

Kā 7 soļos noteikt uzņēmuma emisiju neto nulles mērķi

Autori: Sorens Amelangs, Džulians Vetengels, Clean Energy Wire

Arvien vairāk uzņēmumu sacenšas, lai pārspētu cits citu ar videi draudzīgiem solījumiem panākt nulles emisiju līmeni. Bet kas slēpjas aiz šiem centieniem mazināt to pienesumu klimata pārmaiņām? Gan žurnālisti, gan patērētāji bieži vien nespēj atšķirt ambīcijas no "zaļās naudas mazgāšanas". Novērtēt neto nulles mērķus ir sarežģīts uzdevums, kurā ir daudz kļūdu. Pamatojoties uz slavenā NewClimate Institute metodoloģiju, Clean Energy Wire ir sagatavojis pakāpenisku ceļvedi, lai izprastu uzņēmumu klimata prasību būtību.

Neto nulles mērķu izvirzīšana uzņēmumu pasaulē izplatās kā ugunsgrēks. Saskaroties ar pieaugošo spiedienu rīkoties klimata jomā, viens uzņēmums pēc otra paziņo par plāniem likvidēt oglekļa dioksīda emisijas ietekmi. Galvenais jautājums ir šāds: Vai šie korporatīvie "neto nulles" solījumi pierāda, ka uzņēmumi beidzot ir pamodušies un apzinājušies savu neatliekamo pienākumu palīdzēt apturēt globālās temperatūras paaugstināšanos?

Rūpīgāk pārbaudot, neskaitāmi ambiciozi skanošie solījumi ir tukši. Daudzas apņemšanās ir tikai neskaidras deklarācijas par nodomu. Citas slēpj milzīgus uzņēmumu CO2 piesārņojuma apjomus vai balstās uz apšaubāmiem solījumiem kompensēt nepārtrauktas emisijas, bet necenšas samazināt fosilā kurināmā izmantošanu.

Tāpēc ir plaši izplatījušās bažas par nepamatotiem apgalvojumiem par nulles neto emisiju. "Mums jābūt nulles tolerancei pret neto nulles "zaļo" emisiju mazgāšanu," teica ANO ģenerālsekretārs Antonio Guterrešs Klimata konferencē (COP27) Šarmelšeihā, prezentējot ekspertu ziņojumu par neto nulles mērķiem.

Taču nezinātājam ir grūti atšķirt tā saucamo "zaļmazgāšanu" no nopietnām saistībām, jo uzņēmumu apņemšanos klimata jomā rūpīga pārbaude ir sarežģīta. Piemēram, reklāmā izskanējušie "neto nulles" mērķi ir bezjēdzīgi, ja tie attiecas tikai uz nelielu daļu no uzņēmuma

kopējām emisijām vai ja tie nav pamatoti ar nopietnu stratēģiju siltumnīcefekta gāzu emisiju samazināšanai.

Neto nulles mērķi veicina cīņu pret klimata pārmaiņām tikai tad, ja tie atbilst virknei nosacījumu, un tikai pilnīgs novērtējums atklās, vai tie atbilst šiem nosacījumiem. Turklāt ir svarīgi paturēt prātā, ka uzņēmums var būt ambiciozs attiecībā uz klimata pārmaiņām, nemaz neizvirzot neto nulles mērķi. Pārliecinošs plāns par emisiju būtisku samazināšanu tuvākajā laikā ir daudz slavējamāks nekā attāls nulles neto mērķis, kuram trūkst ticamas stratēģijas, kā to sasniegt.

Lai pēc iespējas atvieglotu neto nulles mērķu noteikšanu, Clean Energy Wire ir izveidojis septiņu galveno kritēriju sarakstu, kas balstīts uz metodi, kuru izmanto NewClimate Institute savā korporatīvās klimata atbildības monitoringā un citās publikācijās. Tikai tad, ja atbilde uz visiem septiņiem turpmāk minētajiem jautājumiem ir "jā", neto nulles mērķi var saukt par patiesi stabili:

Vai uzņēmums publicē pilnīgus datus par emisijām?

Vai uzņēmuma neto nulles mērķis aptver visas tā emisijas?

Vai uzņēmumam ir konkrēti plāni, kā ātri samazināt savas emisijas, nepaļaujoties uz oglekļa emisiju kompensācijām?

Vai uzņēmumam ir noteikti starpposmu mērķi, kas apliecina, ka tas plāno rīkoties ātri?

