**Załącznik nr 1 do OPZ**

**Tematyka kampanii**

Ze względu na obszerność tematyki, kampania zostanie podzielona na cztery komplementarne działania promocyjne:

1. **Kampania perswazyjna (ogólnopolska)**

Transformacja energetyczna to rewolucyjna zmiana systemu, która ma doprowadzić do zbudowania zupełnie nowego, zeroemisyjnego systemu energetycznego w sposób odpowiedzialny, sprawiedliwy z dbałością o zwykłego obywatela. Celem kampanii jest zwiększenie społecznej akceptacji dla planowanych zmian, związanych z nią kosztów społecznych i ekonomicznych. Kampania perswazyjna, w oparciu o PEP2040, merytorycznie uzasadni zmiany i wskaże potrzeby rozwojowe energetyki i całej gospodarki.

Kampania powinna podkreślić konieczność przeprowadzenia zmian, a także racjonalność, odpowiedzialność i potencjał rozwojowy obranego w PEP2040 kierunku transformacji energetyki, w oparciu o poniższe tezy:

* Zmiany zostaną przeprowadzone **w sposób bezpieczny, przemyślany, sprawiedliwy i stopniowy** rozłożony na dwie dekady, z uwzględnieniem optymalnego wykorzystania własnych zasobów węgla do 2040 r.
* Transformacja ma **charakter partycypacyjny**, ukierunkowany na rozwój energetyki rozproszonej, umożliwiając osiągniecie **samowystarczalności energetycznej prosumentów i społeczności energetycznych**.
* Transformacja spowoduje zmniejszenie presji energetyki na środowisko, **poprawiając jakość powietrza i środowiska (w tym ograniczając presję na zasoby wodne) oraz podnosząc standard życia** Polaków.
* Transformacja to **szansa skoku rozwojowego**, inwestycje w zielone technologie, to impuls dla rozwoju nowych sektorów gospodarki, zaangażowania w innowacyjne projekty, tworzenia nowych, trwałych i wysokopłatnych miejsc pracy, a także zwiększenie potencjału produkcyjnego, efektywności i konkurencyjności gospodarki.

Kampania powinna **podkreślić efekt skoku rozwojowego**, wizualizując przejście z aktualnej rzeczywistości paliw kopalnych (nie stygmatyzując węgla, który do 2040 nadal będzie miał istotną rolę w miksie energetycznym), w kierunku **czystej, energooszczędnej, zrównoważonej, innowacyjnej i silnej gospodarki**. Dzięki dodatkowym mechanizmom wsparcia ze strony UE, jak Instrument na Rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności, to właśnie inwestycje w sektorze energetycznym, będą bodźcem oraz szansą na **pobudzenie i odbudowę potencjału rozwojowego gospodarki po pandemii**. Efekt powinien prezentować inwestycje w (pokazać kierunki rozwoju, nie zaś konkretne wielkości mocy zainstalowanych):

* morskie farmy wiatrowe (nowy sektor gospodarki, rozwój krajowego przemysłu, wyspecjalizowanych kompetencji kadrowych i tworzenie nowych, wysokopłatnych miejsc pracy),
* energetykę jądrową (nowy sektor gospodarki wpływający na powstanie nowych i trwałych miejsc pracy; nacisk w komunikacji położony na zgodność PEP2040 z PPEJ oraz wybór bezpiecznych, sprawdzonych technologii energetyczny, które spełniają wszystkie światowe wymagania dot. bezpieczeństwa pracy oraz zabezpieczeń na wypadek sytuacji awaryjnych, w tym dot. cyberbezpieczeństwa, anomalii pogodowych itp.),
* fotowoltaikę (inwestycje mało i wielkoskalowe, polskie success story pokazujące rozwój krajowej branży produkcyjnej PV oraz rozwój branży instalacyjnej - wzrost liczby miejsc pracy i rekwalifikacja osób, które zaczęły rozwijać zieloną branżę, położyć akcent na wysoki wzrost mocy PV na tle innych krajów UE),
* rozwój ciepłownictwa systemowego i niskoemisyjne źródła ciepła (pompy ciepła, ogrzewanie elektryczne), podkreślając cel PEP2040 tj. odejście od spalania węgla w gospodarstwach domowych w miastach w 2030 r. i na obszarach wiejskich w 2040 r.,
* zwiększenie efektywności energetycznej budynków (termomodernizacja; smart, pasywne lub plus energetyczne budynki, zarządzanie energią – inteligentne liczniki),
* rozwój transportu niskoemisyjnego, w szczególności dążenie do zeroemisyjnej komunikacji publicznej do 2030 r. w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców (redukcja emisji GHG i zanieczyszczeń, promocja przejścia z transportu indywidualnego na zbiorowy),
* rozwój sieci przesyłowych, magazynowania energii, inteligentnego opomiarowania (rewolucja cyfrowa energetyki),
* rozwój technologii wodorowych (centra badawcze, systemy magazynowania energii, nowy sektor przemysłu),
* rozwój energetyki rozproszonej (OZE pokazane w kontekście smart city / smart home).

