

Panasonic impulsa la consecución de los objetivos climáticos europeos mediante su Plan GREEN IMPACT

1 de septiembre de 2023 – Panasonic reafirma su voluntad de ser una fuerza impulsora en la descarbonización global. A través de su Plan GREEN IMPACT, Panasonic ha hecho de la sostenibilidad el propósito de su negocio y, desde entonces, ha estado trabajando para reducir sus propias emisiones de CO₂ en diversos sectores de la sociedad, desde las fábricas hasta los hogares.



Así, para 2030, todo el Grupo Panasonic tiene previsto reducir sus emisiones de CO₂ de alcance 1 y 2 a cero. Esto no sólo incluye los aproximadamente 250 centros de producción y fábricas de Panasonic, sino también todas las oficinas y la energía utilizada en estas instalaciones.

Asimismo, para 2050, la compañía tiene como objetivo descarbonizar toda su cadena de valor incluyendo la reducción de sus emisiones de CO₂ de alcance 3 y evitar más de 300 millones de toneladas de emisiones de CO₂, lo que supone alrededor del 1% del total actual de emisiones globales de CO₂.

Para lograrlo, Panasonic seguirá optimizando sus actuales tecnologías y áreas de negocio y desarrollará nuevas innovaciones para evitar las emisiones de CO₂ en la sociedad. En este sentido, Panasonic ha anunciado una fuerte inversión para la

producción europea de bombas de calor y la elaboración de proyectos de pilas de combustible de hidrógeno a gran escala, con el objetivo de demostrar su firme compromiso con la transición hacia la energía verde y los sistemas de calefacción ecológicos en Europa.

"El año pasado, en IFA, nos comprometimos a acelerar nuestro compromiso por la neutralidad de carbono y la economía circular en Europa. Nuestro objetivo es equilibrar el bienestar individual con la sostenibilidad global, y hemos estado trabajando duro para consolidar esta visión", explica Masahiro Shinada, CEO de Panasonic Corporation.

31 fábricas y centros ya son "fábricas con cero emisiones de CO₂"

Una de las medidas más importantes para alcanzar los objetivos medioambientales de todo el Grupo es la reducción de las emisiones de CO₂ en las cerca de 250 fábricas que Panasonic gestiona en todo el mundo. En 2021, Panasonic solo contaba con siete de estas fábricas a nivel global; pero para el 2025 pretende disponer de 37. Aun así, Panasonic espera alcanzar este objetivo antes de lo previsto gracias al enorme compromiso de todos los profesionales implicados, ya que en marzo de 2023 existían 28 fábricas de cero emisiones de CO₂, y mientras se celebra la IFA en septiembre de 2023, ya se habrán añadido tres centros más, llegando a los 31.

Bombas de calor fabricadas en Europa

Para cumplir los objetivos del Acuerdo de París sobre el Clima, la UE anunció en 2019 que se convertiría en el primer continente climáticamente neutro para 2050. Un componente importante del Pacto Verde Europeo es el abandono gradual de los combustibles fósiles para calefacción en el sector de la construcción y el uso de alternativas eficaces como las bombas de calor.

"Mientras que el mercado europeo de bombas de calor se duplicó hasta alcanzar los 3 millones de unidades vendidas al año entre 2019 y 2022, las ventas de bombas de calor de Panasonic se multiplicaron por cuatro durante el mismo período. Y esperamos que la demanda se multiplique por diez para 2030", afirma Enrique Vilamitjana Director General de Panasonic Heating Ventilation Air-Conditioning Europe.

En consecuencia, Panasonic anunció este verano que ampliaría masivamente sus instalaciones de producción en Pilsen, República Checa, para producir la nueva serie Aquarea L de bombas de calor aire-agua íntegramente en Europa. Con ello no sólo se mejora el ratio de CO₂ de la producción, sino que también se acorta el plazo de entrega y se mejora la capacidad de responder con prontitud a los retos del mercado, ya que la fabricación y los clientes se encuentran en la misma región. Además, Panasonic utilizará el refrigerante natural R290 en la serie Aquarea L, que es mucho más respetuoso con el medio ambiente que otros refrigerantes gracias a su bajo Potencial de Calentamiento Global (GWP) de 3.

"Como medida importante a medio plazo, también hemos anunciado la adquisición del negocio de aire acondicionado de Systemair AC por 100 millones de euros para fortalecer nuestro negocio de bombas de calor para edificios de viviendas y edificios comerciales, con el objetivo de acelerar el crecimiento de nuestro negocio", afirma Enrique Vilamitjana.

Descarbonización con pilas de combustible de hidrógeno

El Pacto Verde Europeo prevé reducir las emisiones de CO₂ en al menos un 55% de aquí a 2030 con respecto a los niveles de 1990. Para alcanzar estos objetivos, es necesario reducir masivamente el uso de combustibles fósiles a través de otras alternativas más ecológicas y respetuosas con el entorno como las pilas de combustible de hidrógeno, una de las apuestas más firmes de Panasonic para los próximos años.

"Creemos que la tecnología de las pilas de combustible, en combinación con las energías renovables y, por tanto, con el hidrógeno verde, puede contribuir de forma importante a la descarbonización de la sociedad. En el sector residencial, ya hemos vendido 240.000 sistemas de pilas de combustible en Japón y Europa, lo que demuestra su viabilidad. Estos sistemas incluyen soluciones que funcionan con hidrógeno o gas natural, ahorrando alrededor de 1,4 toneladas de CO₂ al año por sistema gracias a su eficiencia. Ahora también queremos ayudar a las empresas e instituciones públicas a descarbonizar sus fábricas y edificios", explica Teva Laou-Hap, responsable de Desarrollo de Nuevos Negocios y Tecnología de Panasonic Industry Europe.