Vai uzņēmuma neto nulles mērķis atbilst Parīzes Klimata nolīgumam?

Vai uzņēmumam ir plāns, kā atteikties no naftas, akmeņogļu un fosilās gāzes?

Vai uzņēmums savā energoresursu iepirkumā veicina atjaunojamus energoresursus?

Šie jautājumi aptver trīs vispārīgas tēmas, kas ir jāaplūko, pirms var pieņemt spriedumu par neto nulles apņemšanos: Emisiju atklāšana un segums (1.-2. jautājums); emisiju samazināšana un starpposma mērķi (3.-5. jautājums); un pasākumi mērķu sasniegšanai (6.-7. jautājums).

Visos septiņos kritērijos ir iekļauti padomi, ieteikumi un piemēri no NewClimate Institute korporatīvās klimata atbildības monitora vai citām publikācijām.

1. Vai uzņēmums publicē visaptverošus datus par emisijām?

Uzņēmumiem katru gadu būtu jāsniedz pilnīgi un pārredzami dati par visām siltumnīcefekta gāzu emisijām, tostarp par emisijām, kas rodas no to vērtību ķēdēm un produktu vai pakalpojumu izmantošanas.

Pirms uzņēmums var noteikt ticamu neto nulles mērķi, tam ir jābūt detalizētam pārskatam par visām emisijām, ko tas rada. Tas ietver ne tikai tiešo siltumnīcefekta gāzu emisiju uzskaiti, bet arī to emisiju uzskaiti, ko uzņēmums rada netieši, piemēram, izmantojot elektroenerģiju, izejvielas, transportu, kā arī lietojot un likvidējot savus produktus un pakalpojumus.

Šo dažādo emisiju veidu aprakstīšanai parasti izmanto "1., 2. un 3. darbības jomas" emisiju kategorijas. Pirmās kategorijas emisijas ir tiešās siltumnīcefekta gāzu emisijas no avotiem, kas ir uzņēmuma īpašumā vai kontrolē. Darbības joma Nr. 2 attiecas uz netiešajām emisijām, kas rodas, izmantojot elektroenerģiju, apkuri un dzesēšanu uzņēmuma darbībā. Trešā apjoma emisijas rodas uzņēmuma darbības rezultātā, bet uzņēmums tās tieši nekontrolē. Tās rodas uzņēmuma vērtību ķēdē, piemēram, izejvielu ieguves, iepakojuma ražošanas, produktu transportēšanas laikā, kā arī lietojot uzņēmuma produktus vai pakalpojumus vai ieguldījumu portfeļus. Visgrūtāk ir izsekot 3. darbības jomas emisijas, taču tās bieži vien ir lielākas par uzņēmuma tiešajām emisijām. Volkswagen gadījumā 3. tvēruma emisijas veido 98% no grupas kopējām emisijām - galvenokārt, izmantojot uzņēmuma automašīnas.

2. Vai uzņēmuma neto nulles mērķis attiecas uz visām uzņēmuma emisijām?

Uzņēmumiem skaidri jānorāda, ka to neto nulles mērķis aptver visas to emisijas, tostarp visas vērtību ķēdes un produktu un pakalpojumu galapatēriņu.

Neto nulles mērķis ir nozīmīgs tikai tad, ja tas aptver visas uzņēmuma emisijas. Daudzi uzņēmumi savā neto nulles mērķrādītājā neiekļauj 3. emisiju jomu, lai gan tās bieži vien veido lielāko daļu no to ietekmes uz klimatu. Piemēram, fosilā kurināmā ražotājs var teikt, ka tā mērķis ir sasniegt nulles neto emisijas naftas, gāzes un ogļu ražošanā un piegādē. Tas neietver emisijas, kas ir ievērojami lielākas, jo tā produkti tiek sadedzināti automašīnās, rūpnīcās un elektrostacijās visā pasaulē. Arī ANO ekspertu grupas neto nulles emisiju saistību jautājumos viedoklis šajā jautājumā ir ļoti nepārprotams. Tajā teikts, ka neto nulles mērķim ir jāietver galapatēriņš, aptverot "visas apjoma emisijas un visas darbības vērtību ķēdē visās jurisdikcijās [...] Ja trūkst datu par 3. apjoma emisijām, uzņēmumiem ir jāpaskaidro, kā tie strādā, lai iegūtu datus, vai kādas aplēses tie izmanto". Daži produkti pēc būtības nav savienojami ar neto nulles mērķiem.