Kampania w oparciu o I filar PEP2040, tj. sprawiedliwą transformację, powinna również **podkreślać ważną rolę regionów górniczych w budowie nowoczesnej gospodarki**. Pokazanie jasnej, zaplanowanej wizji rozwoju tych regionów oraz wielkości wsparcia finansowego planowanych inwestycji, pozwoli na zwiększenie akceptacji społecznej do zamykania nierentownych kopalń węgla energetycznego. Szczegółowy plan rozwoju tych regionów, zostanie niedługo przedstawiony w ramach Krajowego Planu Sprawiedliwej Transformacji oraz w opracowywanych przez władze regionalne Terytorialnych Planach Sprawiedliwej Transformacji. Regiony węglowe będą mogły skorzystać ze wsparcia w ramach różnych funduszy unijnych – w pierwszej kolejności z FST, ale również z Krajowego Planu Odbudowy czy środków Polityki Spójności.

Dodatkowo kampania powinna **pokazać proces transformacji energetycznej w Polsce na tle innych krajów UE** jako wspólną, solidarną i odpowiedzialną drogę ku zielonej, czystej, stabilnej, nowoczesnej Europie. Kampania powinna podkreślać obszary, w których Polska wyróżnia się na tle krajów europejskich np. rozwój rynku PV, projekty morskiej energetyki wiatrowej, produkcja wodoru, produkcja autobusów elektrycznych, przemysł baterii litowo-jonowych, itp.

1. **Kampania bazująca na zaangażowaniu (ogólnopolska)**

Aktywny udział odbiorców w transformacji sektora energetycznego jest kluczowy dla jej powodzenia. PEP2040 przewiduje **do 2030 r. istotny wzrost liczby prosumentów (1 mln w 2030 r.) i zwiększenie do 300 liczby obszarów zrównoważonych energetycznie na poziomie lokalnym**. Przygotowana kampania społeczna powinna **wpłynąć na pozytywne i proaktywne nastawienie w kierunku lokalnych inwestycji w zielone technologie oraz budować świadomość odpowiedzialnego wykorzystania energii i ciepła**. Jednocześnie kampania powinna stawiać nacisk na to, iż **optymalnym modelem jest wykorzystanie energii w miejscu jej wytworzenia, korzystna jest budowa źródeł PV z magazynem energii oraz niezbędne jest racjonalne i efektywne planowanie wielkości mocy zainstalowanych** (celem redukcji zjawiska przewymiarowywania instalacji, co negatywnie wpływa na stabilność systemu elektroenergetycznego).

Kampania powinna odnosić się do motywów zainteresowania Polaków inwestycjami w OZE. Zgodnie z badaniami opinii publicznej, są to przede wszystkim: chęć zmniejszenia rachunków za energię i ciepło oraz możliwość korzystania z czystszego powietrza (brak smogu). Wśród innych powodów wymieniano aktualną możliwość skorzystania z dotacji, promocję innowacji czy też prestiż i poprawę wizerunku dzięki zbudowaniu takiej instalacji. W tym kontekście, kampania powinna wskazać, iż zgodnie z celem PEP2040 **planowane jest odejście od spalania węgla w gospodarstwach domowych w miastach w 2030 r. i na obszarach wiejskich w 2040 r.** Warto zatem wcześniej przygotować się na tę okoliczność i już dziś wykorzystując dostępne dotacje, wymienić kotły węglowe na zielone źródła ciepła.

