

## **X.CONSUMUL ȘI MEDIUL ÎNCONJURĂTOR**

### **X.1 Tendințe în consum**

#### **X.1.1. Alimente și băuturi**

Consumul de bunuri și servicii este un factor important al utilizării resurselor la nivel mondial și al impactului asupra mediului asociat. Creșterea volumului comerțului mondial conduce la creșterea ponderii presiunilor și impactului asupra mediului. Alimentația, locuințele, mobilitatea și turismul sunt responsabile pentru o mare parte a presiunilor și impacturilor provocate de consumul privat, la nivel antropoc în UE. Pentru reducerea semnificativă a acestor constrângeri asupra mediului este necesară schimbarea tiparelor consumului public și privat cât și a mentalității asociate consumului.

Creșterea economică și dezvoltarea tehnologiilor moderne din ultimele decenii au adus noi niveluri de confort în viețile noastre. Acest fapt a condus la o cerere și mai mare de produse și servicii și, implicit, la o cerere crescândă de energie și resurse. Modul în care producem și consumăm contribuie la multe dintre problemele de mediu din prezent, cum ar fi încălzirea globală, poluarea, epuizarea resurselor naturale și pierderea biodiversității. Multe dintre produsele pe care le cumpărăm și le utilizăm în fiecare zi au un impact semnificativ asupra mediului, de la materialele folosite pentru fabricarea acestora până la energia necesară pentru utilizarea lor și la deșeurile care rezultă în urma scoaterii lor din uz.

Pentru ca societatea modernă să devină durabilă pe termen lung, produsele care produc cel mai mic efect negativ asupra mediului trebuie să devină standardul acceptat. Cel mai important pas constă în eliminarea treptată a produselor care utilizează energie și resurse naturale în exces sau care conțin substanțe periculoase sau eliberează emisii nocive. Următorul pas constă în promovarea produselor eficiente din punctul de vedere al energiei și al resurselor și cu o bună performanță de mediu. Aceasta înseamnă că trebuie să se pornească de la faza de proiect. Se estimează că 80 % din ansamblul efectelor asupra mediului legate de produse se stabilesc în această fază. Cerințele în materie de proiectare ecologică pentru produse constituie un instrument important pentru îndeplinirea obiectivelor politice prevăzute de documentele strategice elaborate la nivelul UE referitoare la producția și consumul durabile.

Consumatorii joacă un rol important în protejarea mediului prin intermediul alegerilor pe care le fac în momentul în care cumpără produse. Există o serie de sisteme de etichetare care ajută consumatorii prin furnizarea de detalii referitoare la performanța de mediu a anumitor produse.

În pofida creșterii conștiinței ecologice, majoritatea persoanelor întâmpină dificultăți în raportarea obiceiurilor personale de consum la problemele de mediu existente la nivel mondial, cum ar fi necesitatea conservării resurselor. Aceasta și pentru că prețurile pieței nu reflectă încă în întregime costurile de mediu ale producției și consumului, de-a lungul ciclului de viață al unui produs, inclusiv pentru gestionarea acestuia când devine deșeu (spre exemplu costul pe care îl generează impactul schimbărilor climatice asociate cu emisiile de gaze cu efect de seră, al pierderii biodiversității ca rezultat al dezvoltării urbane necontrolate, al diminuării resurselor naturale ca urmare a utilizării în exces, al problemelor de sănătate cauzate de poluare etc.).

De cele mai multe ori, consumatorii nu aleg produse cu o performanță mai bună din perspectiva ciclului de viață, din cauza costurilor inițiale adesea foarte ridicate și, în anumite cazuri, din lipsă de informare cu privire la efectele și beneficiile viitoare ale acestora. Nivelurile

scăzute ale cererii nu încurajează întreprinderile să investească într-o proiectare a produselor care să reducă efectele negative asupra mediului asociate producției, utilizării și eliminării produselor respective. Provocarea constă în transformarea acestui cerc vicios într-unul virtuos. În acest scop, trebuie îmbunătățită performanța generală de mediu a produselor pe toată durata ciclului lor de viață, trebuie promovată și stimulată cererea de produse și tehnologii de producție mai bune, iar sistemul de etichetare trebuie să devină mai simplu și mai coerent, pentru a ajuta consumatorii să facă alegeri mai bune.

Comisia Europeană a lansat o serie de acțiuni și programe de educare și conștientizare a populației cu privire la diferența pe care o poate face în viața oamenilor un comportament de utilizare eficientă a resurselor și la beneficiile unui consum ecologic.

Privit în sens general, consumul populației presupune utilizarea bunurilor și/sau serviciilor în scopul satisfacerii necesităților personale ale oamenilor. Pe măsură ce veniturile cresc, crește și consumul și cererea de mai multă hrană și căldură, de locuințe mai mari, mai călduroase și mai confortabile, de aparate electrocasnice, mobilă și detergent, de îmbrăcăminte, transporturi și energie. Consumatorii au posibilitatea de a reduce impactul asupra mediului prin consumul propriu.

### **X.1.1. Alimente și băuturi**

Consumul (disponibilul de consum) mediu anual de produse alimentare și de băuturi, pe locuitor, reprezintă cantitatea dintr-un produs sau grupa de produse agroalimentare (primare sau prelucrate) consumată de un locuitor, în perioada de referință, indiferent de sursa de aprovizionare (comerț cu ridicata, comerț cu amănuntul, restaurante, cantine, producția proprie, etc.) precum și de locul unde se consumă (gospodării individuale, restaurante, cantine, cofetării, gospodării instituționale, etc.).

**Datele statistice privind consumul de alimente și băuturi sunt furnizate doar pentru nivel național și sunt la nivelul anului 2020, nefiind actualizate încă de către INSSE.**

Informațiile au fost puse la dispoziție de Institutul Național de Statistică. Din analiza consumului, la produsele de origine vegetală, în perioada 2014-2020, se constată o creștere a consumului de legume și de fructe la nivelul anului 2020, în timp ce consumul de cartofi se menține aproape constant. Se menține la același nivel consumul de zahar și produse din zahar, dar a crescut consumul la grăsimi vegetale și animale.

În cazul cerealelor, se remarcă un consum relativ constant în ultimii ani, cu o ușoară scădere în anul 2020.

La produsele de origine animală, se constată o scădere față de 2019 a consumului de lapte și produse din lapte, o scădere a consumului de ouă, și menținerea consumului de carne și produse din carne la același nivel. Peștele și produsele din pește înregistrează o ușoară creștere în consum.

*Datele constituie înregistrări în baza de date la 31 decembrie 2020*

<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#!/pages/tables/insse-table>

### **Caseta X.2. Consumul mediu anual pe locuitor, la principalele produse alimentare și băuturi (la nivel național)**

	U.M.	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
--	------	------	------	------	------	------	-------

	U.M.	2015	2016	2017	2018	2019	2020*)
<b>Produse de origine vegetală</b>							
Cereale și produse din cereale							
- în echivalent boabe	kg	218,1	207,1	211,2	208,4	208,2	
- în echivalent făină	kg	164,6	120,3	159,8	163	163	
Cartofi	kg	103,0	100,8	98,3	95,5	96,6	
legume și produse din legume (în echivalent legume proaspete), leguminoase boabe și pepeni	kg	180,7	158	158,5	159,8	162,1	
Fructe și produse din fructe (în echivalent fructe proaspete)	kg	73,7	80,2	87,8	96	96,1	
Zahăr și produse din zahăr (în echivalent zahăr rafinat)	kg	21,1	21,1	25,6	25,5	25,7	
Grăsimi vegetale și animale	kg	15,0	20,3	21,5	18,2	22,1	
<b>Produse de origine animală</b>							
Lapte și produse din lapte, în echivalent lapte de 3,5% grăsime (exclusiv unt)	litri	237,4	244,2	243,4	246,3	244,1	
Ouă	bucăți	247	243	262	267	255	
Pește și produse din pește (în echivalent pește proaspăt)	kg	4,3	5,78	5,5	5,9	6,3	
Carne, produse din carne și organice comestibile (în echivalent carne proaspătă)	kg	57,5	57,8	63,4	68,6	68,4	
<b>Băuturi</b>							
Băuturi nealcoolice	litri	154,4	153,5	179,3	188,6	213,2	
Bere	litri	86,8	82,2	88,3	88,9	89,5	

	U.M.	2015	2016	2017	2018	2019	2020*)
Vin și produse din vin	litri	21,7	22,6	18,6	18,00	21,8	
Băuturi alcoolice distilate (în echivalent alcool 100%)	litri	1,2	1,2	1,3	1,58	1,58	

\*) Nu s-au actualizat datele pe site-ul Institutului National de Statistica, nu avem date la nivelul anului 2021

### X.1.2 Locuințe

Locuința (apartamentul) este construcția formată din una sau mai multe camere de locuit situate la același nivel al clădirii sau la niveluri diferite, prevăzută în general cu dependențe (bucătărie, baie etc.) sau alte spații de deservire, independența din punct de vedere funcțional, având intrare separată din casa scării, curte sau stradă și care a fost construită, transformată sau amenajată în scopul de a fi folosită, în principiu, de o singură gospodărie.

