

X.CONSUMUL ȘI MEDIUL ÎNCONJURĂTOR

X.1 Tendințe în consum

X.1.1. Alimente și băuturi

CONSUMUL MEDIU ANUAL DIN ROMÂNIA, LA PRINCIPALELE PRODUSE ALIMENTARE ȘI BĂUTURI, PE LOCUITOR

Informațiile au fost puse la dispoziție de Institutul National de Statistica. Din analiza consumului, la produsele de origine vegetală, în perioada 2014-2018, se constată o creștere a consumului de legume, consumul de fructe se menține constant, la nivelul anului 2017, și o ușoară creștere a consumului de cartofi. Se menține la același nivel consumul de zahăr și produse din zahăr, dar a crescut consumul la grăsimi vegetale și animale.

În cazul cerealelor, se remarcă un consum relativ constant în ultimii ani.

La produsele de origine animală, se constată o scădere a consumului de lapte și produse din lapte, a consumului de ouă, și o foarte ușoară scădere a consumului de carne și produse din carne. Pestele și produsele din pește înregistrează o creștere în consum.

Datele pentru anul precedent constituie înregistrări în baza de date la 1 iulie 2018.

**Caseta X.2. Consumul mediu anual pe locuitor, la
principalele produse alimentare și băuturi**

	U.M	2014	2015	2016	2017	2018
Produse de origine vegetală						
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

	U.M	2014	2015	2016	2017	201
	.					
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 si animale	kg	15,0	20.3	21,5	18.2	22,1
Produse de origine animală						
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	buc ăți	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 organe comestibile (în echivalent carne proaspătă)	kg	57,5	57.8	63,4	68.6	68,4
Băuturi						
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
Vin și produse din vin	litri	21,7	22.6	18,6	18,00	21,8
Băuturi alcoolice	litri	1,2	1,2	1,3	1,58	1,58

	U.M	2014	2015	2016	2017	2018
distilate (în echivalent alcool 100%)	.					

Notă: Pentru anul 2018 s-a utilizat populația rezidentă la **1 iulie**, estimată în condiții de comparabilitate cu rezultatele definitive ale Recensământului Populației și al Locuințelor - 2011. ¹⁾ Disponibilul de consum.

X.1.2 Locuințe

NUMĂRUL MEDIU DE PERSOANE PE O LOCUINȚĂ DIN JUDEȚUL PRAHOVA

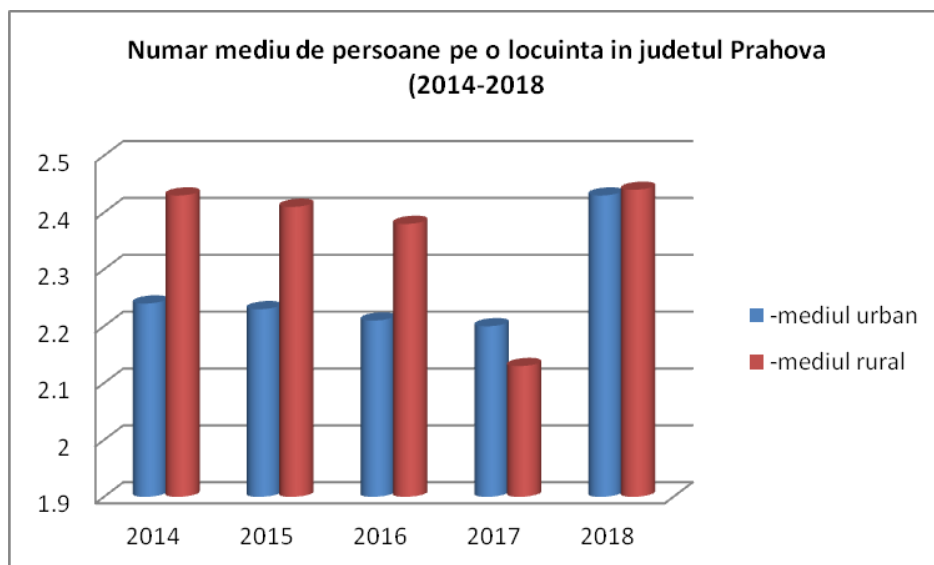
număr persoane

*)

