și etichetele acestora sunt determinate de *bias*-ul statistic al unei vecinătăți, respectiv de categoriile demografice care sunt mai numeroase decât în altă parte a țării și care dau aceleiași vecinătăți un caracter distinctiv.

De asemenea, denumirile (etichetele) bune sunt cele care se memorează ușor și nu sunt ofensatoare.

Descrierea sau profilul fiecărui grup sau tip *Mosaic* se referă la caracteristicile demografice, de educație, aparență fizică, origine istorică, tipul stilului de viață al oamenilor care locuiesc în vecinătățile respective, valorile lor, modelul de consum, preferințele și tendințele pentru anumite tipuri de produse și servicii.

Etichetele corespunzătoare grupelor și tipurilor *Mosaic* sunt prezentate în Caseta 1.

Primele 4 grupe mari, de la A la D, reprezintă circa 20% din totalul gospodăriilor din România, prezentând o situație prosperă și un stil de viață sănătos. Restul de 80% din gospodării aparțin uneia din cele 6 grupe de la E la J, caracterizate printr-un mod de viață mediu și un mod de viață care tinde către limita de jos a subzistenței. Cele mai defavorabile grupe sunt reprezentate de I (Bătrâni și săraci 17,53%) și J (Uitați de lume 15,54%). Descrierea fiecărui grup în parte este prezentată în Caseta 2.

Utilitatea *Mosaic* pentru sistemul de sănătate

Multe organizații sunt copleșite de multitudinea de date pe care le procesează și, în același timp, de puțina informație pe care o au pentru suportul decizional. *Mosaic* prezintă o informație extrem de cuprinzătoare (circa 200 de variabile, plus descrieri și interpretare pentru

aproximativ 200 de gospodării din România), într-un mod intuitiv, pentru întreaga populație a României.

În Marea Britanie, vecinătățile și populația care trăiește în acestea au fost codificate cu *Mosaic* ca sistem de referință; aceasta face posibilă „interogarea” stării de sănătate a națiunii *online*. Acest lucru este posibil la nivel de cod poștal și în România – pentru grupuri de 60 de gospodării în București sau 200 de gospodării în țară.

Să luăm un exemplu concret și specific referitor la o Autoritate Sanitară Locală (*Primary Care Trust*) din Marea Britanie. Examinând tipul de vecinătate (cu clasificarea *Mosaic*) din care provin clienții/consumatorii de servicii medicale, această autoritate are răspunsuri la următoarele întrebări:

1. Cât de bună este starea de sănătate în circumscripția mea?
2. Care sunt cele mai frecvente probleme de sănătate?
3. Care sunt tipurile de populație (comportament, stil de viață etc.) pentru care aceste probleme de sănătate sunt cele mai reprezentative?

1. Cât de bună este starea de sănătate în circumscripția analizată?

Răspunsul la întrebarea 1 este, în modul cel mai intuitiv, reprezentat ca o hartă tematică, rezultatul localizării pe hartă a adresei pacienților din zonă și care au fost spitalizați (geocodificarea episoadelor de spitalizare la nivelul codului poștal). Înainte de această operațiune datele sunt complet anonimizate.

Figura 1 ilustrează o astfel de hartă tematică cu reprezentarea stării de sănătate la nivel de cod poștal pentru Autoritatea Sanitară Cambridge. Starea de sănătate este în general bună, dar există zone unde aceasta poate fi îmbunătățită. Acestea sunt ușor de identificat. Astfel de hărți există pentru întregul teritoriu al țării (www.healthmapping.nhs.uk).