Avances en los modelos empresariales circulares

Panasonic cree que se necesitan más modelos de negocio orientados a los principios de la "economía circular", es decir, orientados al mejor uso posible de los materiales a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Por un lado, Panasonic está impulsando la reducción del consumo de recursos, el uso de materiales sostenibles y el aumento del uso de plástico reciclado. Por otro lado, Panasonic se está replanteando su propia filosofía de diseño de producto centrándose en ciclos de vida de producto más largos - por ejemplo, utilizando diseños modulares para facilitar la reparación o la integración de IoT para la detección predictiva de fallos.

Otras medidas como los modelos de suscripción o comercialización de productos usados -con componentes mejorados y actualizaciones de software- también se están impulsando actualmente como parte del enfoque de soluciones de Panasonic. Con "TOUGHBOOK Revive", por ejemplo, Panasonic Mobile Solutions ya ha iniciado con éxito un programa de economía circular sin ánimo de lucro que ofrece a los clientes la oportunidad de donar sus dispositivos TOUGHBOOK de Panasonic desechados. De este modo, los dispositivos son reacondicionados por Panasonic, reciben una nueva garantía de producto y encuentran una nueva vida en organizaciones benéficas y sin ánimo de lucro.

"Hemos alcanzado los objetivos relacionados con el GREEN IMPACT PLAN 2021 de Panasonic relacionados con el aprovechamiento de los recursos: en los tres ejercicios financieros 2020-2022, más de 42.000 toneladas de material plástico reciclado se han destinado a la fabricación de nuevos productos. En el actual GREEN IMPACT PLAN 2024, nuestro objetivo es duplicar esta cifra hasta las 90.000 toneladas para los ejercicios 2023-2025", explica Markus Reichling, quien, como Director General de Transformación Verde, coordina e impulsa el tema de la Economía Circular en Panasonic a nivel global.

De este modo, Panasonic gestiona sus propias instalaciones de reciclaje para integrar la reciclabilidad en el diseño de los productos de Panasonic. Así, el propósito de la compañía es recuperar de manera eficiente los recursos y hacerlos disponibles para el desarrollo de nuevas soluciones en la mayor cantidad posible.

Por ejemplo, Panasonic puede reciclar ahora hasta el 95% de los materiales de sus propios sistemas de aire acondicionado. "Al dar prioridad a los diseños orientados al reciclaje y maximizar el uso de materiales reciclados, estamos reduciendo significativamente nuestra dependencia de los recursos. No obstante, como todos los demás fabricantes, nos enfrentamos al reto de seguir aumentando significativamente el retorno de los productos desechados", afirma Markus Reichling.

Por otro lado, en Norteamérica, Panasonic Energy se ha asociado con Redwood Materials Inc, un fabricante de materiales sostenibles para baterías con sede en Nevada, con el fin de suministrar a Panasonic materiales activos para cátodos y láminas de cobre para baterías de iones de litio de vehículos eléctricos. Los materiales activos de cátodo reciclado de Redwood se utilizarán en baterías de iones de litio que se fabricarán en una nueva fábrica de células de batería en De Soto, Kansas, a partir de 2025. Por su parte, la lámina de cobre reciclado se utilizará en la producción de baterías de iones de litio en Sparks, Nevada, a partir de 2024.

"El reciclaje y una cadena de suministro local son esenciales para aprovechar al máximo los recursos naturales limitados", ha declarado Kazuo Tadanobu, presidente y consejero delegado de Panasonic Energy. "Al asociarnos con Redwood, Panasonic Energy puede utilizar materiales reciclados en sus baterías de alta calidad para automóviles y contribuir a la economía circular. Además, la asociación nos permite abastecernos de materiales de cátodos activos para las instalaciones de Norteamérica en Norteamérica, lo que contribuye significativamente a reducir nuestra huella de CO₂."

Información sobre Panasonic: <https://www.panasonic.com/es>

Blog: <https://blog.panasonic.es/>

Feed: <https://feeds2.feedburner.com/panasonicblog>

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/panasonicESP>

Twitter: <https://twitter.com/panasonicESP>

Youtube: <https://www.youtube.com/panasonicESP>

Instagram: <https://www.instagram.com/panasonicesp/>

https://instagram.com/lumix_fotografia



Acerca de Panasonic

Fundado en 1918, y actualmente líder mundial en el desarrollo de tecnologías y soluciones innovadoras para una amplia gama de aplicaciones en los sectores de la electrónica de consumo, la vivienda, la automoción, la industria, las comunicaciones y la energía en todo el mundo, el Grupo Panasonic cambió a un sistema de empresa operativa el 1 de abril de 2022 con Panasonic Holdings Corporation como sociedad holding y ocho empresas situadas bajo su paraguas. El Grupo registró unas ventas netas consolidadas de 8.378,9 mil millones de yenes para el ejercicio finalizado el 31 de marzo de 2023. Para obtener más información sobre el Grupo Panasonic, visite: <https://holdings.panasonic/global/>

Contacto para medios de comunicación (LLYC)

panasoniciberia@llorenteycuenca.com - 932 172 217