Judet/Medii de rezidenta	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prahova	2,33	2,31	2,29	2,03	2.45	2,43
-mediul urban	2,24	2,23	2,21	2,20	2.43	2.42
-mediul rural	2,43	2,41	2,38	2,13	2.44	2.43

**)Pentru calculul numărului mediu de persoane pe o locuință s-a utilizat populația rezidentă la 1 iulie a fiecărui an și numărul locuințelor existente la sfârșitul anului.*

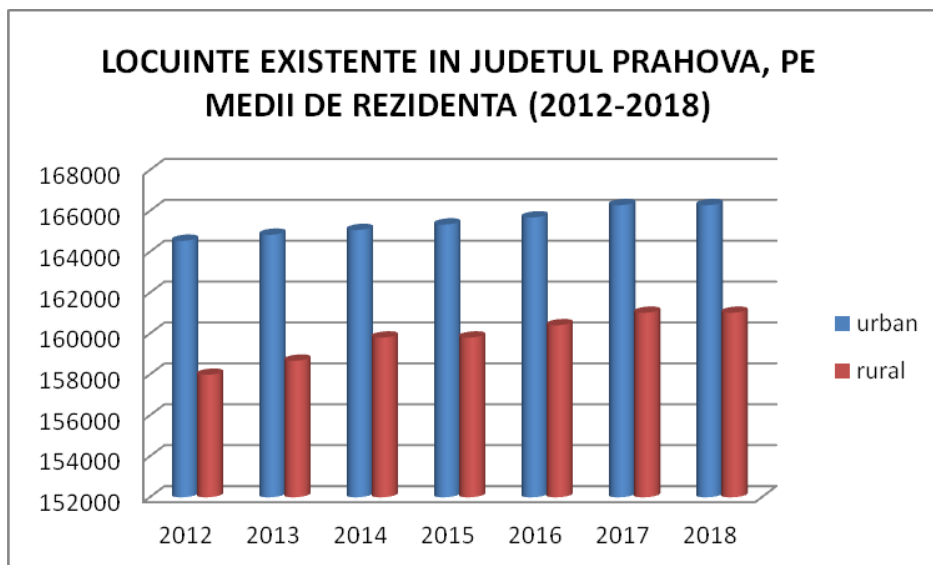
Caseta X.3 Numar mediu de persoane pe locuinta in judetul Prahova (2013-2018)



**LOCUINȚE EXISTENTE LA SFÂRȘITUL ANULUI ÎN
JUDEȚUL PRAHOVA PE MEDII DE REZIDENȚĂ**

Număr locuinte

Județ/ Medii de rezidență	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PRAHOVA	322536	323515	324297	325152	326097	327307	327307
-mediul urban	164545	164837	165070	165340	165686	166284	166284
-mediul rural	157991	158678	159812	159812	160411	161023	161023



