**Warszawa, 21 marca 2024**

**Firmy w procesie zielonej transformacji – redukcja, unikanie, konkretne cele i długoterminowa strategia**

**Dziś firmy stoją wobec wyzwania dekarbonizacji swojej działalności. Rośnie potrzeba ograniczania oddziaływania na środowisko, ale także zwiększają się wymagania prawne i oczekiwania klientów. Odchodzenie od węgla to także jeden z warunków zachowania konkurencyjności. Swoimi doświadczeniami w tym zakresie dzielili się uczestnicy konferencji Sustain Tomorrow Conference. O potrzebie odpowiednio zdefiniowanej strategii dekarbonizacji oraz precyzyjnie wyznaczonych celów mówił Artur Stawiarski, dyrektor ds. strategii i rozwoju przedsiębiorstwa w E.ON Polska.**

* Firmy muszą opracować strategię dekarbonizacji, aby sprostać wymaganiom prawnym, oczekiwaniom klientów, a także ograniczyć wpływ na środowisko poprzez precyzyjne cele i długoterminową strategię.
* Stosowanie metodologii Science Based Targets initiative (SBTi) umożliwia określenie naukowo uzasadnionych, krótko- i długoterminowych celów redukcji emisji, wspierając transparentność i postępy w dekarbonizacji.
* Wzrastająca świadomość ekologiczna i zainteresowanie nowoczesnymi technologiami, jak fotowoltaika czy eMobility, napędzają inwestycje w efektywność energetyczną i redukcję śladu węglowego.

W lutym 2024 roku Komisja Europejska zarekomendowała ograniczenie emisji gazów cieplarnianych o 90% do 2040 roku. Przy produkcji energii elektrycznej i cieplnej to korzystanie z OZE oraz efektywne wykorzystywanie energii stanowią najprostsze sposoby redukcji emisji CO2. Jednak te działania wymagają opracowania właściwej strategii i zdefiniowania celów.

*- Skuteczne zarządzanie strategią osiągania celów zaczyna się od zebrania dokładnych danych. Aby skutecznie zmniejszyć emisje, najpierw dane ich dotyczące trzeba zrozumieć –* podkreśla Artur Stawiarski, dyrektor ds. strategii i rozwoju przedsiębiorstwa w E.ON Polska*. - Odpowiedzialne firmy muszą upewnić się, że zapewniają rzetelne, szczegółowe i obiektywne raportowanie danych, by przekazywać przejrzyste i zweryfikowane komunikaty.*

Ekspert wskazuje, że najlepszą praktyką jest określanie celów redukcji emisji zgodnie z metodologią inicjatywy SBTi (*Science Based Targets initiative*). Opiera się ona na najnowszych badaniach klimatycznych i celach Porozumienia Paryskiego, a dołączenie do SBTi obejmuje kilkustopniowy proces. Jego etapami są: zobowiązanie, opracowanie strategii dekarbonizacji, weryfikacja, komunikacja oraz ujawnianie informacji o postępie w redukcji emisji.

**Z uwagą na środowisko**

Od pewnego czasu wzrasta świadomość ekologiczna zarówno biznesu, jak i indywidualnych konsumentów. Jednak o ile Polacy słabo lub w ogóle nie orientują się, czym jest ślad węglowy[[1]](#footnote-1), o tyle świadomość przedstawicieli biznesu w tym zakresie bardzo szybko rośnie. Przedsiębiorcy interesują się zakupem prądu wraz z gwarancjami pochodzenia, które potwierdzają, że określona ilość energii została wytworzona z OZE. Jeżeli mają możliwości, to stawiają na własne, „zielone” źródła prądu. Popularne stają się instalacje pomp ciepła oraz magazyny energii, szczególnie w połączeniu z rozwijającą się elektromobilnością. To wszystko zwiększa niezależność energetyczną firm. Dodatkowo często inwestują one również w systemy inteligentnego zarządzania energią i urządzenia oznaczone jako energooszczędne.

*Firmy dostrzegają potrzebę weryfikacji swojego oddziaływania na środowisko w całym łańcuchu wartości –* podkreśla Stawiarski. – *Uważnie analizują swój ślad węglowy we wszystkich trzech zakresach wskazywanych w SBTi. Coraz częściej wymagają tego samego od poddostawców.*

**Sprawdzone metody w drodze do dekarbonizacji**

Grupa E.ON na własnym przykładzie prezentuje korzyści wynikające z przyjęcia założeń SBTi.