**NOTA: Datele furnizate de INSSE Prahova nu snt actualizate la nivelul anului 2021**

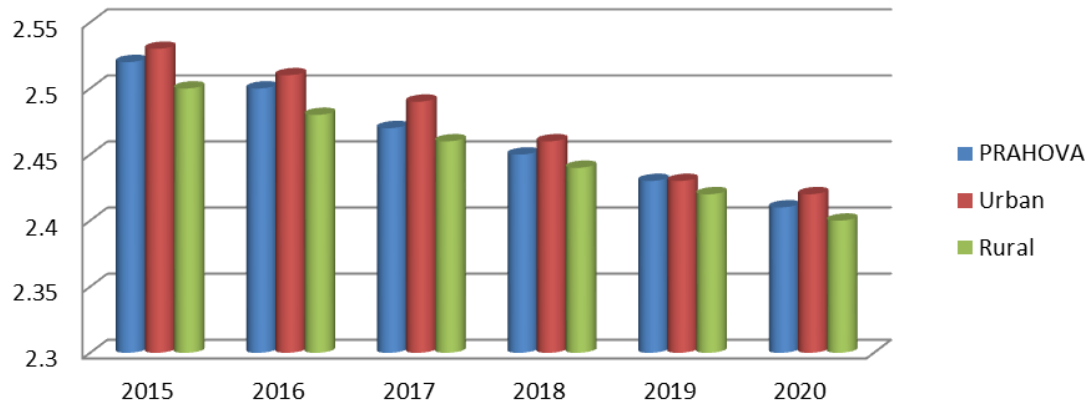
#### NUMĂRUL MEDIU DE PERSOANE PE O LOCUINȚĂ DIN JUDEȚUL PRAHOVA

număr persoane/locuință

Judet/Medii de rezidenta	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Prahova	2,29	2,26	2,23	2,20	2,17	2,37
-mediul urban	2,20	2,17	2,13	2,11	2,09	2,38
-mediul rural	2,38	2,35	2,32	2,29	2,26	2,37

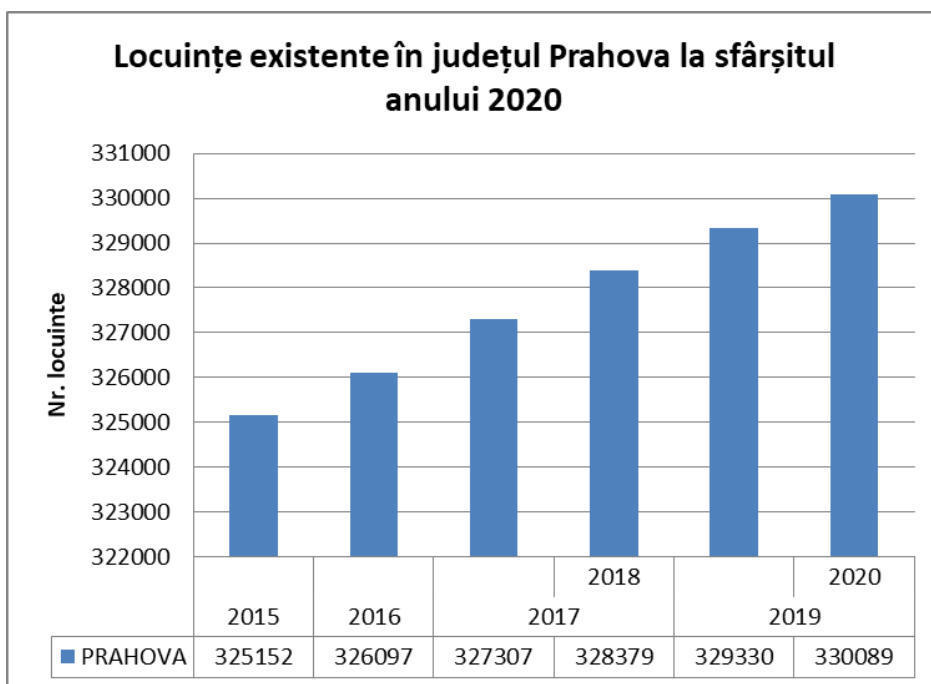
**Caseta X.1.2a Număr mediu de persoane pe o locuință în județul Prahova (2015-2020)**

### Numărul mediu de persoane pe o locuință în județul Prahova (2015-2020)



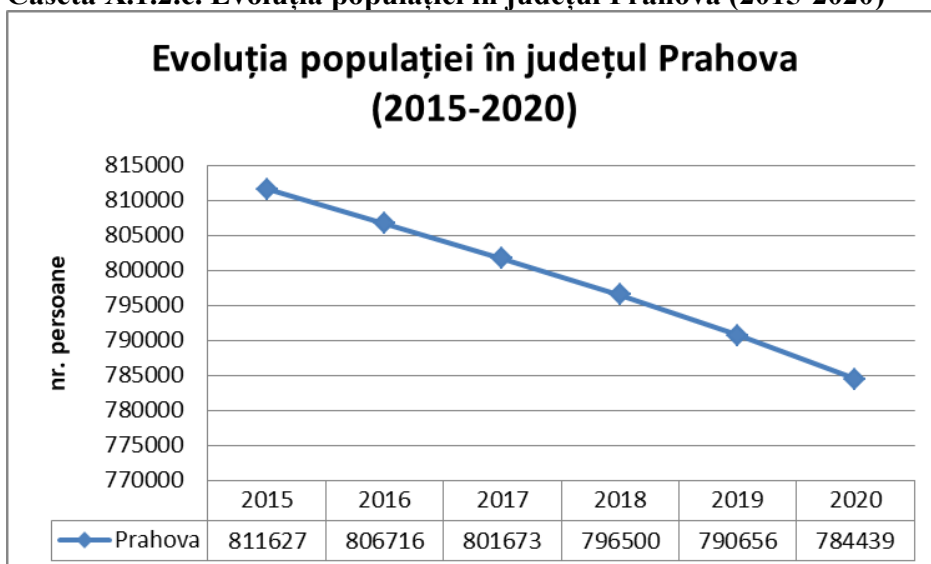
### LOCUINȚE EXISTENTE ÎN JUDEȚUL PRAHOVA, PE MEDII DE REZIDENȚĂ, ÎN ANUL 2020 (Număr locuințe)

Județ/ Medii de rezidență	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>PRAHOVA</b>	<b>325152</b>	<b>326097</b>	<b>327307</b>	<b>328379</b>	<b>329330</b>	<b>330089</b>
-mediul urban	165340	165686	166284	166725	167009	167206
-mediul rural	159812	160411	161023	161654	162321	162883



**Caseta X.1.2b Locuințe existente în județul Prahova la sfârșitul anului 2020**

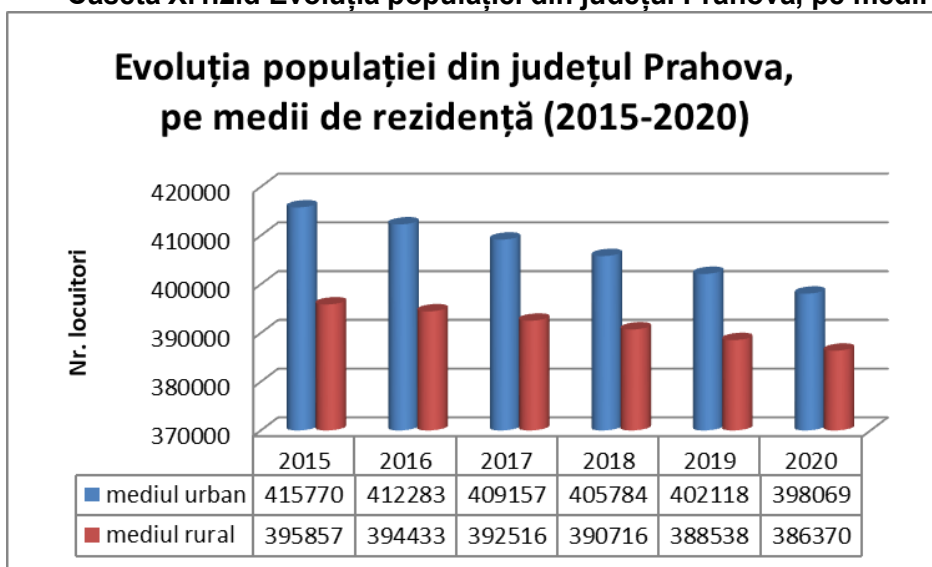
**Caseta X.1.2.c. Evoluția populației în județul Prahova (2015-2020)**



**POPULAȚIA DIN JUDEȚUL PRAHOVA, PE MEDII DE REZIDENȚĂ**  
(DATE PROVIZORII, LA 1 IULIE 2020)  
-persoane-

Județ/ medii de rezidență	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Prahova</b>	<b>811627</b>	<b>806716</b>	<b>801673</b>	<b>796500</b>	<b>790656</b>	<b>784439</b>
-mediul urban	415770	412283	409157	405784	402118	398069
-mediul rural	395857	394433	392516	390716	388538	386370

**Caseta X.1.2.d Evoluția populației din județul Prahova, pe medii de rezidență (2015-2020)**



**DENSITATEA POPULAȚIEI ÎN JUDEȚUL PRAHOVA**  
(ținând cont de populația din anul 2020)

Județul PRAHOVA/localitate	Densitatea populației (loc/km <sup>2</sup> )
JUDEȚUL PRAHOVA	167,07
Ploiești	3864
Câmpina	1491
Azuga	55,98
Băicoi	275,4
Boldești Scăeni	331,14
Breaza	319,14

Bușteni	187,45
Comarnic	133,34
Mizil	839,6
Plopeni	1832
Sinaia	122,84
Slănic	136,58
Urlați	264,85
Vălenii de Munte	627,80

### X.1.3.Mobilitate

Infrastructura de transport eficientă, conectată la rețeaua europeană de transport, contribuie la creșterea competitivității economice, facilitează integrarea în economia europeană și permite dezvoltarea de noi activități pe piața internă.

