



## CAPITOLUL XI

# CONSUMUL ȘI MEDIUL ÎNCONJURĂTOR

## XI.1. Tendințe în consum

Amprenta biologică măsoară presiunea pe care omenirea o exercită asupra biosferei în funcție de suprafața productivă (teren, luci de apă) a planetei necesară pentru furnizarea resurselor naturale pe care le consumă și neutralizarea deșeurilor pe care le generează locuitorii planetei. Amprenta ecologică include suprafața de teren cultivată, pășuni, păduri și arii piscicole, dar și suprafețele ocupate pentru neutralizarea deșeurilor generate.

Biocapacitatea reprezintă suma totală a ariilor productive.

Diferența dintre amprenta biologică și biocapacitate indică dacă țara sau prin extrapolare județul este debitor sau creditor ecologic.

### A. Indicatori specifici – nu este cazul

### B. Alte date și informații specifice

#### XI.1.1. Alimente și băuturi

### A. Indicatori specifici - nu este cazul

### B. Alte date și informații

Tabelul XI.1.1.1. Consum mediu/an/locuitor, la principalele produse alimentare și băuturi (date medii la nivel național)

| Principalele produse alimentare si bauturi                  | UM | 2013  | 2012  | 2011  | 2010  | 2009  |
|---|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| Cereale și produse din cereale în echivalent boabe          | Kg | 218,1 | 208,5 | 217,7 | 211,3 | 211,7 |
| Cereale și produse din cereale în echivalent făină          | Kg | 164,6 | 157   | 164,4 | 159,2 | 159,9 |
| Cartofi   | Kg | 103   | 104,7 | 103,3 | 103,9 | 98,1  |
| Leguminoase boabe   | Kg | 3,3   | 3,5   | 3,2   | 3     | 3,5   |
| Legume și produse din legume în echivalent legume proaspete | Kg | 152   | 151,4 | 162,9 | 155,7 | 148,7 |
| Fructe și produse din fructe                                | Kg | 73,7  | 71,1  | 74,7  | 67    | 65,7  |

**Raport privind starea mediului în județul Cluj - 2014**

|   |                         |       |       |       |       |       |
|---|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>În echivalent fructe proaspete</b>   |                         |       |       |       |       |       |
| <b>Zahar și produse din zahar în echivalent zahar (inclusiv miere)</b>            | Kg                      | 21,1  | 22    | 23,7  | 23,4  | 24,8  |
| <b>Carne și produse din carne în echivalent carne proaspata</b>                   | Kg                      | 54,4  | 55,3  | 56    | 59,9  | 67,3  |
| <b>Grasimi vegetale și animale (greutate brută)</b>                               | Kg                      | 18,1  | 19,8  | 19,3  | 22    | 21    |
| <b>Lapte și produse din lapte în echivalent lapte 3,5% grăsime (exclusiv unt)</b> | Kg                      | 244,5 | 241,1 | 248,5 | 244,2 | 253,2 |
| <b>Ouă</b>  | Buc.                    | 247   | 245   | 264   | 253   | 256   |
| <b>Peste și produse din pește în echivalent pește proaspăt</b>                    | Kg                      | 4,3   | 4,2   | 3,9   | 4,9   | 5,1   |
| <b>Vin și produse din vin</b>   | Litri                   | 21,7  | 21,1  | 21,3  | 22,2  | 23,4  |
| <b>Bere</b>   | Litri                   | 86,8  | 90,2  | 84,3  | 81,3  | 87,4  |
| <b>Băuturi alcoolice distilate (alcool 100%)</b>                                  | Litri alcool pur (100%) | 1,2   | 1,1   | 1,3   | 1,7   | 2,1   |
| <b>Băuturi nealcoolice</b>  | Litri                   | 154,4 | 150,8 | 148,8 | 163,7 | 164,3 |

(Sursa datelor: Institutul Național de Statistică; w.insse.ro)

**Tabelul XI.1.1.2. Trendul de evoluție al consumului mediu/an/locuitor, la principalele produse alimentare și băuturi (date medii la nivel național)**

| <b>Principalele produse alimentare și băuturi</b>                                 | <b>2013</b> | <b>2012</b> | <b>2011</b> | <b>2010</b> | <b>2009</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Cereale și produse din cereale în echivalent boabe</b>                         | ↖           | ↗           | ↖           | ↗           | nivel reper |
| <b>Cereale și produse din cereale în echivalent făină</b>                         | ↖           | ↗           | ↖           | ↗           | nivel reper |
| <b>Cartofi</b>  | ↗           | ↖           | ↗           | ↖           | nivel reper |
| <b>Leguminoase boabe</b>  | ↗           | ↖           | ↗           | ↖           | nivel reper |
| <b>Legume și produse din legume în echivalent legume proaspete</b>                | ↖           | ↗           | ↖           | ↖           | nivel reper |
| <b>Fructe și produse din fructe în echivalent fructe proaspete</b>                | ↖           | ↗           | ↖           | ↖           | nivel reper |
| <b>Zahar și produse din zahar în echivalent zahar (inclusiv miere)</b>            | ↗           | ↗           | ↗           | ↗           | nivel reper |
| <b>Carne și produse din carne în echivalent carne proaspătă</b>                   | ↗           | ↗           | ↗           | ↗           | nivel reper |
| <b>Grasimi vegetale și animale (greutate brută)</b>                               | ↗           | ↖           | ↗           | ↗           | nivel reper |
| <b>Lapte și produse din lapte în echivalent lapte 3,5% grăsime (exclusiv unt)</b> | ↖           | ↗           | ↖           | ↗           | nivel reper |