**POPULAȚIA DUPĂ DOMICILIU DIN JUDETUL PRAHOVA, PE MEDII
(DATE PROVIZORII, LA 1 IULIE 2018)**

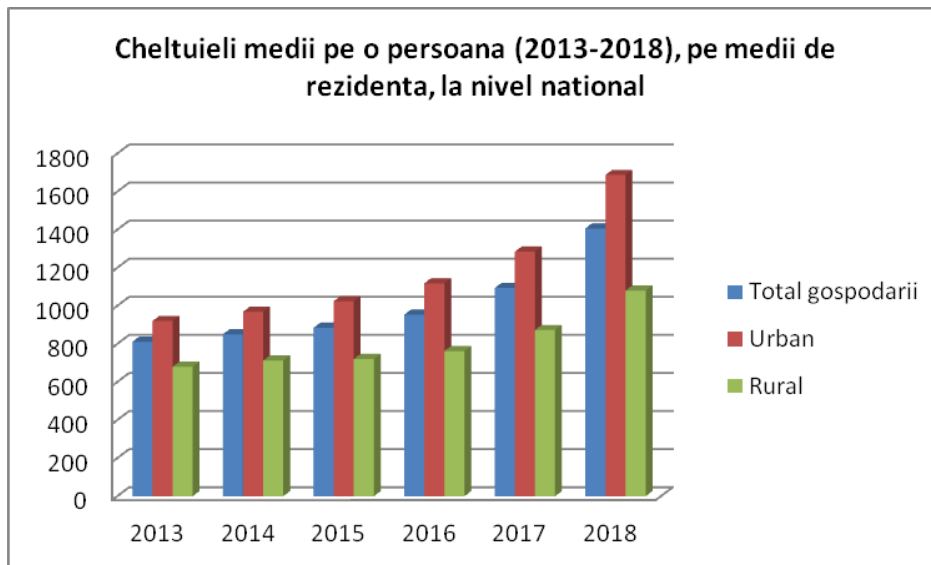
-persoane-

Județ/ Medii de rezidență	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prahova	819498	815741	814226	806504	801372	796931
-mediul urban	419962	417896	417133	412166	408972	405517
-mediul rural	399536	397845	397093	394338	392400	390414

CHELTUIELI DE CONSUM MEDII PE PERSOANA (la nivel national 2013-2018)

Mediu de rezidență	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total gospodarii	811.26	850.86	884.56	953.35	1093.92	1406.84
Urban	920.05	969.09	1024.71	1118.1	1284.58	1687.48
Rural	679.9	712.76	721.09	762.29	872.84	1080.27

Caseta X.5.Cheltuieli medii pe o persoana (2013-2018), la nivel national



X.1.3.Mobilitate

X.1.3.1 Transportul de pasageri

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

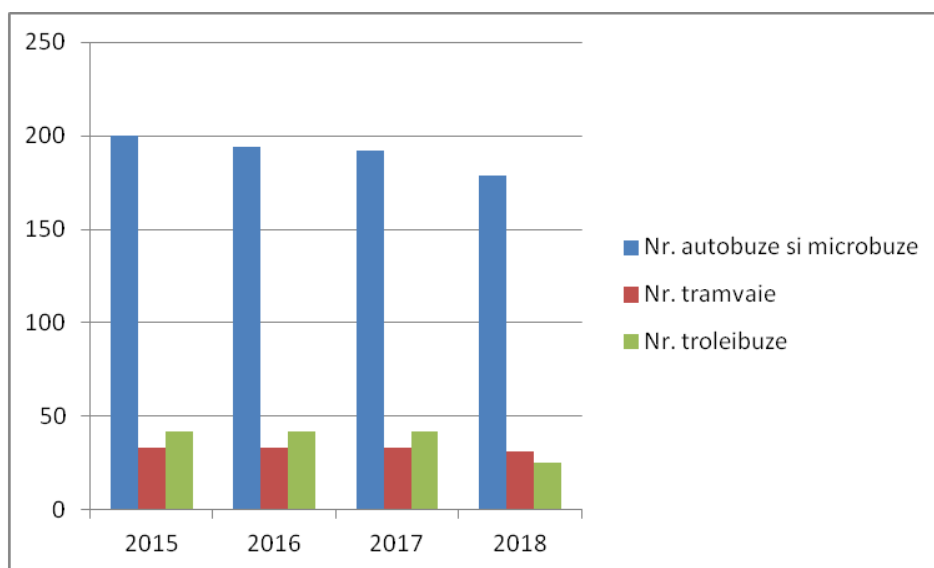
	2014	2015	2016	2017	2018
Nr. orașelor cu autobuze	1	4	4		4
Lungimea totală simplă a liniilor de tramvai - km	24	24	24		20.4
Lungimea totală simplă a liniilor de troleibuz -km	23,0	23	23		23.1
Nr. vehiculelor în inventar					
- autobuze și microbuze	210	200	194	192	179
- tramvaie (vagoane)	33	33	33	33	31
- troleibuze	42	42	42	42	25
Călători transportați - mii călători					
- tramvaie	4787	(linie 24398	24911		15424