#### X.1.3.1 Transportul de pasageri

**Cod indicator România: RO 35**

**Cod indicator AEM: CSI 35**

**Denumire: CEREREA DE TRANSPORT DE PASAGERI**

**Definiție:** Cererea de transport de pasageri este definită ca suma pasageri-kilometru interni parcurși în fiecare an. Transportul de pasageri intern include transportul cu autoturisme, autobuze și autocare și trenuri.

Cererea de transport de pasageri oferă informații despre evoluția sectorului transportului de pasageri ("magnitudinea" transportului), care, la rândul său, explică tendințele observate în impactul transporturilor asupra mediului. De asemenea, ajută la explicarea principalelor variabile care influențează alegerea modului de transport și efectul măsurilor aplicate pentru reducerea cererii sau influența în alegerea modului de transport.

Activitatea de transport este una dintre sursele relevante de emisii de gaze cu efect de seră, are un aport important la poluarea aerului precum și la zgomotul ambiental, având efect asupra sănătății populației și ecosistemelor.

Serviciile de organizare a transportului intrajudețean cu autobuzul intră în responsabilitățile Autorității Județene Prahova. Operate de 36 de companii diferite de transport privat, un număr total de 86 de linii fac legătura între municipiul Ploiești și restul județului, prin



zonele de periferie ale polului de creștere. Acele linii au fost definite ca parte a unui program de transport stabilit de către Direcția Tehnică - Serviciul Transport a Consiliului Județean Prahova.

Prin Planul de Mobilitate Urbană al Polului de Creștere Ploiești, actualizat în anul 2022, s-a făcut o analiză a rețelei de transport existente.

Acest lucru arată că unele servicii țin în mod evident de liniile intrajudețene, deserving zone ale județului, din afara polului de creștere, alte linii deservesc exclusiv zona periurbană a Ploieștiului. Acesta este, de exemplu, cazul liniei 23 (Strejnicu – Ploiești), care poate fi considerată mai aproape de un serviciu urban decât de o linie intrajudețeană.

Serviciul de transport public în municipiul Ploiești se află sub autoritatea Primăriei Ploiești și este asigurat de 1 operator: SC Transport Călători Express (TCE).

Rețeaua de transport public este constituită din 2 linii de tramvai.

Flota vehiculelor operată de Regia Autonomă de Transport numără:

- × 33 tramvaie, vechi de mai mult 25 ani;
- × 42 troleibuze, cu o vechime mixtă (24 mai vechi de 14 ani);
- × 183 autobuze.

Vechimea medie a flotei de autobuze este de 19 ani, dar o cincime din ele au 9 ani.

În termeni de accesibilitate, au fost identificate zonele unde transportul public nu oferă nici un serviciu sau un nivel scăzut de servicii. În termeni de performanță tehnică a rețelei, analiza indicatorilor indică o utilizare cât se poate de bună a rețelei. Liniile de troleibuz 44 și 202, dar și linia de autobuz 101 (înlocuiește tramvaiul pe perioada reabilitării (căi de rulare) sunt deosebit de performante. Mai mult decât atât, analiza performanței rețelei de transport public urban indică o plajă mare de valori pentru indicatorul aferent numărului mediu de pasageri transportați pe kilometru. Pentru celelalte linii de autobuz au rezultat coeficienți satisfăcători. Indiferent de situație, lipsa datelor de detaliu au împiedicat realizarea unei analize relevante pe un anumit interval de timp sau pe anumite extensii ale liniilor.

Transport local în regim de taxi- La nivel local activitatea de taximetrie este reglementată prin următoarele hotărâri de consiliu local:

♣ HCL 127/2008 - Regulament de organizare și desfășurare a activității de transport în regim de

taxi și a activității de dispecerat taxi, pe raza administrativ-teritorială a municipiului Ploiești, PMUD – Lot 2; Raport Final. PMUD Ploiești P.M.U.D. – componenta de nivel strategic (Etapa I)

♣ HCL 128/2009 privind aprobarea Regulamentului de acordare, atribuire și eliberare a autorizațiilor de transport în regim de taxi, a autorizațiilor taxi și a autorizațiilor de dispecerat,

♣ HCL 353/2009 care modifică HCL 88/2009 privind aprobarea amplasamentelor locurilor de așteptare taxi, cu modificările și completările ulterioare.

La nivelul municipiului Ploiești sunt eliberate în prezent un număr de 603 autorizații taxi pentru transportul de persoane. Acestea sunt operate atât de companii de profil (328 autorizații), cât și de persoane fizice autorizate (275 autorizații). În Ploiești există un număr de 455 locuri de așteptare taxi clienți și 30 de locuri pentru marfă, bine distribuite pe toată zona orașului.

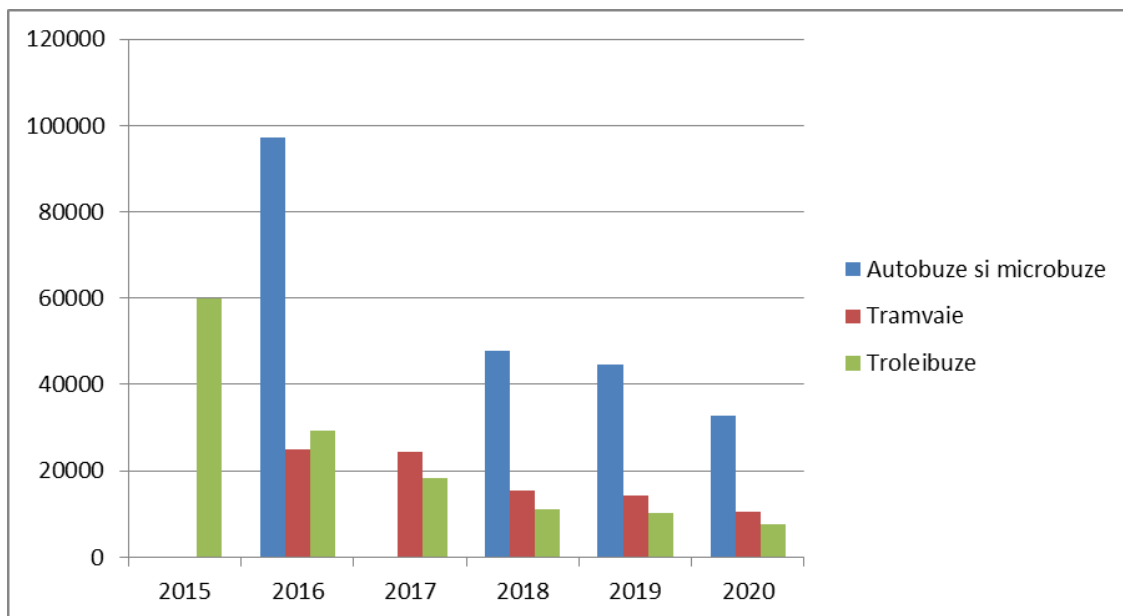
## **TRANSPORTUL URBAN DE CĂLĂTORI CU AUTOBUZE, TROLEIBUZE ȘI TRAMVAIE DIN PRAHOVA**

**Tabel X.1.3.1a**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nr. orașelor cu autobuze	4	4	3	3	3	3
Lungimea totală simplă a liniilor de tramvai - <i>km</i>	24	24	20,4	20,4	20,4	20,4
Lungimea totală simplă a liniilor de troleibuz - <i>km</i>	23	23	23.1	23.1	23.1	23,1
<b>Numărul vehiculelor în inventar</b>						
- autobuze și microbuze	200	194	192	179	185	184
tramvaie (vagoane)	33	33	33	31	31	31
- troleibuze	42	42	42	25	25	25
<b>Călători transportați – mil. călători</b>						
- autobuze și microbuze	225,6	97,1	75,2	47,8	44,5	32,9
- tramvaie	-	24,9	24,4	15,4	14,3	10,6
- troleibuze	59,8	29,3	18,4	11,0	10,2	7,6