## Raport privind starea mediului în județul Cluj - 2014

|  |   |   |   |   |                |
|--|---|---|---|---|----------------|
| <b>Ouă</b>   | ↖ | ↗ | ↖ | ↗ | nivel<br>reper |
| <b>Peste și produse din pește<br/>în echivalent pește proaspăt</b> | ↖ | ↖ | ↗ | ↗ | nivel<br>reper |
| <b>Vin și produse din vin</b>                                      | ↖ | ↗ | ↗ | ↗ | nivel<br>reper |
| <b>Bere</b>  | ↗ | ↖ | ↖ | ↗ | nivel<br>reper |
| <b>Băuturi alcoolice distilate<br/>(alcool 100%)</b>               | ↖ | ↗ | ↗ | ↗ | nivel<br>reper |
| <b>Băuturi nealcoolice</b>   | ↖ | ↖ | ↗ | ↗ | nivel<br>reper |

Sunt de remarcat aici trendurile consecvent descendente ale consumului de produse pe bază de zahăr și ale produselor din carne.

De asemenea este de remarcat tendința similară de creștere și descreștere a consumului de ouă și produse lactate. Aceste două tipuri de produse au înregistrat și cel mai mare consum ca și unitate de măsură pe an.

### XI.1.2. Locuințe

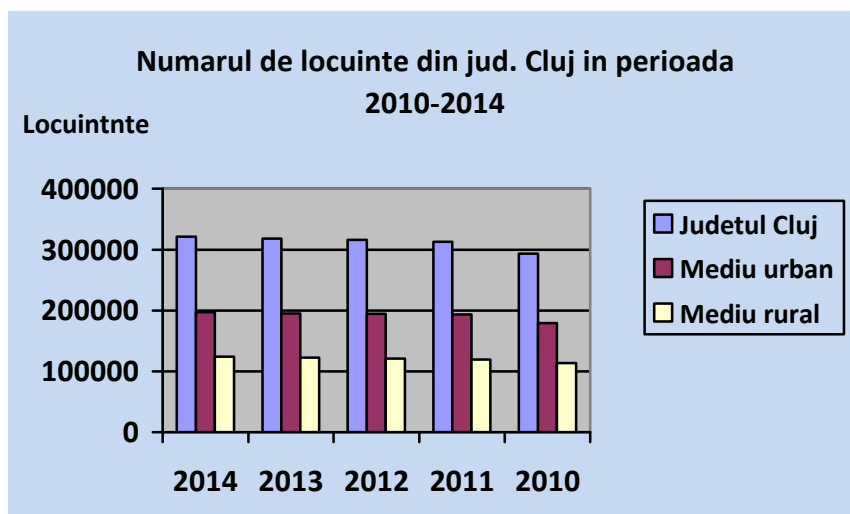
#### A. Indicatori specifici - nu este cazul

#### B. Alte date și informații specifice

**Tabelul XI.1.2.1. Numărul de locuințe din jud. Cluj în perioada 2010-2014**

| Termenul de referință | 2014    | 2013    | 2012    | 2011    | 2010    |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Județul Cluj</b>   | 321.291 | 317.898 | 315.852 | 312.886 | 293.265 |
| <b>Mediu urban</b>    | 197.148 | 195.475 | 194.985 | 193.924 | 179.698 |
| <b>Mediul rural</b>   | 124.143 | 122.423 | 120.867 | 118.962 | 113.567 |

(Sursa datelor: Institutul Național de Statistică; w.insse.ro)



**Figura XI.1.2.1. Numărul de locuințe din județul Cluj în perioada 2010-2014**

Numărul de locuințe din județul Cluj s-a aflat în creștere constantă, orașul cunoscând o permanentă expansiune de la formarea sa.

Creșterea se explică pe baza următorilor factori:

- nevoia de spațiu locativ cauzată de creșterea numărului de locuitori;
- creșterea necesităților de confort;
- facilitățile provenite din creditele bancare;
- mobilitatea populației cauzată de piața locurilor de muncă;
- afluxul de străini;
- creșterea numărului de studenți din centrul universitar.

În mediul rural, creșterea se poate explica și datorită construcțiilor de case de vacanță, odată cu extinderea infrastructurii de utilități (apă curentă, canalizare, gaz, energie electrică, salubritate).

**Tabelul XI.1.2.2. Numărul mediu de persoane pe locuință din județul Cluj în perioada 2010-2014**

| Termenul de referință | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
|-----------------------|------|------|------|------|------|
| Județul Cluj          | 2,24 | 2,26 | 2,27 | 2,28 | 2,43 |
| Mediu urban           | 2,43 | 2,46 | 2,47 | 2,47 | 2,68 |
| Mediul rural          | 1,93 | 1,93 | 1,95 | 1,96 | 2,03 |