		2014	2015	2016	2017	2018
- autobuze și microbuze		201684	225642,3	97146		47829
- troleibuze	in reparatie)	54579	75166	29299		11017
			59799	18427		

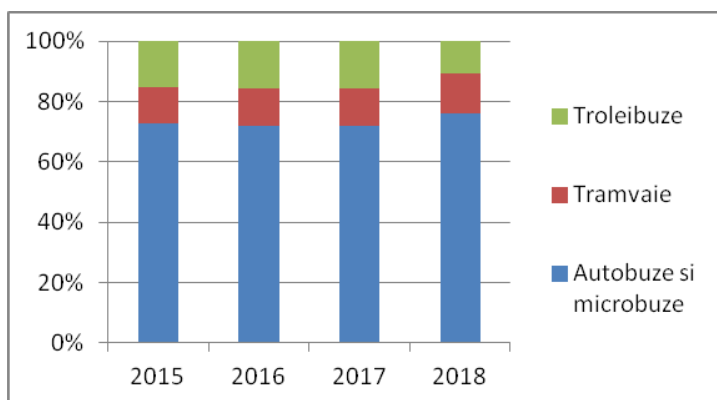
Nota: Datele pentru pozițiile troleibuze, autobuze și microbuze includ pentru trimestrele II, III și IV 2014 și pentru tot anul 2015, date estimate pe baza numărului de autorizații de călătorie gratuită pentru toți locuitorii Municipiului Ploiești, acordate temporar de Consiliul Local.

Caseta X.1.3a

Numarul vehiculelor pentru transport rutier de persoane din inventar (jud. Prahova)



Ponderea fiecarui mijloc de transport de pasageri in transportul in comun rutier din judetul Prahova



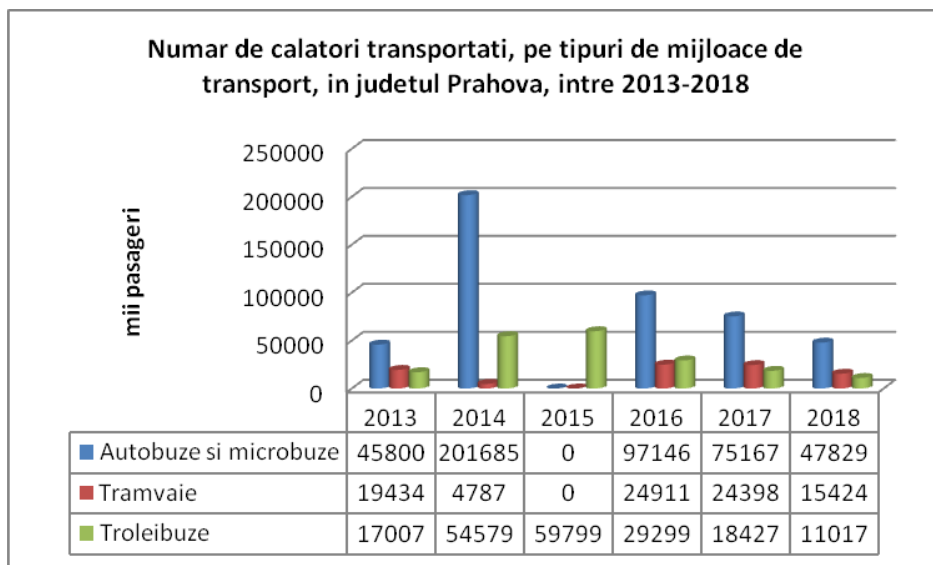
Caseta X.1.3.b Ponderea fiecarui mijloc de transport de pasageri in transportul in comun rutier din judetul Prahova