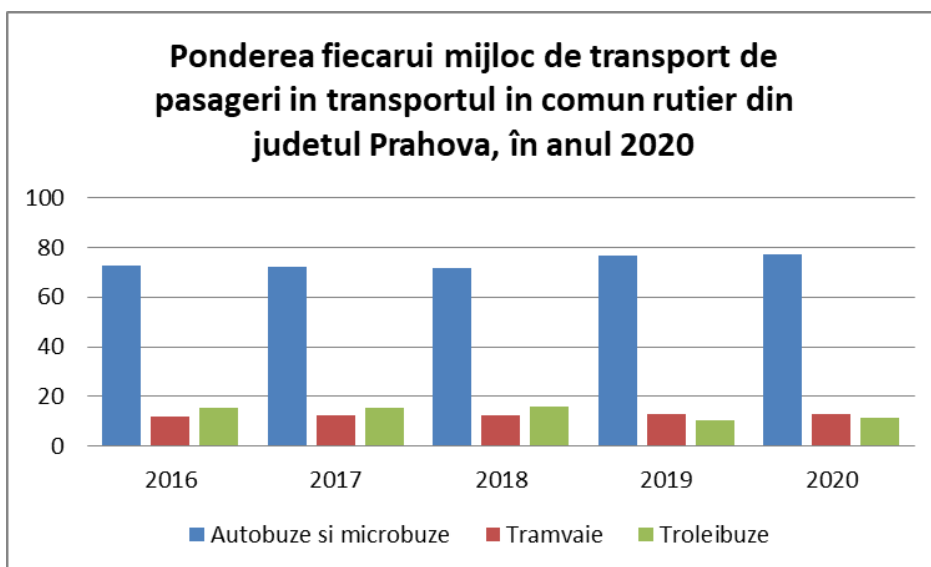
**Caseta X.1.3.1.b**

**Numarul vehiculelor pentru transport rutier de persoane din inventar în anul 2020  
(jud. Prahova)**



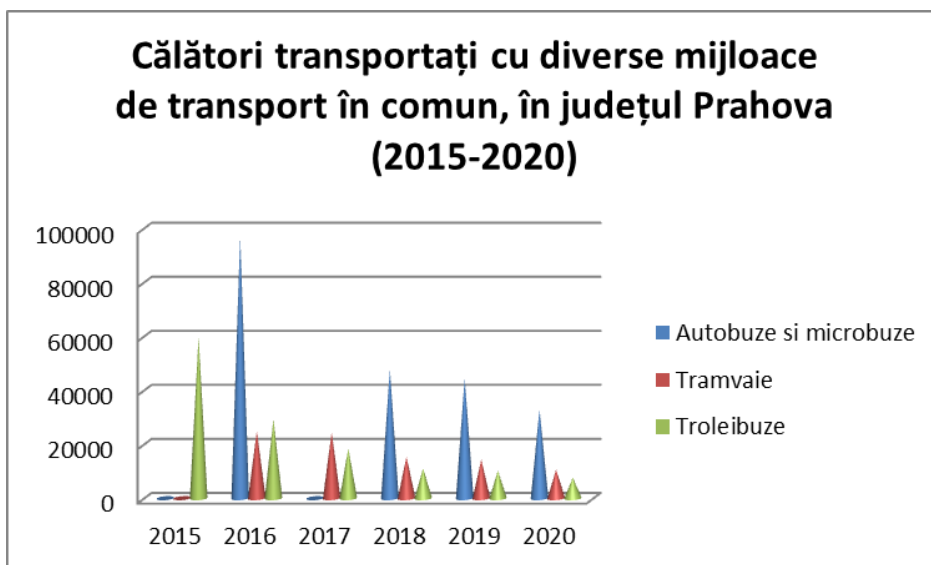
**Caseta X.1.3.1.c Ponderea fiecarui mijloc de transport de pasageri in transportul in comun rutier din judetul Prahova (%) în anul 2020**

Vehicule in inventar	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Autobuze microbuze	72,73	72,12	71,91	76,17	76,76	76,66
Tramvaie	12	12,27	12,36	13,19	12,86	12,92
Troleibuze	15,27	15,61	15,73	10,64	10,38	10,42



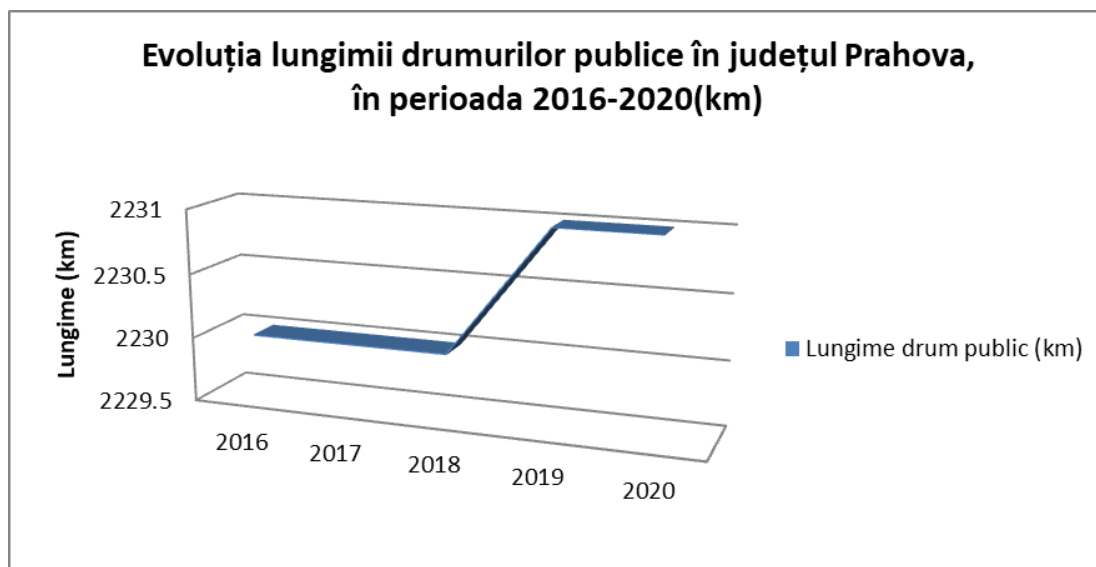
**Grafic X.1.3.c Ponderea fiecarui mijloc de transport de pasageri in transportul in comun rutier din județul Prahova (%)**

**Caseta X.1.3.d Număr de călători transportați pe tipuri de mijloace de transport (2015-2020)**



*\*) Datele pentru pozitiile troleibuze, autobuze si microbuze pentru anul 2015 sunt date estimative, pe baza numărului de autorizatii de călătorie gratuită pentru toti locuitorii Municipiului Ploiesti, acordate temporar de Consiliul Local*

Din analiza graficului se constata ca a scazut, în general, numarul pasagerilor care utilizează mijloacele de transport în comun.



**Caseta X.1.3.e. Lungimea drumurilor publice în județul Prahova (între anii 2015-2020)**

<b>PRAHOVA</b>	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lungime drum public (km)</b>	2230	2230	2230	2231	2231	2231

Se constată o menținere a rețelei de drumuri publice în județul nostru în ultimii trei ani, fără o creștere a lungimii acestora.

**AUTOVEHICULE ÎNMATRICULATE ÎN CIRCULAȚIE DIN JUDEȚUL PRAHOVA  
( LA SFÂRȘITUL ANULUI ) \***

**Tabel X.1.3.f**

Categoriile de vehicule rutiere	Ani					
	Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2019	Anul 2020
	UM: Numar					
	Numar	Numar	Numar	Numar	Numar	Numar
Autobuze si microbuze	1734	1836	1911	1955	1990	1969
Autoturisme	190121	201527	216342	231162	247836	260595

Mopede si motociclete	3947	4200	4399	4747	5212	5700
Autovehicule de marfa	27696	29286	30514	32010	33747	35261
- Autotractoare	2995	3391	3756	4094	4366	4691
Tractoare	1331	1319	1300	1289	1269	1252
Remorci si semiremorci	10794	11641	12427	13411	14779	16007

*\*) Date furnizate la INS de catre Ministerul de Interne - Direcția Generală de Evidență Informatizată a Persoanei.*

Parcarea este una din cele mai importante probleme ale planificării transportului în orașe. În același timp are un impact asupra planificării urbane și interacționează cu transportul public. Astfel, parcarea trebuie privită ca un element cheie al planificării mobilității urbane.

Ploieștiul a început să gestioneze problematica parcărilor publice prin reglementări și prin introducerea unei taxe de parcare în zona centrală. Cu toate acestea, o zonare a taxelor nu a fost implementată la nivelul orașului Ploiești.

În relația cu Autoritățile Administrației Publice Locale, S.C. Servicii de Gospodărire Urbană Ploiești S.R.L. este un operator de servicii de utilitate publică.

SGU gestionează un număr de 1377 locuri de parcare, din care 39 sunt destinate persoanelor cu dizabilități locomotorii, concentrate în zona centrală (figura următoare). Parcărilor stradale, parcărilor colective supraetajate și parcărilor la domiciliu nu constituie obiectul activității SGU.

Rețeaua de cale ferată de pe raza polului de creștere Ploiești este administrată la nivel național prin SNCFR Infrastructură. Pe raza municipiului Ploiești există o rețea de căi ferate (ecartament normal 1435 mm) ce a deservit platformele industriale din zonă și care de asemenea fac legătura între magistrala 300 București Ploiești Brașov și magistrala 500 București Ploiești Suceava „înconjurând” aproape în totalitate întregul municipiu. Desigur că această infrastructură feroviară poate face obiectul unor analize privind realizarea unui sistem de transport integrat inclusiv cu rețeaua internă de tramvai.

### **Lungimea căilor ferate în exploatare, pe categorii de linii de cale ferată, în județul Prahova (km)**

**Tabel X.1.3.g**

	<b>2020</b>
Total	162
Din care: electrificată	112
Linii normale	162
-linii cu o cale	11
-linii normale cu două căi	151

#### **X.1.3.2. Transportul de mărfuri**

În ceea ce privește accesul vehiculelor de marfă pe rețeaua stradală a Municipiului Ploiești, în anul 2006 Consiliul Local a aprobat Planul Strategic de Logistică (pentru deplasarea mărfurilor). Ca urmare a acestei strategii, în prezent, prin HCL 131/2011 cu completările ulterioare este

reglementată circulația autovehiculelor cu masă maximă autorizată de peste 3,5 tone prin definirea a trei zone:

× Zona A din municipiul Ploiești în care este interzisă circulația autovehiculelor cu masă maximă autorizată mai mare de 3,5 tone;

× Zona restricționată vehiculelor peste 3,5 tone în intervalul orar 6:00-22:00, accesul fiind permis pe baza unei autorizații obținute în urma achitării taxelor;

× Zona B din municipiul Ploiești în care este permisă circulația autovehiculelor cu masă maximă autorizată peste 3,5 tone, fără obținerea prealabilă a autorizației de acces;

În ceea ce privește centrele comerciale amplasate în zona centrală a municipiului Ploiești, partial acestea au fost prevăzute de la început cu accese subterane de aprovizionare.