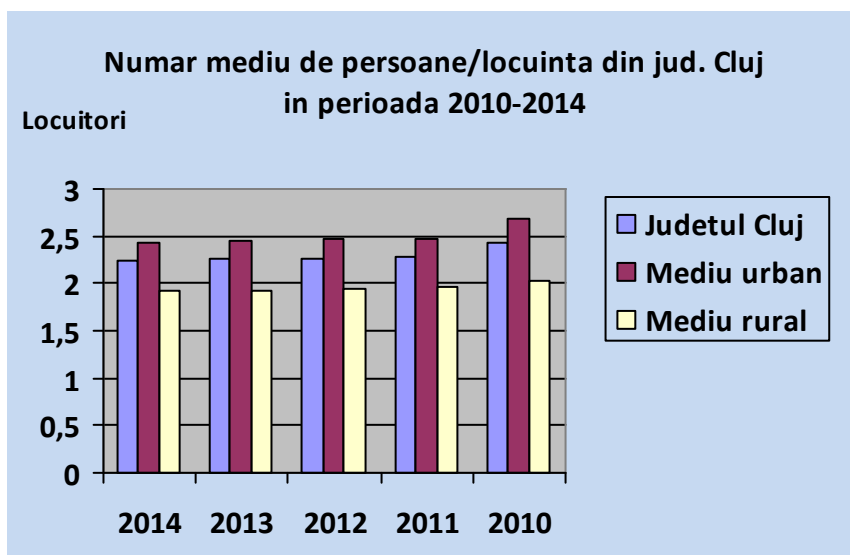


Figura XI.1.2.2. Numărul mediu de persoane pe locuință din județul Cluj în perioada 2010-2014

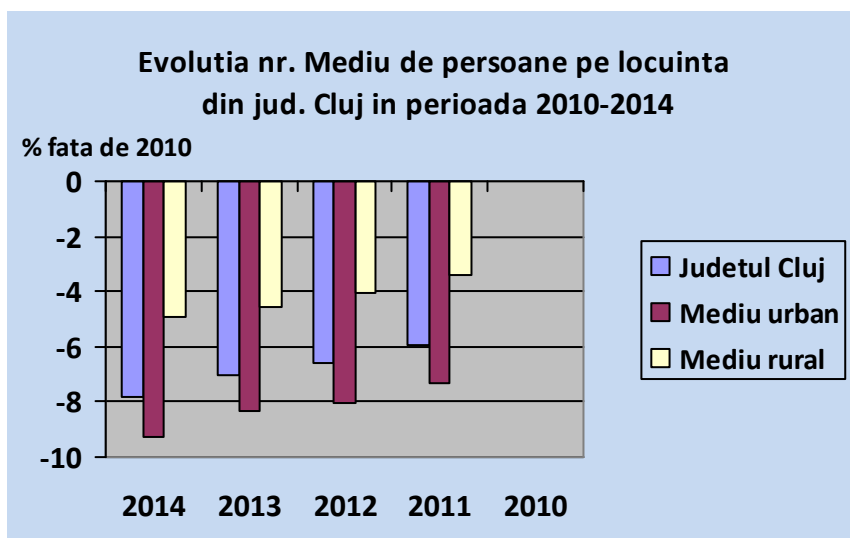
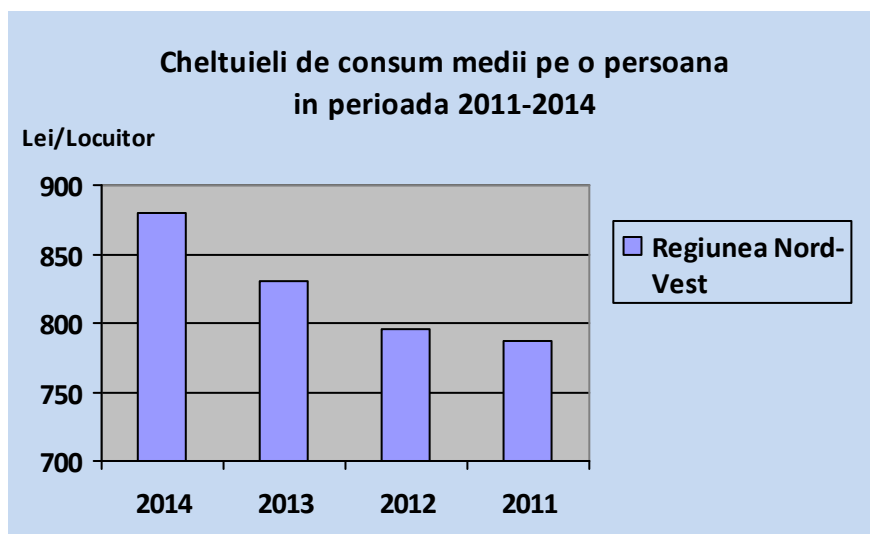


Figura XI.1.2.3. Evoluția nr. mediu de persoane pe locuință din județul Cluj (% față de 2010)

Tabelul XI.1.2.3. Cheltuieli de consum medii pe o persoană (lei) Regiunea Nord-Vest perioada 2011-2014

| Termenul de referință | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 |
|-----------------------|------|------|------|------|
| Regiunea Nord-Vest    | 879  | 830  | 796  | 787  |

(Sursa datelor: Institutul Național de Statistică; w.insse.ro)



**Figura XI.1.2.4. Cheltuieli de consum medii pe o persoană (lei) Regiunea Nord-Vest perioada 2011-2014**

Tabelul centralizator și graficul de evoluție indică un trend evident de creștere, cauzată de:

- creșterea prețului la produsele alimentare;
- creșterea prețului la mărfurile nealimentare;
- creșterea prețului la servicii;
- creșterea prețului la utilități.

### **XI.1.3. Mobilitate**

#### **XI.1.3.1. Transportul de pasageri**

##### **A. Indicatori specifici RO 35 (CSI 35) – Cerere transport de pasageri**

Principalele cauze care stau la baza creșterii cererii de transport de pasageri este creșterea veniturilor împreună cu o tendință de a cheltui mai mult sau mai puțin din procentul din venit pentru transport. Prin urmare, venitul suplimentar înseamnă buget suplimentar de călătorie, care permite călătorii mai frecvente, mai rapide, mai îndepărtate și mai luxoase.