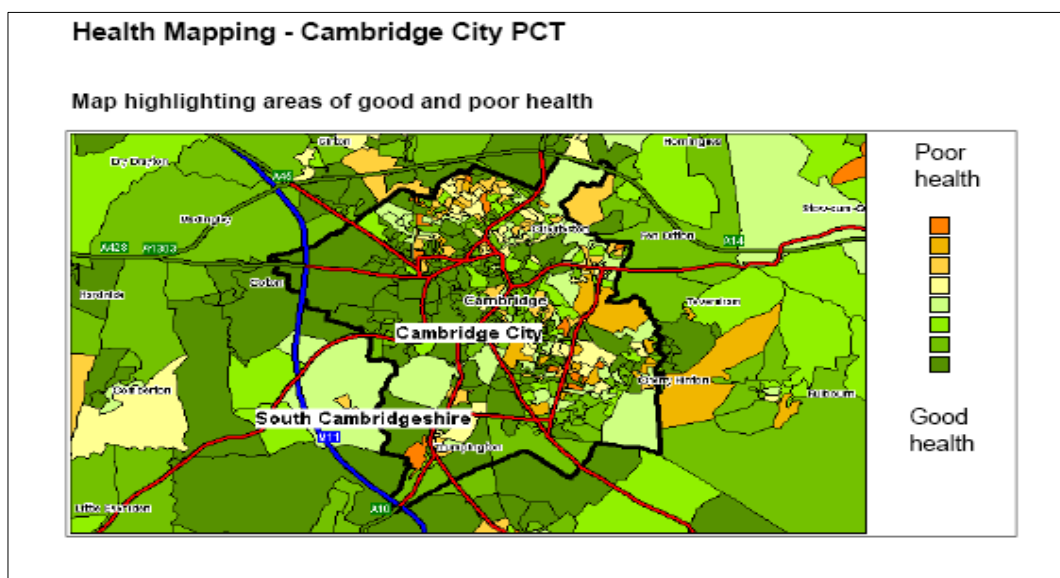


Figura 1 Harta stării de sănătate în arealul Autorității Sanitare Cambridge (Marea Britanie)

2. Care sunt cele mai frecvente probleme de sănătate?

Răspunsul la întrebarea 2 este prezentat într-un grafic care indică incidența primelor cinci condiții de boală care duc la internări în aceeași zonă. În ordine, internările de urgență în cazuri de boli mintale și cele de graviditate juvenilă sunt cele mai reprezentative – respectiv peste sau aproape de media națională pentru aceste incidențe. Acestea sunt apoi urmate de internările legate de anotimpul de iarnă, diabet, și bolile de inimă.

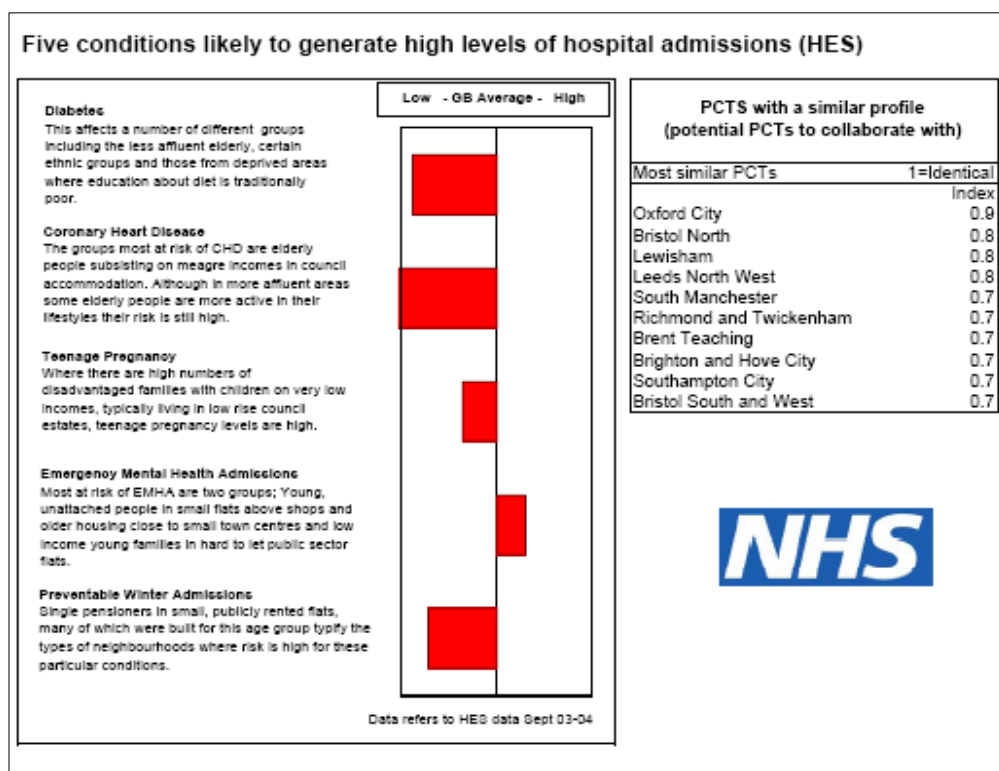


Figura 2 - Grafic cu incidența bolilor în zona Cambridge, raportată la media națională

3. Care sunt tipurile de populație (comportament, stil de viață etc.) pentru care aceste probleme de sănătate sunt cele mai reprezentative?

Răspunsul la întrebarea 3 este obținut prin corelarea tipurilor *Mosaic* – respectiv a stilurilor de viață – cu cele cinci tipuri de condiții de boală care duc la cele mai multe cazuri de spitalizare. În acest exemplu, internările asociate cu bolile mintale sunt corelate direct cu tipurile de vecinătăți (*Mosaic UK*): *Town Centre Refuge* (zone urbane defavorizate, cu nivele mai mari de promiscuitate), *Upper Floor Families* (cei care trăiesc în case mai aglomerate, cu chirie); *Tower Block Living* (cei care trăiesc în blocuri de peste 10 etaje). Gravida juvenilă este mai

reprezentativă în vecinătățile locuite de *Families on Benefits* (familiile care trăiesc din ajutor de șomaj sau subsidii), *Upper Floor Families* (cei care trăiesc în case mai aglomerate, cu chirie); *Lower Horizons* (cei cu aspirații foarte joase, nivel scăzut de trai) și *South Asian Industry* (zone populate de populația de origine sud-asiatică).