Din punct de vedere al tranzitului vehiculelor de marfă, rețeaua rutieră a municipiului Ploiești cuprinde un inel complet de centură, care asigură circulația vehiculelor de marfă fără utilizarea rețelei stradale a orașului.

Rezultatele măsurărilor de trafic efectuate (în cadrul acestui proiect, dar și de CNADNR) pe ansamblul rețelei stradale, respectiv rețelei rutiere din zona polului de creștere Ploiești indică:

-valori ridicate ale traficului greu atât pe centura municipiului Ploiești, dar și pe drumurile naționale de acces (peste 50% din vehiculele de marfă sunt articulate și trenuri rutiere, autocamioane cu 2, 3 sau 4 osii), municipiul Ploiești fiind un important nod rutier la nivel național.

-în zona polului de creștere Ploiești, pe alte drumuri decât cele naționale, ponderea vehiculelor de marfă medie și grea este mai însemnată în zonele de producție (ca de exemplu în Brazi sau Plopeni, – unde sunt amplasate de asemenea parcuri industriale);

-pe rețeaua stradală a municipiului Ploiești, ponderea principală a vehiculelor de marfă este deținută de vehiculele comerciale ușoare de marfă. Valori mai însemnate ale traficului greu de marfă se înregistrează, firesc, în lungul traseelor dedicate acestora.

Nr.crt.	Tip transport marfuri	Cantitate marfuri transportata in 2015 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2016 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2017 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2018 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2019 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2020 (mii tone) *)
1	Feroviar	55307	52618	56083	55429	58808	49671
2	Rutier	198638	216085	226320	237132	256616	266523

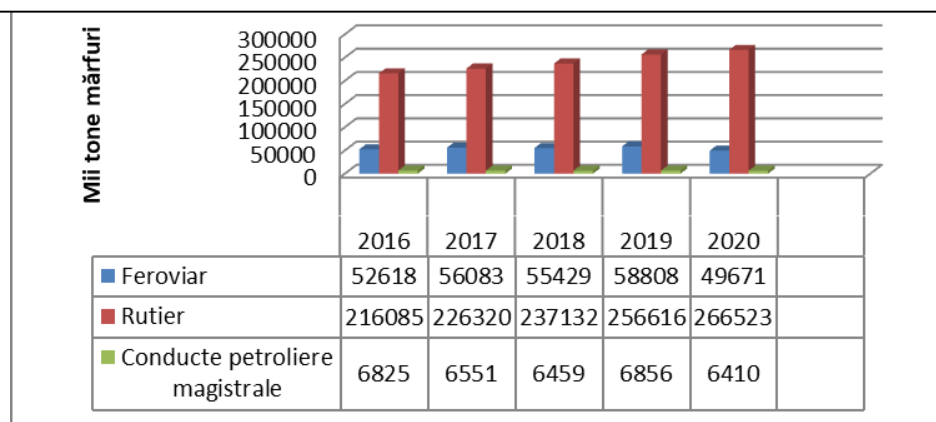
\*) *Cantități la nivel național.*

**Cod indicator România: RO 36**

**Cod indicator AEM: CSI 36**

**Denumire: CEREREA DE TRANSPORT DE MĂRFURI**

**Definiție:** Cererea de transport de marfă este definită ca suma de tone-kilometri interni parcurși în fiecare an. Potrivit celor mai recente metadate transportul naval intern include transportul rutier, feroviar și pe căi navigabile interioare: căile navigabile și de transport feroviar interioare se bazează pe mișcările de pe teritoriul național ("principiul teritorialității"), indiferent de naționalitatea vehiculului sau a navei, transportul rutier se bazează pe toate deplasările vehiculelor înregistrate în țara de raportare



### **Caseta X.10 Ponderea fiecarui mod in transportul de marfuri (2016-2020), la nivel national**

Se constată, în timp, o creștere a ponderii transportului rutier de marfuri, în timp ce ponderea transportului feroviar și prin conducte a scăzut simțitor în anul 2020.

**Transportul rutier de mărfuri** a înregistrat în 2020 o creștere cu cca 3,17 % în ceea ce privește volumul mărfurilor transportate, comparativ cu anul 2019.

**În transportul feroviar**, volumul mărfurilor a înregistrat o scădere cu 16,1% față de anul precedent. Au fost transportate pe calea ferată 49671 mii tone mărfuri.

**Transportul prin conducte petroliere magistrale** a înregistrat cantitatea de 6410 mii tone mărfuri transportate.

(Sursa: *INSSE-Transportul de pasageri și mărfuri, pe moduri de transport în 2020*)

## **X.2 Factori care influențează consumul**



Printre cei mai importanți factori care influențează consumul privat, se numără: factorii demografici, factorii sociali și cei psihologici, veniturile și prețurile, comerțul, globalizarea, tehnologiile, furnizarea de bunuri și servicii, cât și modul în care acestea sunt comercializate. De asemenea, mai au influență asupra consumului inclusiv informațiile cu privire la produse și servicii, politici, locuințe și infrastructură.

Pentru limitarea, pe cât posibil, a efectelor negative ale presiunilor și a impactului asupra mediului, provenite din consum, este necesară o înțelegere mai bună a factorilor care influențează consumul. Și în epoca modernă factorii economici au un rol important, deoarece la nivel macroeconomic, ei caracterizează capacitatea de cumpărare de care dispune societatea la un moment dat, constituind la formarea comportamentului consumatorului.

La nivel microeconomic, venitul consumatorului este factorul esențial, care prin formă, mărime, dinamică, distribuție în timp, destinație, și constituie premisa materială a comportamentului consumatorului dar și principala restricție care se impune acestuia.

Conform Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică "cel mai important factor economic care influențează modelele de consum este nivelul venitului disponibil pe gospodărie".

Integrarea obiectivelor dezvoltării durabile în centrul activităților economice presupune inclusiv, modificarea modelelor de producție și consum. Astfel de schimbări pot fi făcute prin reglementări, fiscalitate, decizii juridice, solicitări din partea publicului etc.

În abordarea Producției și Consumului Durabile (PCD), pentru a atinge sau a ne îndrepta către obiectivele UE, este foarte important să se pună accentul pe responsabilizarea mediului de afaceri, alături de conștientizarea societății civile. În acest sens, Guvernul României, instituțiile statului au un rol deosebit de important, în a include, în politicile și strategiile sale acest concept de "Producție și Consum Durabil".

Consumul mai este influențat de către numărul populației, ponderea acestuia pe grupe de vârstă, numărul de persoane pe gospodărie și spațiul de locuit disponibil per persoană.

Practicile durabile de consum se pot îmbunătăți prin: susținerea consumatorilor în alegerea unui comportament durabil de consum, existența unei infrastructuri care să facă opțiunea comodă (ex: infrastructură pentru colectarea selectivă a deșeurilor, existența unor recipiente de depozitare în apropiere), reducerea ambalajului (dimensiune și costuri), folosirea de noi surse de materiale în industrie, etc.

## **Influențe economice**

- Produsul intern brut (PIB)

- 

Produsul intern brut (PIB) este egal cu suma utilizărilor finale de bunuri și servicii ale unităților instituționale rezidente (consumul final efectiv, formarea brută de capital fix) plus exporturile, minus importurile de bunuri și servicii.

## **Influențe demografice**

- Populația după medii rezidențiale la nivelul județului Prahova (număr persoane)

Populația după domiciliu la nivelul județului Prahova pe cele două medii de rezidență (urban și rural) este prezentată în tabelul nr. X.2.2..

Tabel nr.X.2.2. Numărul de persoane la nivelul județului Prahova

Anul	Urban		Rural	
	număr	procent %	număr	procent %
2015	415770	51,22	395857	48,77
2016	412283	51,10	394433	48,89
2017	409157	51,03	392516	48,96
2018	405784	50,94	390716	49,05
2019	402118	50,85	388538	49,14
2020	398069	50,74	386370	49,25

Sursă: <https://statistici.insse.ro>.

- **Speranța de viață**

Durata medie a vieții, la nivelul județului Prahova, pentru intervalul 2015 – 2018 este prezentată în tabelul nr. X.2.3.

Tabel nr. X.2.3. Speranța de viață - județul Prahova

Durata medie a vieții (ani)	2015	2016	2017	2018
Județul Prahova	75,83	75,74	75,85	76,03

Sursa: <http://statistici.insse.ro> (Nu sunt date la nivelul anilor 2019-2021)

Indicator prin prisma căruia se analizează gradul de dezvoltare la care a ajuns o societate, speranța de viață la naștere (sau durata medie a vieții) totală, la nivelul județului, a crescut constant în perioada 2015- 2018, de la 74,51 la 75,83 ani. Valorile sunt mai mari în mediul urban, față de mediul rural pe toată perioada de analiză. În același timp, speranța de viață pentru femei este superioară celei pentru bărbați.

- **Tehnologia și inovația**

- *Cifra de afaceri din inovare, la nivel național*

Inovația reprezintă introducerea în procesul muncii a unui produs (bun sau serviciu) nou sau semnificativ îmbunătățit sau un proces (procedeu) nou sau semnificativ îmbunătățit, o metoda noua de organizare sau o metoda noua de marketing. Inovația este bazată pe rezultatele unor tehnologii noi, a unor dezvoltări tehnologice, a noi combinații ale tehnologiei existente sau utilizarea altor cunoștințe obținute de întreprindere.