Activitatea de transport este una dintre principalele surse de emisii de gaze cu efect de seră și, de asemenea, dă naștere la poluarea semnificativă a aerului și la zgomot, care pot afecta grav sănătatea umană și ecosistemele.

Acest indicator ne ajută să înțelegem 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 succesul relativ al măsurilor pe care UE și/sau fiecare țară le pune în aplicare pentru reducerea cererii sau influența în alegerea modului de transport.



## Raport privind starea mediului în județul Cluj - 2014

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.

Decuplarea modală este definită ca fiind proporțiile de pasageri-kilometri alocate diferitelor moduri de transport în fiecare an.

Indicatorul este definit ca modificări anuale ale raportului între pasageri-km (transport intern) și creșterea PIB (Produsul Intern Brut exprimat în prețuri constante EURO din anul 2005).

**Tabelul XI.1.3.1.1. PIB-ul jud. Cluj în perioada 2010-2012**

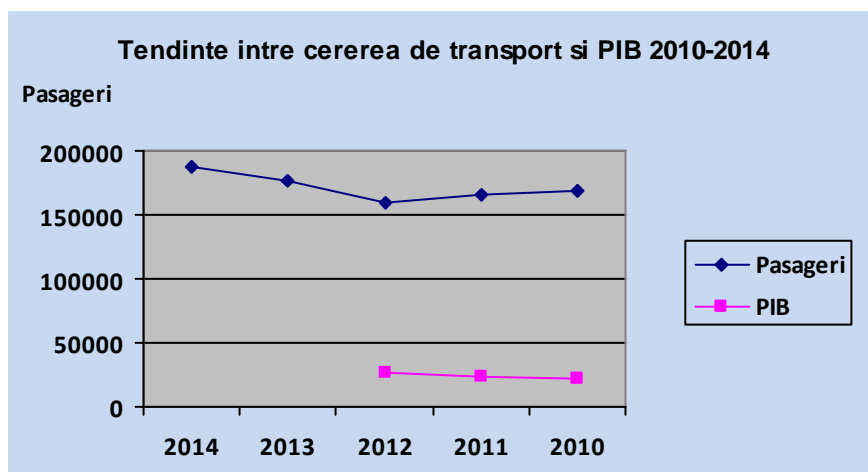
| Termenul de referință | 2014       | 2013       | 2012   | 2011   | 2010   |
|-----------------------|------------|------------|--------|--------|--------|
| Milioane Lei          | lipsă date | lipsă date | 26.079 | 23.083 | 21.670 |

(Sursa datelor: Institutul Național de Statistică; w.insse.ro)

**Tabelul XI.1.3.1.2. Pasageri transportați de serviciul public local din jud. Cluj, 2010-2014**

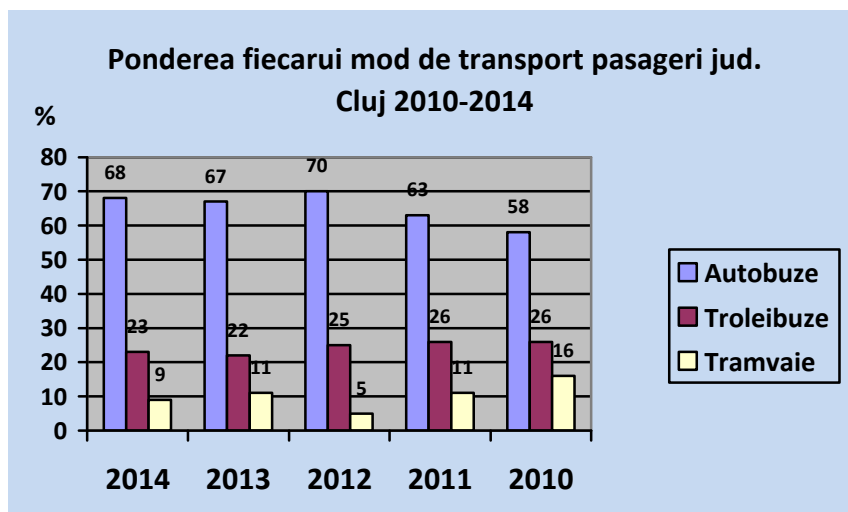
| Mii Pasageri / Anul | 2014    | 2013    | 2012    | 2011    | 2010    |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Autobuze</b>     | 128.290 | 118.994 | 112.654 | 104.958 | 97.759  |
| <b>Troleibuze</b>   | 43.647  | 39.221  | 40.103  | 42.927  | 43.228  |
| <b>Tramvaie</b>     | 15.995  | 18.613  | 7.278   | 17.833  | 27.197  |
| <b>Total</b>        | 187.932 | 176.828 | 160.035 | 165.718 | 168.184 |

(Sursa datelor: Institutul Național de Statistică; w.insse.ro)