3. Vai uzņēmumam ir konkrēti plāni, kā ātri samazināt savas emisijas, nepaļaujoties uz kompensāciju?

Uzņēmumiem līdztekus neto nulles mērķim ir jābūt konkrētam siltumnīcefekta gāzu emisiju samazināšanas mērķim, kas nav balstīts uz CO2 piesaistīšanu vai kompensēšanu.

Nosakot neto nulles mērķi, uzņēmumam ir jārīkojas attiecībā uz savām emisijām, nevis jāatstāj šī smagā darba veikšana citiem, izmantojot kompensācijas shēmas. Parīzes nolīguma mērķu sasniegšana - piemēram, mērķis ierobežot globālās temperatūras paaugstināšanos līdz 1,5°C - nozīmē, ka kopējās CO2 emisijas līdz 2050. gadam ir jāsamazina par vairāk nekā 90 % (salīdzinājumā ar 2010. gada līmeni), norāda IPCC.

Uzņēmumiem ir jādod savs ieguldījums un strauji jāsamazina savas emisijas, nepaļaujoties uz oglekļa emisiju kompensācijām. Vairākas institūcijas, piemēram, Science Based Targets initiative (SBTI) un NewClimate Institute apgalvo, ka uzņēmumiem līdz mērķa gadam ir

jāsamazina savas emisijas vismaz par 90 procentiem salīdzinājumā ar 2019. gada līmeni, lai attaisnotu neto nulles marķējuma izmantošanu.

ANO ekspertu grupa arī brīdina, ka pārāk daudz uzņēmumu "pašlaik iesaistās brīvprātīgajā [oglekļa kompensāciju] tirgū, kur zemas cenas un skaidru pamatnostādņu trūkums draud aizkavēt steidzami nepieciešamo emisiju samazināšanu tuvākajā laikā". Lai izvairītos no nepatīkšanām, kas saistītas ar daudzām oglekļa kompensācijām, uzņēmumi var finansēt klimata pasākumus citur uz planētas, bet neprasot, ka tie neitralizē to radītās emisijas (tā dēvētais klimata ieguldījums).

Ja uzņēmuma apņemšanās ir atkarīga no tā, ka uzņēmums emitē un pēc tam no atmosfēras aizvada CO₂, tad šai aizvadītajai emisijai jābūt pastāvīgai. Ja uzņēmums paļaujas uz bioloģisku oglekļa uzkrāšanu, piemēram, stādot kokus, lai sasniegtu savu neto nulles mērķi, tas rada risku, ka mežu ugunsgrēki, zemes izmantošanas pārkāpumi un citi procesi var izraisīt atkārtotu CO₂ emisiju - tādējādi šo absorbciju nevar uzskatīt par pastāvīgu.

4. Vai uzņēmumam ir noteikti starpposma mērķi, kas liecina par tā nodomu rīkoties operatīvi?

Uzņēmumiem ir skaidri jānorāda, ka to apņemšanās panākt neto nulles emisiju nav tikai ilgtermiņa vīzija, bet ka tie sāk rīkoties jau tagad. Starpposma mērķi, kas paredz tūlītēju rīcību, lai strauji samazinātu emisijas īstermiņā un vidējā termiņā saskaņā ar Parīzes Klimata nolīgumu, ir nepieciešami, lai to apņemšanās būtu ticamas.

Uzņēmumi nedrīkst atlikt emisiju samazināšanas sākšanu uz tālāku nākotni, lai sasniegtu neto nulles mērķi. Ja tie nesāk ar vērienīgiem un ātriem centieniem samazināt savu ietekmi uz klimatu, tie ir atbildīgi par lielākām kumulatīvajām emisijām ilgtermiņā, kā arī palielina nenoteiktību saistībā ar to rīcību klimata jomā. "Neto nulles emisiju samazināšanas saistībām ir jāietver pakāpeniski mērķi ik pēc pieciem gadiem," norāda ANO ekspertu grupa, piebilstot, ka uzņēmumam ar neto nulles mērķi "ir jāsāk ātri un nav jāatliek darbības uz pēdējo brīdi". Starpposma mērķiem būtu jāattiecas tikai uz paša uzņēmuma emisiju

samazināšanu, nepaļaujoties uz kompensācijām. ANO grupa uzsvēra, ka oglekļa kredītus "nevar ieskaitīt [starpposma emisiju samazinājumos], kas nepieciešami, lai sasniegtu neto nulles emisiju samazinājumu".