- **Influențe sociale**

Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă Prahova a anunțat că la sfârșitul anului 2020, rata șomajului a fost de 2,90% (în creștere față de anul precedent), în evidențe fiind înregistrați 8.445 șomeri, cei mai mulți fiind din mediul rural, iar peste 4.000 dintre ei erau șomeri neindemnizați.

Nevoile de consum alimentar sunt influențate de o serie de factori care determină diferențieri, atât sub aspect cantitativ, cât și calitativ.

Comportamentul de cumpărare și consum al produselor alimentare este influențat semnificativ de o serie de factori obiectivi:

- factori de natură economică: veniturile consumatorilor, puterea de cumpărare a populației la nivelul unei anumite arii teritoriale, prețul produselor agroalimentare;
- factori care țin de mediul în care locuiește/lucrează individul;
- factori de natură socială: statutul social, familia, grupurile de apartenență;
- factori de natură culturală: tradiții, obiceiuri, valori, credințe, norme care guvernează statutul oamenilor în societate;
- factori de natură demografică: vârsta, sexul, starea civilă, numărul de membri ai unei gospodării, naționalitate, etnie.

*Veniturile populației* reprezintă un factor determinant al cererii de produse agroalimentare. Trebuie menționat că nivelul veniturilor (peste un anumit nivel care asigură un standard de viață decent), generează modificări de natură calitativă asupra cererii și într-o măsură nesemnificativă modificări de natură cantitativă. Cererea de produse agroalimentare fiind declanșată de nevoi primare, este foarte puțin elastică atât la variația prețurilor cât și a veniturilor, cel puțin din punct de vedere cantitativ. Astfel, scăderi sau creșteri ale prețurilor produselor agroalimentare, sau după caz, ale veniturilor populației se reflectă imediat în modificări ale structurii consumului populației pe categorii de produse.

Există însă și produse superioare, caz în care, o creștere a veniturilor determină creșterea cheltuielilor pentru acestea (fructe exotice, produse cu grad ridicat de prelucrare, de calitate superioară, al căror cost de producție este ridicat etc.). Diminuarea veniturilor sau creșterea prețurilor determină o migrație a cererii de la produsele mai scumpe, către produsele inferioare. Pe de altă parte creșterea puterii de cumpărare (rezultat al creșterii veniturilor, sau, după caz, a diminuării prețurilor) determină orientarea populației către produse mai scumpe, cu grad ridicat de prelucrare, superioare din punct de vedere calitativ. De fapt, așa cum am precizat anterior, modificările veniturilor precum și ale prețurilor determină (îndeosebi în țările în care nivelul de trai al populației este cel puțin decent) doar modificări de natură structurală ale consumului populației.

Creșterea *nivelului de trai* al populației generează o deplasare a nevoii de a mânca către plăcerea de a mânca, iar alimentația devine din ce în ce mai mult, pentru gospodăriile cu venituri ridicate, un spațiu al creativității în pregătirea meniului, al libertății de alegere.

Gospodăriile cu venituri modeste, se orientează, în general, către produse cu grad scăzut de prelucrare și, implicit, cu valoare adăugată scăzută, urmând ca un număr mare de operațiuni de prelucrare a produselor cumpărate să se desfășoare în propria bucătărie. În consumul de produse agroalimentare o pondere însemnată dețin alimentele cotidiene, în mare parte netransformate (lapte, ouă, legume etc.), iar alimentele transformate și, îndeosebi, cele festive, având un preț mai ridicat, sunt achiziționate cu frecvență redusă. Gradul de diversificare a alimentelor consumate este relativ redus, aceste gospodării fiind orientate către consumul mâncărurilor tradiționale ușor de preparat în propria bucătărie. În comparație cu acestea, gospodăriile care înregistrează un venit mediu pe persoană ridicat se orientează cu preponderență către produsele cu grad ridicat de transformare, urmărind reducerea la maxim a timpului și efortului alocat preparării hranei, pe de o parte, și satisfacerea celor mai neobișnuite gusturi, pe de altă parte. Alimentele achiziționate sunt în cantități mici și cât mai diversificate, iar consumul constituie mai mult o plăcere decât o necesitate. De asemenea, adesea, masa este

servită în locuri publice. În general, aceste categorii de gospodării sunt formate din persoane ocupate, astfel încât, pe lângă aceste particularități ale comportamentului de consum, se remarcă și o modificare a ritmului tradițional al meselor, cu preponderență în timpul săptămânii. Cina tinde să devină masa principală a zilei, mesele zilnice sunt înlocuite cu produse de tip snack sau produse ale unităților fast-food.

*Mediul* în care locuiește/lucrează o persoană influențează hotărâtor cantitatea, precum și natura produselor consumate. În condiții de temperatură redusă, organismul uman are nevoie de un aport energetic ridicat; pe măsură ce temperatura crește, scade necesarul energetic. Scăderea temperaturii cu 10°C, crește necesarul energetic al organismului uman cu aproximativ 3%; iar creșterea temperaturii cu 10°C, duce la scăderea acestuia cu aproximativ 5%.

*Cultura*, prin tradiții, obiceiuri de consum, sistem de valori și norme, influențează hotărâtor comportamentul de cumpărare și consum alimentar. Cultura unei națiuni se referă la modelele comportamentale, la idei și activități economice și sociale ale indivizilor, fiind stabilă pe termen scurt și mediu și modificându-se lent pe termen lung. De la o generație la alta modificările culturale sunt aproape insesizabile. Obiceiurile de consum alimentar sunt influențate de normele culturale ale unei națiuni, acestea fiind transmise, pe verticală de la o generație la alta. Putem aprecia, așadar, că obiceiurile de consum alimentar cunosc modificări foarte lente în timp. Dincolo de caracterul puternic tradițional al comportamentului de cumpărare și consum alimentar, influența culturii în formarea acestuia are intensități diferite în funcție de vârsta și chiar mediul de locuit al indivizilor. Cultura are o influență mai mare în manifestarea comportamentului de cumpărare și consum al persoanelor în vârstă, precum și al celor care trăiesc în mediul rural. Tinerii, în general, manifestă o deschidere mare spre tot ceea ce este nou, implicit în domeniul produselor alimentare.

*Religia*, ca element al culturii unei societăți, influențează comportamentul de cumpărare și consum alimentar, îndeosebi prin interzicerea consumului unor alimente sau băuturi, ceea ce generează modificări structurale ale consumului cotidian. De asemenea, prin tradițiile de consum cu ocazia anumitor sărbători, religia influențează cantitativ și calitativ consumul alimentar în aceste perioade ale anului. Cu ocazia Paștelui la creștini crește consumul de carne de miel și ouă, iar cu ocazia Crăciunului o pondere însemnată în alimentația populației o deține carnea de porc. În țările în care populația este predominant creștină crește consumul băuturilor alcoolice cu ocazia sărbătorilor religioase. Sărbătorile religioase atrag, în general, o creștere a consumului de alimente festive (alimente care servesc satisfacerii unor plăceri, având, în general, un conținut mai ridicat de grăsimi, zaharuri, alcool sau alte elemente al căror consum curent poate dăuna organismului). Posturile determină modificări semnificative de natură structurală ale consumului la nivelul anumitor segmente de consumatori (îndeosebi persoane vârstnice, din mediul rural), prin creșterea ponderii produselor de origine vegetală în alimentație.

*Vârsta* este un alt factor ce influențează comportamentul de cumpărare și consum. Segmentul reprezentat de persoanele mai în vârstă sunt mai orientate către alimentele tradiționale, în schimb, cei tineri sunt mai receptivi la nou.

Dincolo de aceste influențe de natură obiectivă, asupra cererii de produse alimentare acționează o serie de **factori subiectivi** care țin de individ: dorințe, aspirații, preferințe, percepții cu privire la diversele produse existente pe piață. Acestea sunt influențate într-o măsură însemnată de proprietățile senzoriale ale produselor agroalimentare, precum și de alte componente acorporale ale produselor (imagine de marcă, preț, instrucțiuni de preparare) etc.

Gustul, mirosul, culoarea, aspectul, aroma, consistența sunt factori care influențează hotărâtor cererea pentru această categorie de produse, fiind superioară la acele produse ale căror proprietăți senzoriale generează senzații mai plăcute. De fapt, la momentul actual, există tendința ca cererea pentru produsele agroalimentare să se formeze într-o măsură mai mare sub influența factorilor subiectivi, decât a celor obiectivi. Acest aspect este determinat de creșterea nivelului de trai al populației, ceea ce a dus la acoperirea necesităților fiziologice ale organismului uman, context în care nevoia de a mânca tinde tot mai mult să se deplaseze către plăcerea de a mânca.

Se manifestă un **fenomen de concentrare a cererii la nivelul zonelor urbane**. Acesta este explicat atât de densitatea superioară a populației din aceste zone, cât și de fenomenul autoconsumului specific populației din zonele rurale.

**Autoconsumul** se poate defini ca fiind un mod de consum în care rezultatele activității de producție sunt utilizate chiar de producător pentru consumul propriu. În acest caz producătorul este și consumator. Pentru produsele agroalimentare, comparativ cu alte produse sau servicii, fenomenul autoconsumului este mult mai extins, iar în cazul anumitor categorii de populație (ex. țărani) deține o pondere foarte mare în acoperirea nevoilor de consum.