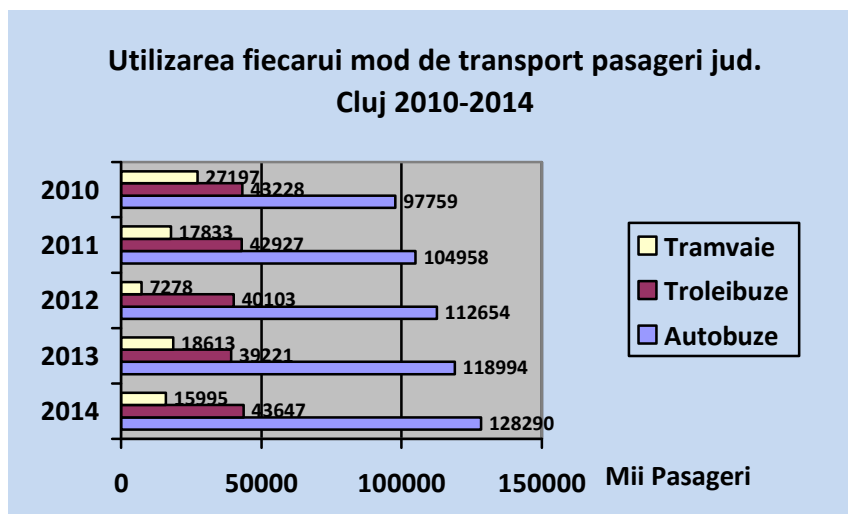


**Figura XI.1.3.1.1. Tendințe între cererea de transport și PIB din jud. Cluj 2010-2014**

**B. Alte date și informații**



**Figura XI.1.3.1.2. Ponderea fiecărui mod de transport de pasageri din județul Cluj 2010-2014**



**Figura XI.1.3.1.3. Utilizarea fiecărui mod în transportul de pasageri din județul Cluj 2010-2014**

Se observă o creștere în anul 2014 a numărului de pasageri care folosesc autobuzele ca mijloc de transport față de anul 2010 și totodată o creștere a numărului de autobuze raportat la aceeași perioadă.

**XI.1.3.2. Transportul de marfuri**

**A. Indicatori specifici RO 36 (CSI 36) Cererea de transportul de marfuri**

## **B. Alte date și informații**

Datele pentru acest indicator nu sunt disponibile la nivel județean, ele se vor regăsi în Raportul privind starea mediului pentru anul 2014 la nivel național.

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

### **A. Indicatori specifici – nu este cazul**

### **B. Alte date și informații specifice**

Principalii factori care influențează consumul sunt:

- influențele demografice;
- influențele economice ;
- tehnologia și inovația;
- influențele sociale și culturale;
- tipurile de consumatori.

Conform articolului intitulat “Ce factori vor influența consumul din următorii zece ani” (redactor Alina Botezatu - w.startups.ro), consumul va fi influențat de atenția tot mai mare acordată prețurilor.

Alți factorii care vor influența vânzarea sunt revenirea la nevoile de bază ale consumatorilor (de siguranța și securitate, mai multă mobilitate și o viață mai ușoară), consumul și practicile eco.

#### **1. Influențele demografice**

„Factorii demografici sunt reflectarea structurii populației și a proceselor care o afectează. La nivel macroeconomic, principalele variabile vizează: numărul populației și distribuția ei geografică, sporul natural, structura pe grupe de vârstă, ocupație, nivel educațional, număr de familii și gospodării, mărimea unei familii și a gospodăriei, mobilitatea populației, tipul de habitat (urban, rural).

La nivelul consumatorului, importante sunt variabile precum: etapa din ciclul de viață (vârsta), sexul, situația matrimonială, caracteristicile fizice, de rasă etc. Astfel, datorită mai ales normelor sociale, dar nu numai, femeile și bărbații cumpără tipuri de produse diferite și folosesc alte criterii în alegerea lor. Pe baza identificării diferențelor comportamentale între sexe, producătorii pot aborda în manieră specifică segmentul de piață. De asemenea, vârsta este aceea care diferențiază deciziile de cumpărare, iar odată cu înaintarea în vârstă se produc modificări de care trebuie ținut seama, pentru că ele schimbă comportamentul consumatorului. Cunoașterea acestor variabile are mare însemnătate, deoarece dă posibilitate predicțiilor unor consecințe din punctul de vedere al marketingului, al unor tendințe ale variabilelor demografice, care vor modifica comportamentul consumatorului” (“Analiza sistemului de factori care influențează comportamentul consumatorului” - G. Brătucu, T. Brătucu - Univ. Transilvania Brașov).

Conform estimarilor Eurostat, tendința demografică se va menține în România la același nivel. În 2020, vor fi 20,83 milioane de locuitori, din care în jur de 37% cu vârsta peste 50 de ani. Acest lucru înseamnă o creștere cu 9,5% a procentului de persoane de peste 50 de ani în totalul populației, în 30 de ani.

### 2. Influențele economice

„Factorii economici au rol esențial, deoarece la nivel macroeconomic ei caracterizează capacitatea de cumpărare de care dispune societatea la un moment dat, constituind premisa formării comportamentului consumatorului. Ei afectează direct mărimea și evoluția consumului.

La nivel macroeconomic se manifestă prin dinamica și nivelul indicatorilor sintetici macroeconomici (produs național brut și net, produs intern brut și net, venit național etc.), evoluția principalelor domenii de activitate, exprimată prin indicatorii specifici ai producției industriale și agricole, ai transporturilor, ai telecomunicațiilor, ai construcțiilor, ai comerțului interior și exterior etc., modificarea veniturilor reale ale populației, credit, inflație, șomaj etc., exprimând în fapt dorința de cumpărare.

La nivel microeconomic, venitul consumatorului este factorul esențial care, prin mărime, formă, dinamică, distribuție în timp, destinație etc., constituie premisa materială a comportamentului consumatorului și principala restricție care se impune acestuia. În aceeași categorie putem include și factorii economici precum: averea personală exprimată mai ales prin gradul de înzestrare cu diferite bunuri, ca și gradul de utilizare a creditului de consum de către individ (“Analiza sistemului de factori care influențează comportamentul consumatorului individual” - G. Brătucu, T. Brătucu - Univ. Transilvania Brașov).