Beneficii ale utilizării în România a clasificării *Mosaic* pentru sistemul de sănătate

Aplicat la nivel național în România, *Mosaic* poate ajuta direct la:

- cuantificarea gradului de defavorizare la ORICE nivel geografic permite luarea de măsuri la oricare dintre acestea: regiune, județ, oraș, autoritate sanitară, circumscripție, medic de familie, comună, stradă);
- măsurarea și calibrarea performanței în sănătate în relație cu obiective naționale și locale;
- alocarea resurselor spre tipurile de locuitori care sunt mai expuse riscului pentru anumite boli;
- alocarea fondurilor într-un mod mai echitabil pe baze proporționale cu defavorizarea din anumite circumscripții.

Caseta 1 - Grupuri și Tipuri Mosaic România

Grupa	Descrierea grupului	% Gospodării	Tip	Descrierea tipului	% Gospodării
A	Simboluri ale succesului	2.59	A01	Clasă și influență	0.53
			A02	Elita matură	0.96
			A03	Tineri, deștepți și cu bani	1.10
B	Oportunitate și dinamism	4.42	B04	Oportunitate și bani	0.46
			B05	Turism și tradiție	1.03
			B06	Ambiție suburbană	2.09
			B07	Oamenii logisticii	0.84
C	Prosperitate regională	5.61	C08	Succesul academic	0.69
			C09	Intellectualitatea urbană	0.95
			C10	Patronii orașului	2.92
			C11	Noii întreprinzători	1.05
D	Clasa de mijloc	7.20	D12	Clasa de mijloc cu carte	0.30
			D13	Familii așezate	1.81
			D14	Munca de birou	0.86
			D15	Funcționarii modești	1.58
			D16	Clasa medie stabilă	1.45
			D17	Meseriași orașului	0.77
			D18	Viața la periferie	0.43
E	Viața industrială	18.46	E19	Maiștrii la centrale	3.17
			E20	Șefii de echipă	5.01
			E21	Provincialii așezați	2.83
			E22	Suburbii industriale	0.60
			E23	Servicii și întreținere	2.98
			E24	Dependenții industriali	3.87
F	Provincialul cumpătat	15.84	F25	Întreprinzătorii provinciali	3.16
			F26	Gazdele de la băi	5.67
			F27	Orășenii liniștiți	0.95
			F28	Rutina zilnică	4.50
			F29	Viața de miner	1.56
G	Viața la țară	9.24	G30	Sătenii rânduți	5.44
			G31	Bătrânețe cenușie	3.30
			G32	Izolați și nevoiași	0.50
H	Satul trudit	3.58	H33	Familii strădalnice	1.14
			H34	Trai auster	1.37
			H35	La marginea pădurii	1.07
I	Bătrâni și săraci	17.53	I36	Satul de poligon	3.03
			I37	Bunicii neajutorați	6.30
			I38	Satul molcom	0.55
			I39	Bătrâni singuri și săraci	5.42
			I40	Sărăcia care doare	2.23
J	Uitați de lume	15.54	J41	Marginalizați dar cu speranță	5.98
			J42	Tradițional multicultural	1.85
			J43	Romii tineri	2.03
			J44	Împovărați de griji	0.86
			J45	Săraci lipiți	4.82

Caseta 2 - Descrierea grupurilor *Mosaic*

Grup A – Simboluri ale succesului

Oameni de succes care fac parte din elita societății românești, orientați spre carieră și care locuiesc în cele mai luxoase cartiere din București.

- Oameni maturi cu studii superioare
- Instituții guvernamentale și companii de top
- Oameni de decizie
- Venituri mari
- Dezvoltare rapidă
- Cartiere de lux
- Stil de viață elegant
- Rețele naționale și internaționale



Oamenii din categoria “Simboluri ale succesului” au cariere stabile și venituri foarte mari. Ei sunt reprezentați atât de cei care au câștigat bani în trecut cât și de cei care s-au îmbogățit recent, adică personalități ale vieții publice și politice care au relații puternice și oameni de afaceri atât din sectorul public cât și din cel privat. Averile acestora sunt foarte mari, cu mult peste media pe țară și sunt în creștere.

Nivelul de educație este foarte ridicat, iar statutul și conexiunile acestora le-au permis opțiunile cele mai bune în ceea ce privește educația și cariera. De cele mai multe ori, viața de familie este foarte complexă. Familiile cu copii independenți sunt des întâlnite, dar se întâlnesc și oameni divorțați sau necăsătoriți. O caracteristică a statutului lor este bogăția și lipsa timpului liber. Cu toate acestea, ei au concepte și valori solide care îi ghidează în viață. O prioritate importantă pentru ei este asigurarea celor mai bune condiții și opțiuni în ceea ce privește educația copiilor lor.