Fenomenul autoconsumului generează diferențieri nu doar cantitative la nivelul cererii de produse agroalimentare, ci și de natură structurală. Astfel, cererea din zonele rurale se va orienta cu preponderență către acele produse prelucrate la nivel industrial, dificil de obținut în gospodăriile populației (ulei, zahăr etc.), ceea ce determină o pondere sporită a acestor categorii de produse în totalul cererii, comparativ cu structura cererii din mediul urban.

O particularitate a cererii de produse agroalimentare, în raport cu cererea altor categorii de produse o constituie **sezonalitatea** acesteia. Manifestată cu preponderență pentru anumite categorii de produse, sezonalitatea cererii pentru produsele alimentare este determinată atât de factori climaterici (temperatură, umiditate), dar și de evenimente precum sărbătorile religioase și sfârșiturile de săptămână.

Astfel, condițiile climaterice influențează hotărâtor consumul de legume și fructe, carne. Dacă în perioadele răcoroase cererea este superioară pentru carne, datorită conținutului caloric ridicat, aceasta scade în perioadele călduroase, pe fondul creșterii cererii pentru legume și fructe. Sărbătorile (îndeosebi cele religioase) și sfârșiturile de săptămână generează creșteri ale cererii pentru acele produse cu valoare adăugată ridicată, produse festive (produse cu calități organoleptice deosebite care, de regulă, sunt mai bogate în grăsimi, zaharuri, alcool etc. și al căror consum nu este curent).

De asemenea, caracterul sezonier al producției agricole și implicit al producției alimentare, influențează sezonalitatea cererii. Dacă, în general, sezonalitatea producției agricole este atenuată la nivelul industriei alimentare (astfel încât, produse care sunt specifice unui singur anotimp sunt prelucrate și prin aceasta pot fi prezente pe piață întreg cursul anului) sau prin intermediul stocurilor și a importurilor, există și produse a căror prezență pe piață este limitată influențând implicit cererea pentru acestea.

În județul Prahova, la fel ca în toată România, principalii factori care își pun amprenta asupra consumului sunt veniturile, îmbătrânirea populației, prețurile alimentelor și dezvoltarea internetului și a tehnologiei<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Studii de Marketing agroalimentar, Studii și cercetări științifice - Seria Științe economice

<sup>1</sup> Sursa: Studii de Marketing agroalimentar, Studii și cercetări științifice - Seria Științe economice (INSSE)

### X.3 Presiunile asupra mediului cauzate de consum

Suprautilizarea resurselor și faptul că prețul degradării mediului și a resurselor pentru societate nu este reflectat complet în prețurile bunurilor și serviciilor este motivul pentru care se poate aprecia că există un impact negativ asupra mediului exercitat de consum. Multe bunuri sunt ieftine chiar dacă acestea dăunează mediului, ecosistemelor sau sănătății umane.

#### X.3.1. Emisii de gaze cu efect de seră din sectorul rezidențial

Cod indicator România: RO 10

Cod indicator AEM: CSI 10

**Denumire: Tendința emisiilor de gaze cu efect de seră**

**Definiție:** Indicatorul reprezintă tendințele (totale și pe sectoare) emisiilor de gaze cu efect de seră în raport cu obligațiile statelor membre de a respecta obiectivele protocolului de la Kyoto.

#### A. Indicatori specifici

<b>COD INDICATOR</b>	od indicator România: <b>RO 27</b> Cod indicator AEM: <b>CSI 27</b>
<b>DENUMIRE</b>	<b>CONSUMUL FINAL DE ENERGIE PE TIP DE SECTOR DE ACTIVITATE</b>
<b>DEFINITIE</b>	Cantitățile de energie furnizate consumatorului final în cele mai diverse scopuri energetice

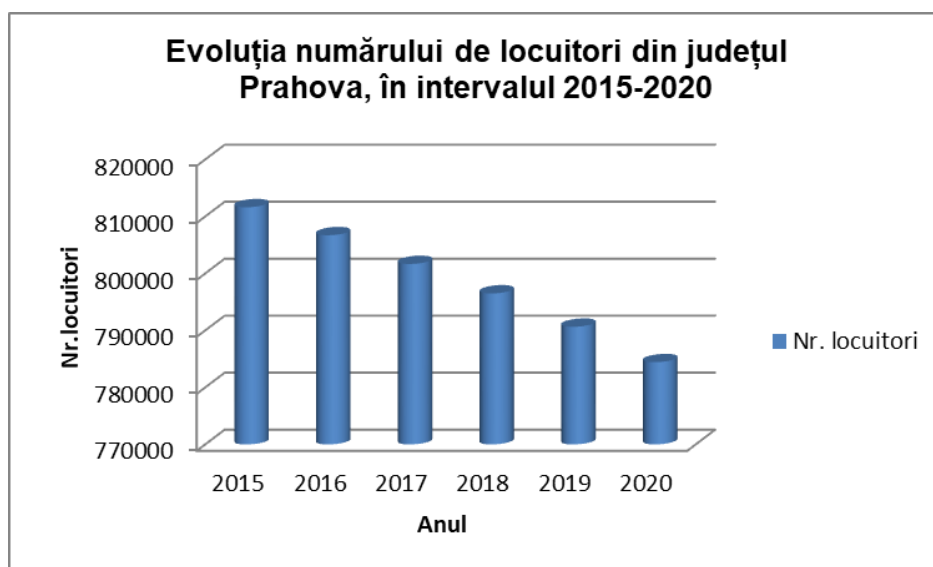
#### Consum final energetic (mii tone echivalent petrol) <sup>1)</sup>

	2015	2016
Industrie (inclusiv constructii)	6438	6301
Ind. extractiva metalifere	11	10
Industria alimentara, bauturi, tutun	565	574
Prelucrarea lemnului	285	333
Metalurgie	1776	1695

<sup>1)</sup>Nu avem date pentru 2017-2021

În 2019, resursele de energie electrică au fost de 64496,9 milioane kWh, în scădere cu 2820,3 milioane kWh, față de anul 2018.

### Caseta X.9

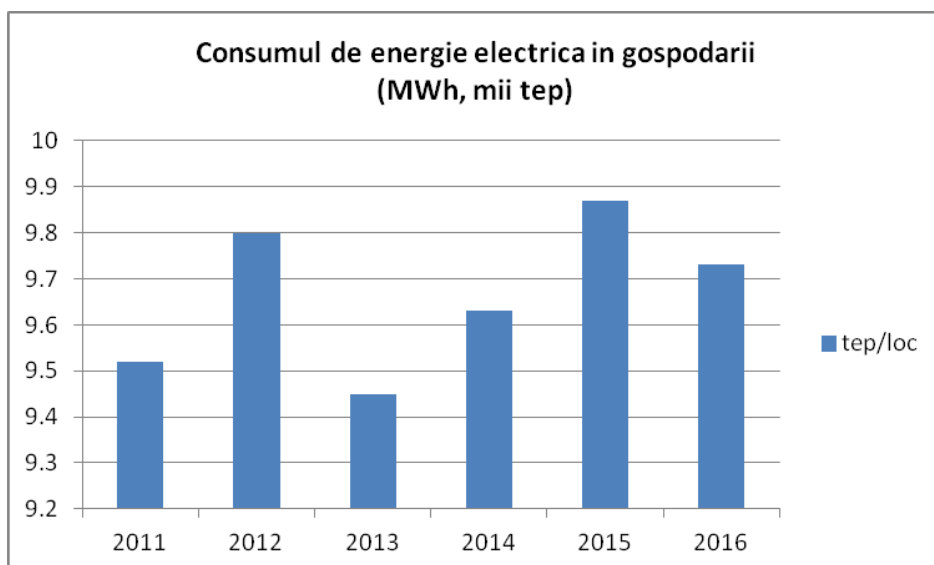


*Evoluția numărului de locuitori din județul Prahova (2015-2020)*

Anul	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nr. locuitori	811627	806716	801673	796500	790656	784439

Se constată o descreștere continuă a populației județului Prahova în intervalul 2015-2021.