Marius Donțu, spune că țara noastră rămâne una bogată în materii prime, iar fructificarea resurselor este, în principal, o problemă de mentalitate. *"În România, aparent, se poate observa o reducere de materii prime, deoarece nu există capacitatea exploatarea lor - din cauza unor politici inadecvate, a lipsei de cercetare și dezvoltare tehnologică - sau a unei crize de management. Există puțină preocupare pentru crearea de plus valoare în lanțul tehnologic de producție sau în procesul de creare a serviciilor"* („Ce factori vor influența consumul din următorii zece ani” - redactor Alina Botezatu - w.startups.ro).

Alexandru Covrig spune că în România încă nu se manifestă un consum sustenabil, generalizat, deoarece conceptul este încă prea "tănar" și fără reprezentări cu ecouri în mase. El precizează că una din tendințele din România ale consumului durabil este reciclarea ambalajelor, realizată atât de companii, cât și de consumatori („Ce factori vor influența consumul din următorii zece ani” - redactor Alina Botezatu - w.startups.ro).

### 3. Tehnologia și inovația

Madălin Lăzărescu, Research Manager la IDC România (citat de același articol), spune că piața de internet din România s-a dezvoltat spectaculos în ultimul deceniu, rata de penetrare a internetului broadband fix în gospodăriile din România fiind similară Cehiei, Ungariei, Sloveniei și mai bună decât a Poloniei.

"Totuși, în România, aproape 50% din populația țării este în mediul rural. În timp ce consumatorii din mediul urban vor putea folosi terminalele mobile pentru plăți fără card sau vor putea accesa aplicații revoluționare, cei din rural se vor limita cel mai probabil la trafic de voce mobilă", spune Madalin Lazarescu.

Alexandru Covrig precizează că efectele dezvoltării social media și a internetului asupra consumului sunt crearea de comunități (afiliere), alinarea opiniilor, oamenii sunt mai informați, iar acestea au început în 2005 și importanța lor pe piața din România crește permanent.

Iulia Antonescu spune că influența internetului asupra consumului a început să se vadă încă de la începuturile decadelor trecute și că mărirea transparenței determinată de internet a dus în primul rând la mai multă competitivitate, la lărgirea pietelor de distribuție, la accesul la mult mai multă informație.

Progresele tehnologice și ingineresti pe de altă parte, fac ca produsele să se „uzeze” moral foarte repede. Frecvența mare cu care sunt scoase pe piață produse noi, mai aspectoase, mai tehnologizate, mai interesante, conduce la un volum mai mare de vânzări motivate prin nevoia de a avea ultimul model apărut pe piață.

#### 4. Influențe sociale și culturale

„Componentă a macromediului de marketing, factorii culturali exercită o extinsă și profundă influență de natură exogenă asupra comportamentului de cumpărare și consum. Ca ansamblu de norme, valori materiale și morale, convingeri, atitudini și obiceiuri create în timp și pe care le posedă în comun membrii societății, cultura are un impact puternic asupra comportamentului individual, care în mare parte se învață în procesul de socializare a individului.

Acesta își însușește treptat un set de valori, percepții, preferințe și comportamente specifice societății în care trăiește, dar care se modifică continuu. Elementele definitorii ale culturii sunt întărite de sistemele educaționale și juridice, dar și de instituțiile sociale.

Cercetările de marketing trebuie să investigheze efectele numeroaselor mutații socioculturale care influențează activ comportamentul indivizilor. De asemenea, are mare importanță în activitățile de marketing influența subculturii, care reprezintă un grup cultural distinct, constituit pe criterii geografice, etnice, religioase, de vârstă.

În general, se disting patru *grupe de subculturi* care îl definesc pe individ și îi influențează comportamentul de consum (Solomon, Bamossy et al, 2006):

- grupurile de naționalități, care trăiesc în comunități largi, cu tradiții specifice;
- grupuri religioase, cu preferințe și trebuințe proprii;
- grupuri rasiale, cu stiluri culturale și atitudini distincte;
- grupuri geografice, cu stiluri de viață caracteristice unor spații teritoriale” (“Analiza sistemului de factori care influențează comportamentul consumatorului individual” - G. Brătucu, T. Brătucu-Univ. Transilvania Brașov).

### **XI.3. Presiunile asupra mediului cauzate de consum**

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

##### **A. Indicatori specifici RO 10 (CSI 10) Tendinta emisiilor de gaze cu efect de sera**

Datele pentru acest indicator nu sunt disponibile la nivel județean, ele se vor regăsi în Raportul privind starea mediului pentru anul 2014 la nivel național.

##### **B. Alte date și informații**

Efectul natural de seră are rolul de a regla temperatura medie a Pământului menținând condițiile optime de viață. Energia solară ajunge pe pământ sub forma radiațiilor cu lungime de undă scurte. Unele sunt reflectate de atmosferă și de suprafața terestră. Cea mai mare parte trece prin atmosferă și încălzește suprafața pământului care, la rândul său, emite radiație infraroșie, cu lungime de undă mare (căldura).

Modificarea bilanțului radiativ, adică schimbarea echilibrului dintre radiația care intră și cea care iese din conturul alcătuit de Pământ și atmosfera sa, duce la creșterea temperaturii globale (modificare pozitivă) sau la scăderea sa (modificare negativă). Unele gaze din atmosferă absorb căldura și, reflectând-o înapoi către suprafața pământului, încălzesc atmosfera. Acestea sunt așa numitele gaze cu efect de seră (GES sau GHG – „greenhouse gases”) (ANPM, Raport privind starea mediului în România, 2011).