Membrii grupului “Simboluri ale succesului” sunt cei care ocupă funcții înalte, cum ar fi oamenii de decizie din instituții guvernamentale sau din diferite sectoare ale industriei. Ei tind să locuiască în cartiere situate în zonele cele mai râvnite ale Bucureștiului. În aceste cartiere exclusiviste se găsesc proprietăți foarte scumpe, case înconjurate cu spații verzi extinse, dar și apartamente cu un confort ridicat în blocuri de calitate din zonele centrale ale capitalei. Locuințele acestora sunt bine poziționate și foarte spațioase.

Membrii mai în vârstă ai grupului, care fac parte din comunitățile culturale, academice și politice, sunt mai conservatori în ceea ce privește alegerile pentru bunurile de consum zilnice. În schimb, cei mai tineri, influențați de cultura din vest, tind să fie mai interesați de *brand*-urile internaționale decât de cele autohtone, de activități cosmopolite și călătoriile în străinătate. Membrii acestui grup sunt foarte competitivi și conștienți de imaginea lor publică. O caracteristică a acestora este achiziționarea de produse de calitate superioară, cum ar fi mașini importate sau produse de tehnologie avansată.

Aceștia cheltuiesc foarte mult și sunt mari consumatori de servicii financiare; de asemenea, sunt foarte activi și speculativi, achiziționând terenuri, proprietăți, obiecte de artă și, mai nou, acțiuni în companii private.

Grup B – Oportunitate și dinamism

Oameni cu familie, foarte motivați, cu aspirații și spirit întreprinzător, care locuiesc în zone turistice cu rețele de transport bine dezvoltate.

- Oameni maturi activi
- Întreprinzători ambițioși
- Afaceri practice
- Zone turistice și rețele de transport
- Venituri ridicate
- Tineri
- Bunuri materiale
- Standard de viață confortabil
- Rețele locale



Acest grup include familii tinere cu spirit antreprenorial și care au o viață dinamică. Au o educație relativ bună și s-au adaptat ușor la economia de piață; de asemenea, sunt oameni versatili și cu relații.

Din punct de vedere etnic, grupul “Oportunitate și dinamism” este divers, dar este bine definit geografic, fiind situat în zonele centrale ale orașelor metropolitane, cum ar fi Constanța, București, și ale altor mari orașe din țară, dar și în centre turistice. Ei locuiesc în zone bune, în case cu un confort ridicat, iar standardul de viață este înalt și datorită investițiilor în terenuri și proprietăți.

Membrii acestui grup sunt angajați în domeniile care s-au dezvoltat în ultimii ani, și anume transport, logistică, construcții, vânzări cu amănuntul sau servicii. Acești oameni sunt foarte competenți, capabili și fie sunt angajați într-o companie, fie își încep propria afacere. Sunt foarte motivați și au multe resurse, familiile acestora implicându-se foarte mult pentru ca afacerea să aibă succes. Au o dorință foarte mare de a-și îmbunătăți confortul și de a urca pe scara socială.

Acest grup are aspirații înalte și apreciază valorile materiale, constituind o categorie importantă de consumatori. Gusturile și preferințele reflectă nivelul atins în dezvoltarea personală, care variază de la ostentație la eleganță discretă. Generațiile mai în vârstă au un stil mai conservator, cei mai tineri având preferințe cosmopolite, fiind adepții unui stil internațional.

Tendința spre o economie tradițională bazată pe bani lichizi începe să dispară pe măsură ce acest grup devine din ce în ce mai interesat de serviciile și produsele financiare, odată cu apariția creditelor și cardurilor. Acești oameni se preocupă tot mai mult de opțiunile de credit bancar, pentru a asigura resurse pentru cheltuielile financiare personale sau pentru a începe noi afaceri.

Grup C – Prosperitate regională

Oameni cu educație, proprietari ambițioși ai unor mici afaceri și furnizori de servicii, care locuiesc în cartierele centrale din marile orașe ale țării.

- Oameni tineri activi
- Inteligență urbană
- Întreprinzători și furnizori de servicii
- Cele mai importante orașe regionale
- Venituri medii-ridicate
- Necăsătoriți și familii restrânse
- Idei și influențe noi
- Standard de viață confortabil
- Orientare internațională



Grupul “Prosperitate regională” se prezintă foarte eterogen, fiind format în mare parte din oameni activi, cu studii superioare și plini de resurse. Ei locuiesc în special în orașele regionale, implicându-se dinamic în creșterea economică a României.