### Caseta X.10



Nu s-au găsit informații la nivelul anilor 2017-2021

### X.3.2 Consumul de energie

În contextul aprobării noii legislații din cadrul Pachetului european “Energie Curată pentru toți cetățenii”, Eurostat a publicat consumul de energie primară, respectiv finală pentru anul 2018 (Europe 2020-2030) pentru România, în cadrul Indicatorilor de dezvoltare durabilă (editia 2020)

Nr. crt.	Indicator	u.m.	2018	2017	2016	2015	2014
1	Consumul de energie primară	mii tep	32577	32375	30615	30730	30316
2	Consumul final de energi	mii tep	23592	23205	22236	21850	21686

Sursa: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/energy/data/database>

- Cu un grad de racordare a consumatorilor casnici la rețeaua electrică de distribuție de peste 96%, energia electrică este cea mai larg răspândită formă de energie din România;
- România are însă cel mai scăzut consum de energie electrică pe locuitor din Uniunea Europeană – de 2,6 ori mai mic decât media UE (aproximativ 0,6MWh/persoană/an față de 1,6 MWh/persoană/an media UE28). În medie, gospodăriile din România cheltuie 94 lei (≈20 euro) pe lună cu electricitatea;
- Cu toate acestea, având în vedere puterea de cumpărare mică a gospodăriilor din România, suportabilitatea prețului este o problemă de prim ordin, care duce la un nivel ridicat de sărăcie



energetică. De pildă, numărul gospodăriilor care au dificultăți în a plăti factura la electricitate este de aproximativ 15%;

- Rata de înlocuire a aparatelor electrocasnice cu unele mai eficiente din punct de vedere energetic este una dintre cele mai scăzute din Uniunea Europeană;
- Aproximativ jumătate din gospodăriile din România utilizează biomasa, de regulă lemnul de foc, ca sursă principală pentru încălzire (circa 90% în mediul rural și 15% în mediul urban), cheltuind în medie 48 lei (≈10,5 euro) pe lună pe acest tip de combustibil;
- O practică obișnuită în mediul urban și semi-urban este utilizarea în paralel a gazului natural și a lemnului de foc în sobe tradiționale de teracotă – peste 250.000 gospodării o folosesc;
- Mai puțin de jumătate din gospodăriile din România sunt racordate la rețeaua de gaze naturale (44,2%), o treime din locuințele României fiind încălzite direct cu gaz natural;
- Consumul mediu de gaze naturale al unui consumator casnic este inferior mediei UE. Gospodăriile din România cheltuiesc în medie 56 lei (≈12 EUR) pe lună pentru gaze naturale.  
(Sursa: <https://www.investenergy.ro/romania-cel-mai-scazut-consum-de-energie-pe-locuitor-din-ue-dar-si-un-nivel-ridicat-de-saracie-energetica/> )

### **X.3.3. Utilizarea materialelor**

Consumul intern de materiale este adesea folosit ca un indicator pentru presiunile de mediu prin utilizarea resurselor. Se măsoară resursele consumate direct într-o economie, înțelegând că, în cele din urmă, fiecare tonă de material care intră într-o economie va ieși ca deșeurii sau emisii. Cu toate acestea, o astfel de abordare bazată pe masă nu se referă la diferențe mari a impactului asupra mediului între diferite materiale.

Consumul de materiale mediu ponderat este un indicator care încearcă să combine informații despre fluxurile de materiale, cu informații despre presiunile asupra mediului pentru anumite categorii, inclusiv epuizarea resurselor, utilizarea terenurilor, încălzirea globală, reducerea stratului de ozon, toxicitate umană, ecotoxicitate terestră și acvatică, formarea smogului fotochimic, acidifierea, radiații.

Consumul intern de materiale (DMC - Domestic Material Consumption) cuprinde cantitatea totală de materiale utilizate direct în economie și poate oferi informații privind utilizarea resurselor. Acest indicator este relevant din două puncte de vedere. Primul se referă la nivelul tehnologic, la intensitatea cu care este transformată materia primă și i se adaugă valoare. Al doilea vizează dezvoltarea durabilă, conservarea și managementul eficient sau nu al resurselor de care dispune o țară, precum și protejarea mediului în condiții de creștere economică.

#### ➤ *Consumul intern de materiale pe cap de locuitor*

Consumul intern de materiale (DMC - Domestic Material Consumption) - cuprinde cantitatea totală de materiale utilizate direct în economie (extracția internă utilizată plus importurile). DMC este egal cu DMI minus exporturile. Este important de subliniat faptul că termenul „consum” așa cum este folosit în DMC denotă „consumul aparent” și nu „consumul final”.

#### ➤ *Componentele consumului material intern (DMC)*

Consumul intern de materiale (DMC - Domestic Material Consumption) - cuprinde cantitatea totală de materiale utilizate direct în economie (extracția internă utilizată plus importurile). Componentele DMC sunt: intrările directe de materiale (DMI) și exportul de materiale.

Se calculează intrările directe de materiale (DMI) ca sumă a extracției internă utilizată (DE) și importul de materiale (Imp) din care se scade exportul de materiale (Exp).

#### **X.4. Prognoze și măsuri privind consumul și mediul**

România, în calitate de stat membru al Organizației Națiunilor Unite (ONU) și Uniunii Europene (UE), și-a exprimat adeziunea la cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD) ale Agendei 2030, adoptată prin Rezoluția Adunării Generale a ONU A/RES/70/1, în cadrul Summit-ului ONU pentru Dezvoltare Durabilă din septembrie 2015. Concluziile Consiliului UE, adoptate în 20 iunie 2017, „Un viitor durabil al Europei: răspunsul UE la Agenda 2030 pentru Dezvoltare Durabilă” reprezintă documentul politic asumat de statele membre ale UE privind implementarea Agendei 2030 pentru Dezvoltare Durabilă. Strategia națională pentru dezvoltarea durabilă a României 2030, elaborată în anul 2018 de Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Guvernului României, stabilește cadrul național pentru susținerea Agendei 2030 și implementarea setului de 17 ODD (obiective de dezvoltare durabilă) respectiv Orizont 2020 pentru măsurile preconizate și Ținte 2030 pentru eșalonarea rațională a eforturilor destinate atingerii acestui scop.

Planul de acțiune global, pe care România alege să-l susțină în următorii ani, se adresează ameliorării sărăciei, combaterii inegalităților, injustiției sociale și protejării planetei până în anul 2030. Este un plan de acțiune pentru oameni, planetă și prosperitate, prin care se urmărește consolidarea unui climat de siguranță și libertate, în care "nimeni nu va fi lăsat în urmă" ("Strategia națională pentru dezvoltarea durabilă a României 2030").

Prin Strategia Națională de Dezvoltare Durabilă. Orizonturi 2013 - 2020 - 2030 (SNDD), aprobată de Guvernul României la 12 noiembrie 2008, s-au stabilit obiective concrete pentru reducerea decalajului socioeconomic față de cel al statelor membre UE și pentru trecerea, într-un interval de timp rezonabil și realist, la modelul de dezvoltare generator de valoare adăugată înaltă, propulsat de interesul pentru cunoaștere și inovare, orientat spre îmbunătățirea continuă a calității vieții oamenilor și a relațiilor dintre ei în armonie cu mediul natural.

Conform Strategiei Naționale de Dezvoltare Durabilă a României obiectivele strategice, pe termen scurt, mediu și lung sunt:

- ✓ Orizont 2013: Încorporarea organică a principiilor și practicilor dezvoltării durabile în ansamblul programelor și politicilor publice ale României ca stat membru al UE.
- ✓ Orizont 2020: Atingerea nivelului mediu actual al țărilor Uniunii Europene la principalii indicatori ai dezvoltării durabile.
- ✓ Orizont 2030: Apropierea semnificativă a României de nivelul mediu din acel an al țărilor membre ale UE din punctul de vedere al indicatorilor dezvoltării durabile.

Îndeplinirea acestor obiective strategice va asigura, pe termen mediu și lung, o creștere economică ridicată și, în consecință, o reducere semnificativă a decalajelor economico-sociale dintre România și celelalte state membre ale UE. Prin prisma indicatorului sintetic prin care se măsoară procesul de convergență reală, respectiv produsul intern brut pe locuitor (PIB/loc), la puterea de cumpărare standard (PCS), aplicarea Strategiei a creat condițiile ca PIB/loc

exprimat în PCS să depășească, în anul 2013, jumătate din media UE din acel moment, să se apropie de 80% din media UE în anul 2020 și să fie ușor superior nivelului mediu european în anul 2030.

Strategia propune o viziune a dezvoltării durabile a României în perspectiva următoarelor două decenii, cu obiective care transcend durata ciclurilor electorale și preferințele politice conjuncturale.

Asigurarea funcționării eficiente și în condiții de siguranță a sistemului energetic național, atingerea nivelului mediu actual al UE în privința intensității și eficienței energetice; îndeplinirea obligațiilor asumate de România în cadrul pachetului legislativ „Schimbări climatice și energie din surse regenerabile” și la nivel internațional în urma adoptării unui nou acord global în domeniu; promovarea și aplicarea unor măsuri de adaptare la efectele schimbărilor climatice și respectarea principiilor dezvoltării durabile.

Obiectivul general al *Strategiei de transport durabil* îl reprezintă dezvoltarea echilibrată a sistemului național de transport care să asigure o infrastructură și servicii de transport moderne și durabile, dezvoltarea sustenabilă a economiei și îmbunătățirea calității vieții. Atingerea acestui obiectiv va contribui în mod direct la asigurarea dezvoltării durabile a sectorului transporturi, a economiei și a mediului, la creșterea gradului de accesibilitate a României, asigurarea intermodalității sistemului de transport, promovarea dezvoltării echilibrate a tuturor modurilor de transport și îmbunătățirea calității și eficienței serviciilor.

Obiectivul general al *Strategiei de Transport Intermodal în România - 2020* este dezvoltarea sistemului național de transport intermodal de mărfuri în scopul eficientizării transportului de marfă și al îmbunătățirii impactului transportului asupra mediului și a siguranței traficului în România. Atingerea acestui obiectiv va contribui în mod direct la creșterea gradului de accesibilitate a României prin descongestionarea drumurilor naționale și protejarea infrastructurii rutiere, promovarea dezvoltării echilibrate a tuturor modurilor de transport și îmbunătățirea calității și a eficienței serviciilor, reducerea emisiilor de gaze și minimalizarea efectelor adverse asupra mediului.

Conform *Strategiei Energetice a României*, actualizată pentru perioada 2011 - 2020, obiectivul general îl constituie satisfacerea necesarului de energie atât în prezent, cât și pe termen mediu și lung, la un preț cât mai scăzut, adecvat unei economii moderne de piață și unui standard de viață civilizat, în condiții de calitate, siguranță în alimentare și cu respectarea principiilor dezvoltării durabile.