Tip mijloc transport	2015	2016	2017	2018
Autobuze si microbuze	72.72	72.11	71.9	76.17
Tramvaie	12	12.26	12.35	13.19
Troleibuze	15.27	15.61	15.73	10.63

Caseta X.1.3.d Numar de calatori transportati pe tipuri de mijloace de transport (2013-2018)

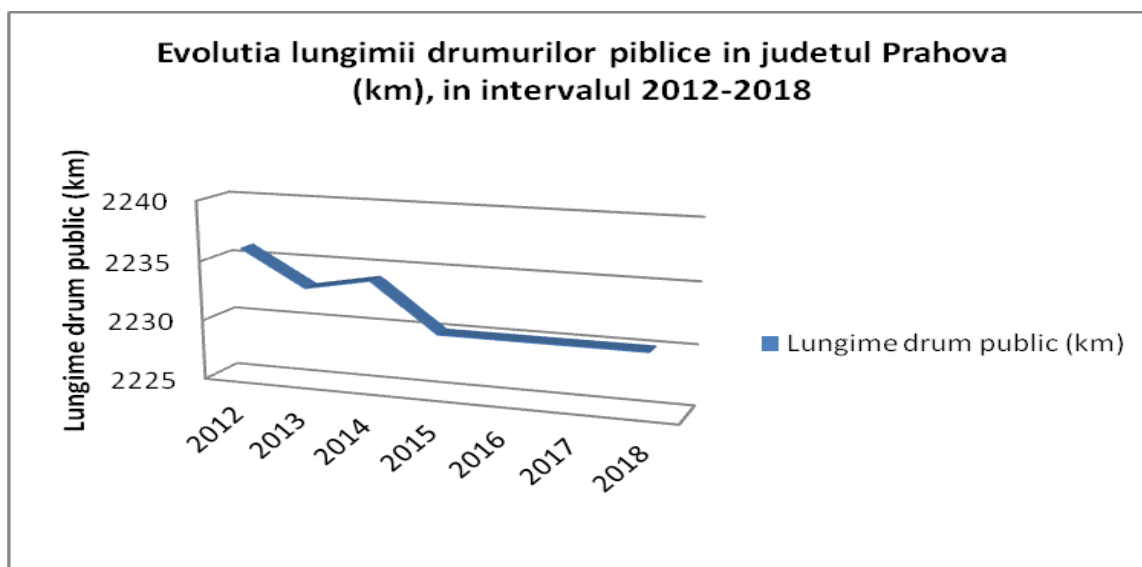
Calatori transportati *) (mii calatori)	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Autobuze si microbuze	45800	201685	225642,3	97146	75167	47829
Tramvaie	19434	4787	-	24911	24398	15424
Troleibuze	17007	54579	59799	29299	18427	11017

Se constata ca autobuzele si microbuzele sunt utilizate cu preponderenta de catre publicul calator, in defavoarea tramvaielor si a troleibuzelor.



**) Datele pentru pozitiile troleibuze, autobuze si microbuze pentru anul 2015 sunt date estimate pe baza numarului de autorizatii de calatorie gratuita pentru toti locuitorii Municipiului Ploiesti, acordate temporar de Consiliul Local*

Din analiza graficului se constata ca a scazut numarul pasagerilor care utilizeaza mijloacele de transport in comun.



Caseta X.8. Lungimea drumurilor publice in judetul Prahova (intre anii 2013-2018)

PRAHOVA	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Lungime drum public (km)	2236	2233	2234	2230	2230	2230	2230

Se constata o mentinere a lungimii retelei de drumuri publice in judetul nostru in ultimii patru ani, dar si un usor regres fata de lungimea totala din 2012-2014.