Tipice pentru acest grup sunt familiile cosmopolite restrânse, dar și tineri necăsătoriți, cu o oarecare diversitate etnică. Acești oameni sunt foarte activi în domeniul cultural, medical, educațional și financiar, liber profesioniști sau având propria lor afacere. Tineri și vârstnici, sunt prezenți mai ales în marile orașe universitare și sunt foarte preocupați să urce pe scara socială.

Membrii acestui grup locuiesc în cele mai bune zone ale marilor orașe din provincie. Aceste orașe au un rol determinant în dezvoltarea economică a țării, devenind foarte atractive pentru investitori datorită combinației între calitatea mediului, a construcțiilor și a stilului de viață. Standardul de viață este în general ridicat, datorită faptului că o mare parte dintre membrii grupului locuiesc în case de calitate superioară.

Grupul “Prosperitate regională” este un grup dinamic, format din oameni independenți, foarte motivați și bine adaptați la noua structură economică și socială. Afișează un aspect modern și acest fapt este ilustrat de alegerile și obiceiurile lor în ceea ce privește consumul. Dețin proprietăți, sunt foarte activi în economie și preferă produse de tehnologie înaltă și, dacă este posibil, din import sau de marcă. Au o etică a muncii dezvoltată, rezultată din dorința de a-și putea permite achiziționarea unor case cu un confort ridicat, mașini mai bune și produse de ultimă generație.

Activitățile bancare în cadrul acestui grup sunt numeroase, iar unii dintre aceștia au investit în acțiuni. Cei mai mulți preferă tranzacțiile prin card plăților tradiționale cu bani lichizi. Se prevede o potențială creștere a serviciilor financiare, deoarece acești oameni sunt foarte receptivi la noi produse, din dorința de a-și îmbunătăți standardul de viață în viitor.

Grup D – Clasa de mijloc

Clasa de mijloc urbană cuprinzând un grup de oameni de diferite niveluri sociale și profesionale, cu rol important în menținerea stabilității economiei locale.

- Oameni maturi activi și vârstnici
- Familii
- Salariați și angajatori
- Servicii
- Marile orașe
- Venituri medii
- Calitate și valoare a serviciilor
- Amestec contemporan
- Consumatori atenți



Clasa de mijloc cuprinde un spectru variat de tipologii sociale, de la profesioniști educați și ambițioși la muncitori cu pregătire și așteptări reduse. Membrii acestui grup locuiesc în zonele urbane și își desfășoară activitatea în diferitele industrii și servicii în curs de dezvoltare. Acest grup reprezintă un element cheie în societatea românească în perioada post-aderare la Uniunea Europeană.

Nivelul de educație al acestor oameni este ridicat, ei având studii liceale și chiar superioare. În cadrul acestui grup, există o reprezentare demografică echilibrată între persoanele active și cele în vârstă. În general, aceștia sunt de etnie română, reprezentând a doua generație care a migrat din zonele rurale spre zonele urbane. Acest grup include profesioniști, angajați în domeniul serviciilor, dar și un număr în continuă creștere de mici întreprinzători și patroni. Această forță de muncă variată contribuie la creșterea economică urbană, fiind un aspect caracteristic al societății românești contemporane.

În general, aceștia locuiesc în cartierele așezate ale marilor și micilor orașe, calitatea locuințelor fiind medie spre bună. Urmare a migrării de la sat spre oraș, este obișnuit ca membrii acestui grup să locuiască în blocuri de apartamente care au fost construite între anii 1965-1980, în perioada în care această migrare a avut loc.

În comparație cu cei din domeniul serviciilor, sunt mai puțin ambițioși; acest grup tinde să aibă obiceiuri de consum mai modeste și mai conservatoare. Sunt niște consumatori foarte atenți, fiind interesați tot mai mult de calitate și preț; în general, nu caută neapărat o calitate superioară a produselor și serviciilor. O caracteristică importantă care este foarte mult răspândită în cadrul acestui grup este achiziționarea unei mașini de familie, care poate fi nouă sau *second-hand*.

Din punct de vedere financiar, există o tendință de a renunța la tranzacțiile cu bani lichizi și de a apela la carduri și conturi în bancă. De asemenea, o parte din banii câștigați sunt depuși la bancă, membrii grupului apelând la credite bancare pentru achiziționarea unei proprietăți sau a unei mașini noi. Dezvoltarea economică a acestui grup depinde foarte mult de procesul de privatizare, dar și de dezvoltarea unor noi afaceri în orașele importante din România.

Grup E – Viața industrială

Familii care lucrează din greu în sectorul industrial și care locuiesc în orașele din provincie sau în zonele mărginașe ale marilor orașe.

- Oameni activi
- Salariați
- Muncitori în sectorul industrial
- Orașe din provincie și periferia orașelor
- Venituri medii-scăzute
- Familii stabile
- Valoare și necesitate
- Densitate ridicată
- Confruntare cu schimbări



Grupul “Viața industrială” este relativ compact și omogen, deoarece este format din oameni care lucrează în sectorul industrial și al serviciilor anexe. Acești oameni locuiesc în orașele din provincie de mărime mică și medie sau la marginea marilor orașe. Este cel mai numeros grup și are două sub-grupe distincte: unul care evoluează pozitiv, către Clasa de mijloc, și altul care asimilează mai greu schimbările care au loc în societate.