5. Vai uzņēmumam ir izvirzīts neto nulles mērķis saskaņā ar Parīzes Klimata vienošanos?

Uzņēmumiem pārredzamā un pārbaudāmā veidā jāparāda, vai un kāpēc to neto nulles mērķis un visi starpposma mērķi ir saderīgi ar Parīzes Klimata vienošanos. Tas nozīmē, ka mērķim ir jābūt saskaņā ar 1,5°C emisiju apjomu konkrētajās nozarēs, kurās uzņēmumi darbojas.

Precīzi definēts neto nulles mērķis nav automātiski jāsaskaņo ar 1,5°C emisiju ceļvežiem konkrētajā nozarē. Piemēram: Eiropas autoražotājam 2050. gadam izvirzītais nulles neto emisiju mērķis nav saderīgs ar Parīzes nolīgumu, jo šī nozare ir jādekarbonizē daudz ātrāk, lai tā atbilstu 1,5°C mērķim. Lai gan šo punktu var būt grūti un laikietilpīgi izpētīt - dažādu standartu un novērtējumu dēļ -, tas ir būtisks solis uzņēmuma klimata mērķu novērtēšanā. ANO augsta līmeņa darba grupā ir teikts, ka uzņēmuma "neto nulles" saistībām ir jāatspoguļo tā "taisnīga ieguldījuma daļa nepieciešamajā globālajā klimata pārmaiņu mazināšanā", un tām ir arī jāsaskan ar valstu mērķiem vai jāpārsniedz tos.

6. Vai uzņēmumam ir plāns, kā pārtraukt naftas, ogļu un gāzes izmantošanu?

Uzņēmumiem ir jābūt plānam, kā pakāpeniski atteikties no fosilā kurināmā un produktiem, kas rada lielas emisijas.

Lai sasniegtu neto nulles mērķi, uzņēmumiem ir steidzami jāpārtrauc naftas, ogļu un gāzes, kā arī emisiju ziņā ietilpīgu produktu izmantošana. Daudzi uzņēmumi uzsver, ka tie daudz iegulda tīrajās tehnoloģijās. Tomēr šos ieguldījumus var uzskatīt par nozīmīgiem emisiju samazināšanas pasākumiem tikai tad, ja vienlaikus tiek pakāpeniski

likvidēti galvenie emisiju avoti. Piemēram, lielākie naftas un gāzes uzņēmumi var reklamēt, ka tie būvē vēja un saules enerģijas parkus, vienlaikus turpinot savu darbību ar fosilo kurināmo. Tāpat arī vienkārša fosilo enerģijas avotu, kas rada lielas emisijas, pārdošana apakšuzņēmējiem nepalīdz klimata pārmaiņām. ANO ekspertu grupa arī brīdina, ka neto nulles plānos nedrīkst atbalstīt jaunas investīcijas fosilajā kurināmajā, bet gan "likvidēt un atcelt esošos aktīvus".

7. Vai uzņēmums veicina atjaunojamo enerģijas avotu izmantošanu enerģijas iepirkumos?

Uzņēmumiem būtu jāizmanto enerģijas iepirkumi, lai veicinātu atjaunojamo energoresursu ieviešanu, un tas jādara pārredzami.

Emisijām ir ļoti svarīgi, kur un kā uzņēmums iegūst enerģiju.

Uzņēmumiem ne tikai jānodrošina, ka tie izmanto pēc iespējas lielāku atjaunojamo energoresursu īpatsvaru, bet arī maksimāli jāpalielina to ietekme uz klimatu, to īstenojot. Vienkārši atjaunojamās enerģijas iepirkšana vairumtirdzniecības tirgū ne vienmēr samazina kopējo emisiju apjomu, jo tas tieši neietekmē valsts kopējo energoavotu struktūru - tas vienkārši nozīmē, ka citiem lietotājiem paliek mazāk zaļās enerģijas.

Vislabāk, ja uzņēmums ievieš savu atjaunojamo energoresursu elektroenerģijas ražošanu - tā ir vislabākā garantija emisiju samazināšanai. Otrajā labākajā gadījumā tā iepirkums stimulē jaunu un papildu atjaunojamo energoresursu jaudu uzstādīšanu - projektus, kas netiktu īstenoti bez uzņēmuma finansiālā atbalsta.