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

Categoriile de vehicule rutiere	Ani					
	Anul 2013	Anul 2014	Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
	UM: Numar					
	Numar	Numar	Numar	Numar	Numar	Numar
Autobuze si microbuze	1583	1662	1734	1836	1911	

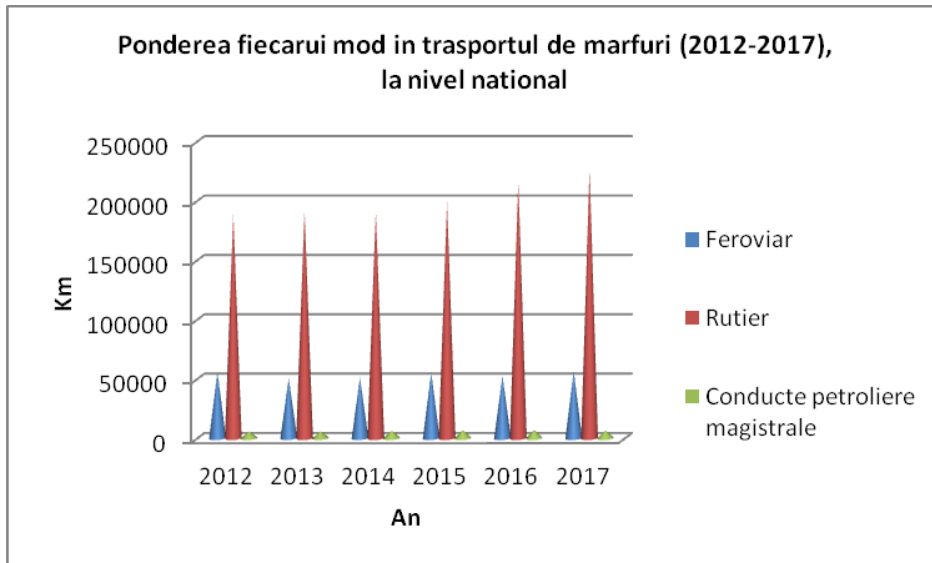
Autoturisme	173820	181426	190121	201527	216342	
Motociclete	3570	3777	3868	4122	4321	
Autovehicule de marfa	24731	26272	27696	29286	30514	
- Autocamioane	22380	23612	24701	25895	26758	
- Autotractoare	2351	2660	2995	3391	3756	
Vehicule rutiere pentru scopuri speciale	1520	1602	1648	1672	1726	
Tractoare	1354	1348	1331	1319	1300	
Remorci si semiremorci	9483	10138	10794	11641	12427	

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

X.1.3.2. Transportul de mărfuri

Nr. crt.	Tip transport marfuri	Cantitate marfuri transportata in 2013 (mii tone) *)	Cantitate marfuri transportata in 2014 (mii tone) *)	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) *)
1	Feroviar	50348	50739	55307	52618	56083	55429
2	Rutier	191486	190932	198638	216085	226320	237132
3	Conducte petroliere magistrale	5625	6365	6663	6825	6551	6459

**) Cantitati la nivel national.*



Caseta X.10 Pondereea fiecarui mod in trasportul de marfuri (2013-2018), la nivel national

Se constata, in timp, o crestere a ponderii transportului rutier de marfuri. Tendinta de crestere usoara se remarca si in cazul transportului feroviar de marfuri. Trend crescator se observa si in cazul transportului prin conductele petroliere magistrale.

X.2 Factori care influențează consumul

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 modele 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 tehnologiei¹.

¹ Studii de Marketing agroalimentar, Studii și cercetări științifice - Seria Științe economice

¹ Studii de Marketing agroalimentar, Studii și cercetări științifice - Seria Științe economice