Demografia acestui grup este mixtă, predominând totuși oamenii maturi care au un loc de muncă. Familiile sunt de mărime medie, având doi sau trei copii. Nivelul de educație este mediu, aceștia având studii de școală generală și liceală; totuși, există un procentaj mic al absolvenților de facultate care își desfășoară activitatea în principal în domeniul tehnic. Majoritatea membrilor acestui grup lucrează în sectorul industrial. Unii membri mai ambițioși, mai ales capul familiei, au chiar și o a doua slujbă pentru a suplimenta veniturile familiei.

Membrii acestui grup tind să locuiască în orașele regionale sau în zonele mărginașe ale marilor orașe din apropierea complexelor industriale. În București, locuiesc în blocuri care au fost construite după cutremurul din 1977, care au un confort care variază între mediu și scăzut. Condițiile de viață sunt caracterizate de o densitate ridicată, mai multe generații locuind împreună în aceeași locuință. Deseori, aceste locuințe sunt relativ departe de rețelele de transport public sau alte facilități.

Acest grup nu este la fel de receptiv la schimbare ca celelalte grupuri urbane, iar preferințele lor politice tind către stânga, această atitudine conformistă fiind prezentă în multe din aspectele vieții lor zilnice. Consumul este relativ scăzut în aceste cartiere, deoarece oamenii cumpără în general strictul necesar, în funcție de venituri. Bugetul acestora poate să facă față doar nevoilor zilnice și cu greu acoperă plata utilităților.

În general, activitățile bancare sunt scăzute în cadrul acestui grup, deși există o tendință ca salariile să fie plătite direct în conturi bancare sau pe card. Tranzacțiile cu bani lichizi încă domină, și acest fenomen va mai dura și în viitor.

Grup F – Provincialul cumpătat

Familii mai sărace, cu orizonturi limitate, din orașele din provincie caracterizate de activități industriale și șomaj ridicat.

- Tineri și oameni maturi
- Familii cu copii
- Salariați și șomeri
- Industrii de prelucrare
- Oarecare potențial turistic
- Mici orașe industriale
- În funcție de necesități
- Stil de viață semirural
- Amestec etnic



Acest grup include în principal persoane din orașele din provincie de mărime medie și mică cu tradiție în industriile de prelucrare. Aceștia tind să locuiască în zone cu densitate scăzută, combinând stilul de viață urban cu cel rural. Restructurarea industrială a cauzat în ultimii ani o creștere majoră a ratei șomajului și scăderea standardului de viață.

În general, predomină persoanele mature care au un loc de muncă, dar există și un număr mare de pensionari care nu au un rol activ în economia locală. Există o diversitate etnică, iar nivelul de educație variază de la scăzut la modest. Acești oameni fac parte din fosta clasă muncitoare care își are originile în zonele rurale și care s-a stabilit la oraș în perioada de expansiune industrială din anii '60. Ei tind să lucreze în industriile de prelucrare sau, ocazional, în sectorul serviciilor.

Standardul de viață al acestui grup este sub media pe țară, iar veniturile mici de-abia le permit să își plătească cheltuielile de întreținere. Condițiile de viață sunt modeste; în general, locuiesc în apartamente al căror confort este scăzut sau în case situate în zone semiurbane. În ciuda veniturilor scăzute, au o grijă specială pentru mediu și locuințele lor; foarte rar sunt cartiere neîngrijite.

Etosul acestor oameni variază mult, de la dinamism la lipsa ambiției, iar alegerea majorității membrilor acestui grup este limitată datorită lipsei resurselor financiare. Consumul este bazat pe nevoi elementare, doar bunurile indispensabile fiind achiziționate în mod regulat. Daciile vechi sunt cel mai comun mijloc de transport pentru acest grup.

O caracteristică cheie care distinge acest grup de alte comunități urbane este faptul că încă domină economia în bani lichizi, iar investițiile și tranzacțiile pe card sunt foarte rare

Grup G – Viața la țară

Generații tinere și vârstnice care locuiesc în sate tradiționale, în zone pitorești și cu potențial pentru turism și pentru achiziționarea unei case de vacanță.

- Tineri și vârstnici
- Pensionari conservatori
- Sate tradiționale
- Mici zone industriale
- Venituri mici
- Subzistență, independență
- Potențial turistic
- Rețele locale



Grupul “Viața la țară” este caracterizat de o populație formată din tineri și bătrâni, deficitară în persoane active datorită migrației forței de muncă spre orașe. Din cauza lipsei populației active, aceste zone sunt mai puțin dinamice din punct de vedere economic; ritmul vieții este mai lent.