Schimbările climatice reprezintă una dintre cele mai mari amenințări asupra mediului, societății și economiei. Așa cum punctează și Grupul Interguvernamental privind Schimbările Climatice (IPCC, 2007), încălzirea sistemului climatic este fără echivoc. Observațiile arată creșteri semnificative ale temperaturii medii globale, cât și creșterea temperaturii apei mărilor și oceanelor, coroborate cu topirea masivă a zăpezii și gheții și creșterea nivelului mării (Busuioc și alții, 2010). Este foarte probabil ca o mare parte a fenomenului încălzirii globale să fie asociat creșterii concentrației gazelor cu efect de seră în atmosferă datorată activității umane (IPCC, 2007).

Pentru a minimiza efectul schimbărilor climatice, emisiile globale de gaze cu efect de seră trebuie să fie reduse în mod semnificativ, iar politicile necesare pentru a face acest lucru trebuie să fie puse în aplicare rapid și integral.

Principalele gaze cu efect de seră generate de activitatea umană sunt:

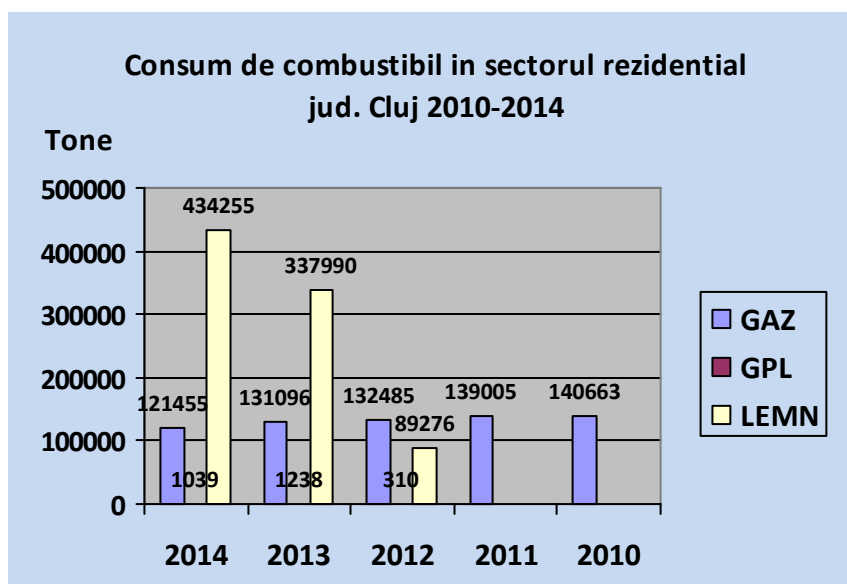
- arderea combustibililor fosili pentru producerea de energie electrică și termică, în domeniile transporturi, industrie și în gospodărie;
- utilizarea intensivă a agriculturii, modificările induse tipurilor de folosințe ale terenului, cum ar fi despăduririle;
- depozitarea deșeurilor;
- utilizarea de gaze industriale fluorurate.

## Raport privind starea mediului în județul Cluj - 2014

Prezentul indicator prezintă tendințele totale și sectoriale, a emisiilor de gaze cu efect de seră la nivel național și pot fi utilizate pentru a evalua progresul înregistrat în reducerea emisiilor gazelor cu efect de seră.

**Tabelul XI.3.1.1. Consumul de combustibil în sectorul rezidențial din jud. Cluj, 2010-2014**

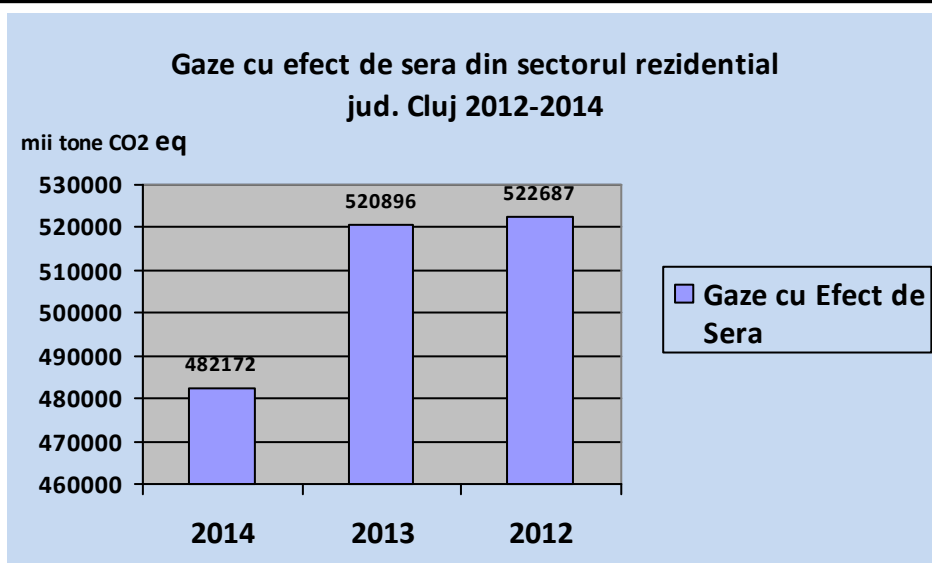
| Termenul de referință | U.M. | 2014    | 2013    | 2012    | 2011    | 2010    |
|-----------------------|------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Gaz metan</b>      | tone | 121.455 | 131.096 | 132.485 | 139.005 | 140.663 |
| <b>Butelii GPL</b>    | tone | 1.039   | 1.238   | 310     | -       | -       |
| <b>Lemne</b>          | tone | 434.255 | 337.990 | 89.276  | -       | -       |