*- Zgodnie z metodologią SBTi cele określa się krótko- i długoterminowo, ale są one także relatywnie elastycznie. Firma sama decyduje, w jakich zakresach będzie obniżać swój ślad węglowy –* wyjaśnia zasadność tego podejścia Artur Stawiarski*. - My, jako Grupa, zamierzamy ograniczyć emisje gazów cieplarnianych, na które mamy bezpośredni wpływ czyli z zakresu 1, i osiągnąć neutralność pod względem emisji dwutlenku węgla do 2040 roku. Zmniejszymy emisje z zakresu 1 i 2 – o 75% do 2030 r. i o 100% do 2040 r. (w porównaniu z 2019 r.). Dążymy także do zmniejszenia emisji w zakresie 3 – o 50% do 2030 r. i o 100% do 2050 r. (w porównaniu z 2019 r.).* *Zrównoważony rozwój jest, obok cyfryzacji i wzrostu, jednym ze strategicznych filarów Grupy E.ON. Nasza działalność biznesowa w znacznym stopniu wpływa na osiągnięcie celów Agendy 2030: 7. „Czysta i dostępna energia”, 11. „Zrównoważone miasta i społeczności”, 13. „Działania w dziedzinie klimatu*.”

Artur Stawiarski podkreśla, że cel redukcji emisji pośrednich o połowę w perspektywie najbliższych 6 lat to założenie dla całej Grupy względem 2019 roku. Konsorcjum przyjęło tę datę jako punkt odniesienia. O ile dla Polski jest to bardzo ambitne zadanie, o tyle rynki o większej popularności OZE ustalone 50% mają już przekroczone.

Przedstawiciel firmy energetycznej podkreśla, że istnieje kilka metod realizacji celów. Podstawową zasadą jest zapobiegać powstaniu emisji, czyli korzystać z mniej emisyjnych rozwiązań – np. przesiąść się z samochodu na rower. Następnie należy zadbać o efektywne wykorzystanie energii poprzez zastosowanie nowoczesnych technologii i praktyk. Dodatkowo trzeba zwiększać udział energii pochodzącej z bezemisyjnych źródeł.

*Najczęściej mówi się o redukcji śladu węglowego, ale już o unikaniu znacznie rzadziej –* powiedział podczas panelu poświęconego tej tematyce Artur Stawiarski. *- W spółkach Grupy E.ON mierzymy we współpracy z naszymi klientami tzw. emisje uniknięte. Oznaczają one, że poprzez zastosowanie pro środowiskowych technologii, czy ekologicznych surowców unikamy wprowadzenia do środowiska części szkodliwych zanieczyszczeń. Jednak wynik tego KPI nie przyczynia się do redukcji naszych emisji, zatem ostatecznie nie wpływa na osiągnięcie wyznaczonego celu.*

Firma podejmuje działania zwiększające efektywność energetyczną i udział energii odnawialnej w wykorzystywanym miksie energetycznym. Dodatkowo E.ON określa cele redukcji emisji na poziomie lokalnym dla poszczególnych jednostek biznesowych. Dzięki temu dąży do osiągnięcia celów klimatycznych Grupy. Przeprowadza ona również coroczne kontrole, aby monitorować postępy w realizacji tych celów.

*- Poprzez budowę świadomości, tego, co możemy zrobić, jakie działania podjąć, unikamy negatywnego oddziaływania na środowisko –* dodaje Artur Stawiarski. - *W tym zakresie wykorzystujemy również coraz nowocześniejsze technologie, a oferowane przez nas rozwiązania pozwalają nam i naszym klientom redukować ślad węglowy.*

*\*\*\**

***Dodatkowe informacje dla mediów:***

*Biuro prasowe E.ON:* ***+48 (22) 821 41 51***

*Email:*[***biuro.prasowe@eon.pl***](mailto:biuro.prasowe@eon.pl)

1. [*https://publicystyka.ngo.pl/sondaz-60-polakow-nie-potrafi-zdefiniowac-pojecia-slad-weglowy*](https://publicystyka.ngo.pl/sondaz-60-polakow-nie-potrafi-zdefiniowac-pojecia-slad-weglowy) [↑](#footnote-ref-1)