Nivelul de educație este scăzut, foarte rar au studii liceale. Predomină etnia română, dar în unele zone există o populație mixtă. O mare parte din forța de muncă a migrat spre orașe, iar ocupațiile care au mai rămas sunt bazate pe agricultură sau industrie, în fabrici situate în apropierea unor sate izolate. Câștigurile sunt foarte mici, dar, în general, viața lor cotidiană se concentrează mai mult pe activitățile în gospodăria proprie.

Membrii acestui grup trăiesc în satele tipice românești care sunt asociate cu tradiții și lipsa sărăciei extreme. Sunt întâlniți atât în zonele de deal, dar și în cele de munte; aceste zone se vor dezvolta și mai mult în anii următori datorită investițiilor în turismul rural. Condițiile de viață sunt rezonabile, deoarece acești oameni se îngrijesc de proprietățile lor și fac eforturi pentru a-și îmbunătăți confortul. O caracteristică a acestui grup este prezența unor pensiuni mai ieftine de turism rural care constituie o sursă de venit.

Acest grup încă mai păstrează valorile morale tradiționale de la țară. Consumul este relativ scăzut în ceea ce privește bunurile zilnice și datorită faptului că își asigură singuri unele produse. Oamenii sunt conservatori cu privire la bunurile de consum, dar, uneori, economisesc bani pentru achiziționarea unor produse electrocasnice care le ușurează munca în bucătărie și le îmbunătățește viața. Mașinile sunt *second-hand*, dar cel mai mult utilizează căruțele pentru transportul oamenilor și al bunurilor.

Grup H – Satul truditor

Familii numeroase care locuiesc în comunități mici de etnie mixtă, duc o viață grea și găsesc cu dificultate o slujbă.

- Vârstnici și copii
- Familii numeroase
- Amestec etnic
- Ocupații agricole și minerit
- Șomeri, subzistență
- Venituri temporare și schimburi în natură
- Sate mici
- Standard de viață auster
- Potențial scăzut



Grupul “Satul Truditor” cuprinde în principal o populație rurală, caracterizată prin mici comunități de etnie mixtă. În ciuda faptului că sunt localizați în zone cu acces la resursele naturale, austeritatea și privațiunea predomină în aceste zone.

Deși există o oarecare stabilitate demografică, numărul de copii și bătrâni este mare. Familiile numeroase sunt des întâlnite, mai ales în cadrul comunităților de romi; în general, nivelul de educație este foarte scăzut, cei mai mulți terminând doar școala primară și rareori gimnaziul. Agricultură și activitățile rurale sunt predominante dar și mineritul este prezent în anumite zone. Veniturile sunt foarte scăzute, iar șomajul și condițiile de subzistență sunt frecvente.

Acest grup este format din oameni care dețin mici proprietăți moștenite, case (construite de ei înșiși) și animale. Duc un trai modest și se întrețin lucrând pământul, făcând diferite servicii mărunte sau prestând diverse slujbe temporare. Casele sunt mici, cu utilități elementare, minime, unele necesitând renovări majore. Condițiile de viață sunt dificile, în cadrul aceleiași locuințe conviețuind mai multe generații, de aceea există un risc mai mare de transmitere a diferitelor boli.

Acești oameni consumă numai bunuri și servicii de bază, datorită veniturilor foarte mici, sub media pe țară, iar condițiile de viață sunt cele elementare. Ei își asigură singuri hrana, iar deplasările până la cel mai apropiat oraș sunt rare. Cel mai obișnuit mijloc de transport este cel tradițional (căruța cu cai), iar mașinile sunt foarte rare.

Oamenii din acest grup utilizează frecvent bani lichizi, iar uneori, în lipsa banilor, recurg la schimburi în natură. Viitorul lor este nesigur, singurele schimbări care ar mai putea îmbunătăți situația acestor oameni ar fi investițiile în agricultură și turism rural. Stabilizarea economiei locale ar putea fi realizată prin crearea de noi locuri de muncă și relansarea industriei mineritului. Eventuale fonduri și programe de dezvoltare direcționate către aceste zone ar putea permite refacerea acestui grup după o lungă perioadă privațiuni și luptă pentru supraviețuire.

Grup I – Bătrâni și săraci

Bătrâni săraci care trăiesc în mici comunități, aflate departe de orice servicii elementare, depinzând de activitățile rurale tradiționale.

- Pensionari, vârstnici
- Familii de mărime medie
- Ocupații agricole
- Sate mici românești
- Nivel educațional scăzut
- Sărăcie înrădăcinată
- Răspândire în întreaga țară
- Izolare
- Trai în natură



Acest grup predominant rural cuprinde oameni care trăiesc în sate așa-zise “capsule ale timpului”, fiind al doilea grup ca întindere, în România. În general, sunt comunități foarte restrânse, poziționate de cele mai multe ori departe de marile aglomerări urbane. Aceste așezări sunt întâlnite în toată țara, cuprinzând o varietate de comunități, de la unele mai înstărite și izolate, până la cele mai sărace, din Moldova.