X.3 Presiunile asupra mediului cauzate de consum

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

X.3.2 Consumul de energie pe locuitor. Utilizarea materialelor

A. Indicatori specifici

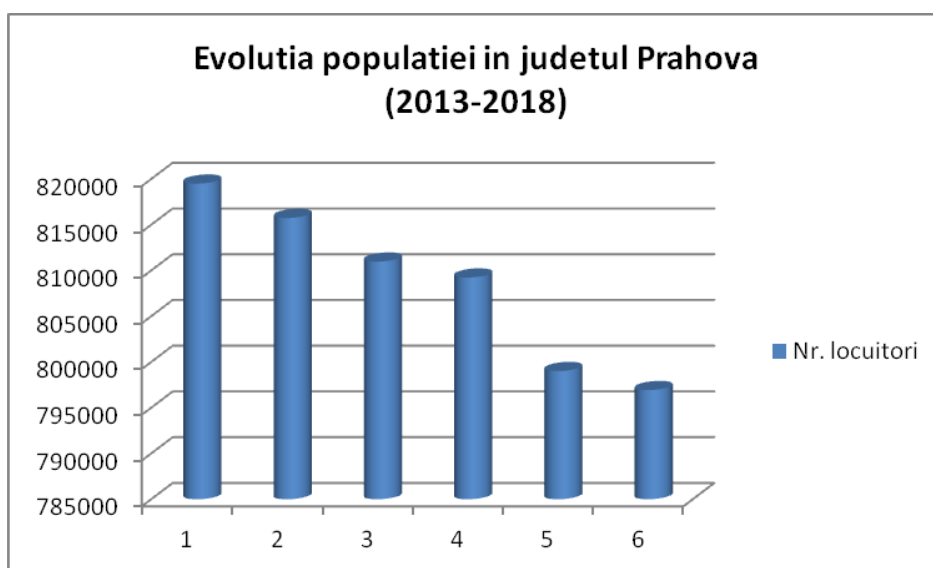
COD INDICATOR	Cod indicator România: RO 27 Cod indicator AEM: CSI 27
DENUMIRE	CONSUMUL FINAL DE ENERGIE PE TIP DE SECTOR DE ACTIVITATE
DEFINITIE	Cantitățile de energie furnizate consumatorului final în cele mai diverse scopuri energetice

Consum final energetic (mii tone echivalent petrol) ¹⁾

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

¹⁾Nu avem date pentru 2017-2018

Caseta XI.9
Evolutia populatiei in judetul Prahova (2012-2019)

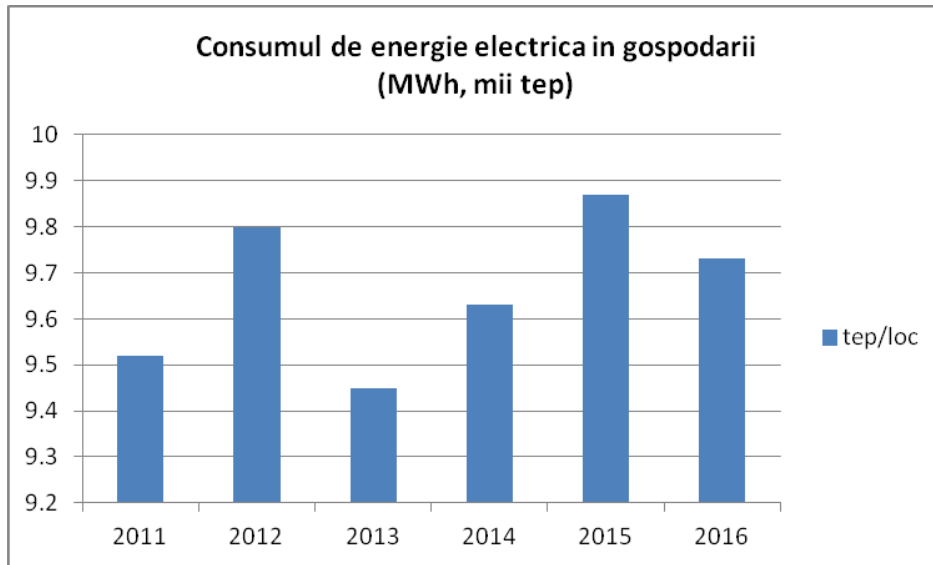


Evolutia numarului de locuitori din judetul Prahova (2012-2017)

Anul	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nr. locuitori	819498	815741	810974	809233	799012	796931

Se constata o descrestere continua a populatiei judetului Prahova in intervalul 2013-2018.

Caseta XI.10



Nu au fost informatii la nivelul anilor 2017-2018