Celem kampanii powinno być również **podniesienie ogólnej wiedzy o racjonalnym zużyciu energii.** Konieczne jest pobudzenie świadomości społeczeństwa o potencjale oszczędności energii w domach i miejscach pracy, przede wszystkim w zakresie **racjonalnej gospodarki cieplnej, efektywnego spalania paliw**, a także wykorzystania energooszczędnego oświetlenia oraz sprzętu RTV/AGD, sposobów i skutków termomodernizacji, zalet audytów, doradztwa energetycznego. W tym kontekście należy również szerzej poruszyć tematykę nowych etykiet energetycznych. **Całość przekazu powinna wzmacniać potrzebę poprawy efektywności energetycznej u odbiorcy końcowego**.

1. **Kampania skierowana do przedstawicieli samorządu terytorialnego**

W ostatnich latach obserwujemy malejącą ilość gmin, które posiadają dokumenty planowania energetycznego. Odsetek gmin posiadających dokument planowania energetycznego jest jednym z wskaźników właściwej realizacji PEP2040. Jednocześnie istnieje silna potrzeba podniesienia wiedzy urzędników gminnych odnośnie potrzeby i sposobu przygotowania takich dokumentów.

Kampania informacyjna skierowana do przedstawicieli samorządów powinna uwzględnić **promocję celów i założeń PEP2040, jako nowego kompasu w planowaniu energetycznym gmin.** Samorząd lokalny odgrywa bardzo ważną rolę w transformacji klimatyczno-energetycznej, ponieważ dysponuje narzędziami umożliwiającymi kształtowanie lokalnych uwarunkowań, m.in w zakresie sposobu zaopatrzenia w energię elektryczną i ciepło, walki z niską jakością powietrza, kształtowania stanu środowiska, lokalnej gospodarki i rynku pracy, a także motywowania mieszkańców i lokalnych interesariuszy do bardziej proefektywnościowych i proekologicznych wyborów. **Do tej grupy celowej powinna być kierowana komunikacja budująca proinwestycyjny klimat dla projektów z zakresu OZE, poprawy efektywności energetycznej i jakości powietrza oraz rozwoju ciepłownictwa systemowego**.

Aktywność samorządów, zarówno w zakresie racjonalnego planowania, ale i promowania oraz współfinansowania przedsięwzięć jest kluczowa dla efektywnego wykorzystania środków unijnych przeznaczonych na realizację zielonych inwestycji. Poprzez promocję korzyści, które osiągnęły inne gminy realizujące niskoemisyjne projekty, kampania powinna **inspirować i pobudzać potencjał inwestycyjny gmin w kierunku budowy zeroemisyjnego systemu energetycznego i większego zaangażowania w planowanie energetyczne na poziomie gminnym**.

1. **Kampania skierowana do przedsiębiorców z branży energetycznej**

24 listopada 2020 r. Rada Ministrów przyjęła projekt ustawy o zmianie ustawy – Prawo energetyczne oraz niektórych innych ustaw (UC17). W związku z powyższym, kampania skierowana do przedsiębiorstw energetycznych i operatorów systemów dystrybucyjnych powinna mieć charakter edukacyjno-informacyjny i edukować o korzyściach płynących z instalacji inteligentnych liczników.

Kampania informacyjna skierowana do przedsiębiorców z branży energetycznej powinna skupiać się na poszerzaniu wiedzy oraz świadomości nt. inteligentnego opomiarowania. Realizacja celu przyczyni się do wzrostu świadomości w zakresie podejmowanych i planowanych działań związanych z rozwojem inteligentnych sieci i ich funkcjonalności w systemie elektroenergetycznym oraz pozwoli na dostarczenie niezbędnej wiedzy przedsiębiorcom energetycznym.

Opracowanie odpowiednich materiałów będzie stanowić bazę wiedzy, która przyczyni się do rozwoju technologicznego i modernizacji systemu pomiarowego wynikającego z wdrażania inteligentnych funkcjonalności sieci elektroenergetycznych. Kampania powinna informować o podejmowanych i planowanych działań związanych z rozwojem wykorzystania tego rodzaju rozwiązań.