Sunt reprezentate toate categoriile de vârstă, dar predomină vârstnicii, mai ales în localitățile de unde cei mai tineri au plecat la muncă în străinătate. Cei mai mulți sunt de etnie română, dar în unele părți ale țării se întâlnesc și alte naționalități. Nivelul de educație este foarte scăzut, având, în general, doar școala primară, dar mulți nu au nici un fel de educație sau au foarte puțină. Majoritatea lucrează în agricultură sau fac activități rurale tradiționale, menținându-se la un nivel de supraviețuire. Slujbele sezoniere sunt des întâlnite, deși sunt plătite foarte prost; mulți sunt șomeri.

Condițiile de viață sunt, în general, foarte scăzute, rata sărăciei fiind cu mult peste media pe țară. Casele sunt rudimentare, de cele mai multe ori izolate, aflându-se departe de utilitățile de bază. Satele sunt situate într-un peisaj atractiv. În ciuda faptului că locuitorii încearcă să supraviețuiască cu mijloace limitate, aceștia sunt foarte mândri de casele lor, care sunt rareori neîngrijite. Caracteristica acestor zone este incidența îmbătrânirii și a bolilor cauzate de sărăcie, în parte din cauza accesului dificil la îngrijire medicală.

În ciuda faptului că proprietatea particulară este larg răspândită, lipsa forței de muncă, a mijloacelor necesare cultivării pământului și a utilajelor adecvate, de exemplu tractoare, face ca terenurile să nu fie exploatate eficient și la capacitatea maximă. Oamenii trăiesc de azi pe mâine, iar consumul lor este limitat la nevoile traiului zilnic. Cel mai important mijloc de transport este căruța cu cai, dar există și un număr mic de mașini foarte vechi.

Sunt necesare investiții semnificative, mai ales în infrastructură pentru a ridica nivelul de trai al acestor oameni, fără de care problemele sociale și economice asociate cu sărăcia vor persista.

Grup J – Uitați de lume

Comunități rurale sărace, tineri și bătrâni care supraviețuiesc cu greu din agricultura de subsistență.

- Foarte tineri și foarte bătrâni
- Familii numeroase
- Cei mai săraci
- Comunități fără speranță
- Activități rurale
- Migrație economică
- Case înghesuite
- Valori tradiționale
- Diversitate culturală



Grupul “Uitați de lume” include oameni care trăiesc la sate sau în unele zone urbane, la nivelul de sărăcie maxim în România. Aceștia sunt foarte apropiați de natură, ducând o viață simplă, în condiții minime de subsistență. Adesea, ei sunt lipsiți de accesul la orice formă de comerț modern, servicii sau rețele de transport.

Deseori, structura de populație din aceste comunități este dezechilibrată datorită plecării forței de muncă în zonele urbane sau în străinătate, în urmă fiind lăsați doar cei bătrâni și cei foarte tineri. Majoritatea sunt români, dar în unele zone există și rromi sau alte etnii. Nivelul de educație este cel mai scăzut din țară, mulți dintre ei terminând doar școala primară, iar alții neavând nici un fel de educație. Ei își câștigă existența având ocupații mai ales în agricultură sau activități specific rurale, iar venitul unora este suplimentat de către cei plecați în străinătate.

Condițiile de viață ale acestor oameni sunt elementare. Caselor le lipsesc adesea utilitățile de bază, cum ar fi accesul la drumuri și apă curentă. Casele sunt foarte mici și, de cele mai multe ori, locuințele sunt foarte înghesuite. Din nefericire, bătrânețea și bolile sunt predominante în cadrul acestui grup. În ciuda faptului că atmosfera acestor locuri nu a fost alterată și sunt o mulțime de peisaje magnifice, impresia este că timpul s-a oprit, iar condițiile de viață sunt parcă neschimbate de sute de ani.

Pentru românii de la țară, valorile morale tradiționale au un rol important în viața de zi cu zi. Relațiile sociale sunt foarte strânse, bazate pe încredere ; de cele mai multe ori, se fac schimburi de bunuri, fără a implica sume de bani. Nu se poate vorbi despre consum în cadrul acestor comunități care, deseori, se luptă să supraviețuiască. În cele mai multe cazuri, aceștia folosesc mijloace de transport rurale tradiționale, cum ar fi căruțe cu cai, neavând la dispoziție alte mijloace.

Se întrevide o perspectivă mai bună pentru acest grup, numai dacă se vor face investiții în infrastructură și se vor diversifica activitățile agricole cu alte tipuri de activități. În plus, luând în considerare localizarea excelentă a multora dintre comunitățile din cadrul acestui grup, există și un potențial turistic de luat în seamă.