**Figura XI.3.1.1. Consumul de combustibil în sectorul rezidențial din județul Cluj 2010-2014**

**Tabelul XI.3.1.2. Gaze cu efect de seră emise de sectorul rezidențial din jud. Cluj, 2010-2014**

| Termenul de referință | U.M.                        | 2014    | 2013    | 2012    |
|-----------------------|-----------------------------|---------|---------|---------|
| <b>GES</b>            | mii tone CO <sub>2</sub> eq | 482.171 | 520.896 | 522.687 |



**Figura XI.3.1.2. Gaze cu efect de seră emise de sectorul rezidențial din județul Cluj, 2012-2014**

După cum se poate observa, parcurgând datele prezentate anterior, tendințele de consum la materialul combustibil sunt următoarele:

1. **Gaz metan** - se observă o descreștere constantă a consumului;
  - cauze
    - creșterea eficienței energetice a instalațiilor de ardere;
    - trecerea consumatorilor la energia electrică;
    - trecerea consumatorilor la arderea lemnului (cost mai redus)
2. **Lemne** - se observă o creștere constantă a consumului;
  - cauze
    - trecerea consumatorilor la arderea lemnului (cost mai redus).

### **XI.3.2. Consumul de energie pe locuitor**

#### **A. Indicatori specifici RO 27 (CSI 27) – Consumul final de energie pe tip de sector de activitate**

#### **B. Alte date și informații**

Indicatorul evaluează gradul de dependență energetică la nivel de sector și urmărește progresul realizat în reducerea consumului de energie în diferite sectoare de activitate. Indirect, indicatorul arată progresul (sau lipsa progresului) în reducerea efectelor asupra mediului asociate producției de energie datorită economiilor de energie în sectoarele de utilizare finală (transporturi, industrie, servicii, gospodării). De asemenea, acest indicator este util în monitorizarea progreselor înregistrate în punerea în aplicare a politicilor privind eficiența energetică și conservarea energiei.

Consumul final de energie acoperă cantitățile de energie furnizate consumatorului final în cele mai diverse scopuri energetice. Este calculat ca fiind

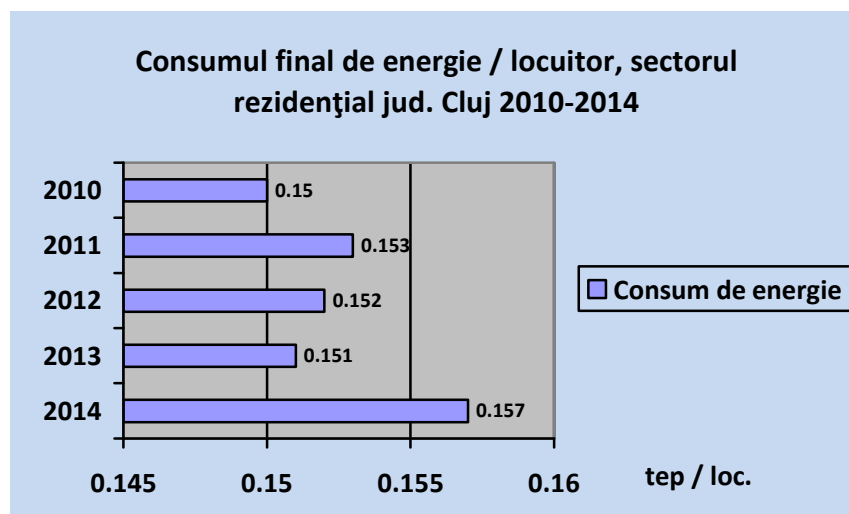


suma consumului final de energie din toate sectoarele de activitate. Acestea sunt structurate astfel încât să cuprindă industria, transporturile, gospodăriile, serviciile și agricultura. Nu sunt cuprinse cantitățile utilizate în scop neenergetic și cele utilizate pentru producerea altor combustibili. De asemenea, nu se includ consumurile în sectorul energetic și pierderile de transport și distribuție.

Indicatorul poate fi prezentat în termeni relativi sau absoluți. Contribuția relativă a unui anumit sector este măsurată prin ponderea dintre consumul final de energie al aceluia sector și consumul final total de energie calculat pentru un an calendaristic. Este un indicator util care evidențiază nevoile sectoriale, în ceea ce privește cererea finală de energie.

**Tabelul XI.2.2.1. Consumul de energie în sectorul rezidențial din jud. Cluj, 2010-2014**

| Termenul de referință                   | U.M.           | 2014    | 2013    | 2012    | 2011    | 2010    |
|---|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Populație</b>                        | locuitori      | 718.633 | 717.182 | 715.827 | 714.520 | 711.825 |
| <b>Energie distribuită în SDEE Cluj</b> | tep            | 113.156 | 108.106 | 108.740 | 109.467 | 106.985 |
| <b>Consum</b>                           | tep / locuitor | 0.157   | 0.151   | 0.152   | 0.153   | 0.150   |



**Figura XI.3.2.1. Consumul final de energie / locuitor, sectorul rezidențial din județul Cluj 2010-2014**

### **XI.3. 3. Utilizarea materialelor**

#### **A. Indicatori specifici - nu este cazul**

#### **B. Alte date și informații specifice**

Datele pentru acest indicator nu sunt disponibile la nivel județean, ele se vor regăsi în Raportul privind starea mediului pentru anul 2014 la nivel național.

### **XI.4. Prognoze, politici și măsuri privind consumul și mediul**

Datele pentru acest indicator nu sunt disponibile la nivel județean, ele se vor regăsi în Raportul privind starea mediului pentru anul 2014 la nivel național.