Ce fac și ce nu fac companiile pentru eficientizarea energetică

Eficiența energetică se referă la modalităţile prin care putem obţine acelaşi beneficiu (lumină, încălzire, mişcare, etc.) folosind mai puţină energie. Despre eficienţa energetică se vorbește de foarte mult timp. Motivul este unul simplu, economisirea energiei și utilităților înseamnă şi economisirea banilor.

Mai mult, criteriile de cumpărare ale clienților orientate spre produse și servicii cu impact minim asupra mediului, dar și interesul din ce în ce mai mare pentru raportarea rezultatelor non-financiare fac din eficientizarea energetică un subiect care merită toată atenția.

În cele ce urmează, bazat pe experiența echipei pe care o conduc, voi puncta cele mai importante dintre acțiunile pe care companiile le fac deja, nu le fac deloc (în general) sau ar trebui să le facă pentru a obține eficiența energetică.

Ce fac companiile pentru a crește eficiența energetică, de obicei

1. Adoptă măsuri tip copy/paste fără a face o analiză a impactului real al acestora asupra specificului companiei lor
2. Implementează măsuri de tip înlocuirea iluminatului cu iluminat LED fără a face o analiză a timpului de amortizare a soluției și aleg cea mai ieftină soluție LED care poate conduce la ineficiență a investiției, a calității iluminatului și o rată mare de defecțiuni
3. Angajează un auditor energetic/manager energetic doar punctual pentru a se conforma cerințelor impuse de către lege, fără a solicita un plan realist de măsuri de

eficientizare energetică
4. Realizează doar măsuri punctuale pe analiză energetică fără a avea o imagine de ansamblu (de exemplu fac analize termografice doar ale unor părți din clădire, contorizează parțial doar unii dintre consumatori, implementează măsuri tip start/stop doar pentru unele echipamente, etc.)
5. Sunt tentate să adopte măsuri costisitoare, de tip automatizări BMS , fără să fii epuizat măsurile de tip fără cost sau cost redus și efect imediat
6. Implementează doar măsuri locale de reducerea consumului fără a contoriza și evalua impactul asupra economiei totale de energie din companie (robineți termostatați, filtre, izolații conducte, relee programabile, etc.)

În cazul fericit în care unele soluții de eficientizare energetică sunt implementate și măsurate, acestea nu sunt comunicate în cadrul companiei și nici către clienți.

Ce nu fac companiile, de regulă (însă există și excepții)

1. Nu consideră eficientizarea energetică o prioritate, neavând o imagine de ansamblu asupra potențialului de reducere a costurilor operaționale
2. Nu contorizează echipamentele principale din clădire, depozit, fabrică și nu adaptează consumul la gradul de ocupare al spațiului, orarul de funcționare sau fluxul de producție
3. Nu iau în calcul monitorizarea zilnică a consumului de utilități și analizarea depășirilor mediilor de consum
4. Nu iau în calcul măsurile de tip No Cost/Low Cost și sunt blocate în paradigma obținerii surselor de finanțare
5. Nu au un plan de eficientizare energetică cu măsurători înainte de implementare, monitorizarea în timpul implementării și rezultate măsurate la final
6. Nu fac campanii de educare/motivare/ conștientizare a personalului din cadrul companiei referitor la adoptarea

unei atitudini proactive de reducere a risipei de energie
7. Nu iau în calcul la achiziția/înlocuirea echipamentelor, performanța energetică ca unul dintre criteriile de selecție

Ce ar trebui să facă companiile pentru a obține eficiența energetică

1. Să desemneze o persoană responsabilă cu managementul energetic al companiei (poate avea un cumul de funcții, de exemplu cu rolul de director tehnic sau director administrativ)
2. Să analizeze intern sau cu ajutorul unui consultant contextul specific al companiei în vederea găsirii celor mai potrivite abordări pentru eficientizarea energetică
3. Să realizeze măsurători ale consumului pe grupele principale de consumatori din cadrul companiei/proprietății și să monitorizeze comportamentul de consum al companiei
4. Să elaboreze un plan de măsuri care să cuprindă analiza tehnico-economică a oportunității de implementare și a timpului de amortizare
5. Să identifice parteneri dispuși să finanțeze soluțiile cu plata din saving-ul de energie
6. Să implementeze și să monitorizeze efectul măsurilor pe durată medie-lungă
7. Să intervină atunci când apar depășiri de consum sau anomalii și să corecteze cauzele înainte de-a înregistra pierderi energetice mai mari
8. Să comunice rezultatele generate de planul de eficientizare energetică a companiei în interiorul acesteia către angajați și în exterior către clienți, ca strategie green de companie.

Autor: Lucian Anghel, Fondator și CEO, EnergyPal România