**Dostawy poza domem, modernizacja floty i crowdshipping**

***Kluczowe wnioski z raportu Green Last Mile Europe***

Najnowsza edycja raportu „Green Last Mile Europe Report 2024” potwierdza, że choć greenwashing jest oczywisty, odnowienie floty, więcej dostaw poza domem, postęp technologiczny i preferencje zakupowe konsumentów przyczyniają się do bardziej zrównoważonego sektora ostatniej mili. Raport rzuca więcej światła na zakres, w jakim firmy dostawcze, działające w sektorze logistyki, robią postępy w swoich wysiłkach na rzecz dekarbonizacji.

W raporcie zauważono, że dostawy ostatniej mili odpowiadają za 40% wszystkich emisji związanych z handlem elektronicznym, co częściowo wynika z nieefektywnych i tradycyjnych metod dostawy. Ponadto podkreślono, że pomimo powszechnych twierdzeń o zielonej polityce ze strony interesariuszy logistycznych, nadal istnieje „wszechobecna kwestia greenwashingu”, która wyolbrzymia zrównoważone działania biznesowe. Pozytywnym aspektem jest jednak to, że niektóre firmy wykazały się prawdziwym zaangażowaniem, integrując bardziej zrównoważone praktyki, jak zwiększenie wykorzystania automatów paczkowych, PUDO lub ekologicznych pojazdów. W odniesieniu do tego ostatniego, badania sugerują, że tam, gdzie istnieją wydajne i gęste sieci OOH, przenoszenie paczek do pobliskich automatów lub PUDO może znacznie zmniejszyć emisję CO2. Autorzy raportu uważają również, że należy zbadać, w jaki sposób gospodarka współdzielenia może promować bardziej ekologiczne podejście do dostaw ostatniej mili.

**Efektywność i zrównoważony rozwój**

Jeśli chodzi o inwestycje w pojazdy bezemisyjne i niskoemisyjne, w raporcie stwierdzono, że DHL eCommerce w Holandii osiągnął już 80% wolnych od paliw kopalnych dostaw ostatniej mili przy użyciu elektrycznych samochodów dostawczych. Firma zwiększyła swoją flotę pojazdów elektrycznych o 700 w 2023 roku, a także wykorzystała biopaliwo HVO w celu zmniejszenia emisji z pojazdów z silnikiem Diesla. W międzyczasie fiński operator dostarczania paczek i przesyłek pocztowych Posti z powodzeniem przekształcił jedną ze swoich ciężarówek z silnikiem Diesla w elektryczną, co okazało się opłacalnym rozwiązaniem, które zachęci innych graczy do pójścia w jego ślady. Według Posti, koszt konwersji ciężarówki wynosi obecnie około połowy ceny nowej ciężarówki elektrycznej, a dalszy wzrost efektywności kosztowej spodziewany jest po wejściu konwersji do masowej produkcji.

Jeśli chodzi o infrastrukturę ostatniej mili, w raporcie zaproponowano, że wdrożenie wspólnych skrytek na paczki i wspólnej organizacji transportu wśród dostawców usług kurierskich, ekspresowych i paczkowych (CEP) zwiększyłoby zasięg i zmniejszyło ilość odpadów. Co więcej, stwierdzono, że ekonomia współdzielenia, choć stanowi wyzwanie, dobrze wpisuje się w cele środowiskowe, promując efektywne i zbiorowe wykorzystanie zasobów. Przykładowo, wdrożenie wspólnych, otwartych automatów paczkowych dla wszystkich firm kurierskich – tzw. crowdshipping – „byłoby znacznie lepsze niż obecna, niezdrowa sytuacja, w której kilku przewoźników prowadzi obok siebie nieoptymalne sieci”.

**Konsolidacja dostaw i zwiększenie wydajności**

Z raportu wynika, że dostawy OOH, w tym automaty paczkowe i punkty odbioru/nadania (PUDO), znacznie zmniejszają emisję dwutlenku węgla poprzez konsolidację dostaw samochodowych i zwiększenie wydajności dostaw. Doskonałym przykładem jest inicjatywa Evri, polegająca na przekierowywaniu paczek do ParcelShopów i schowków przed pokonaniem ostatniej mili, co zmniejsza ślad węglowy średnio o 45%. Firma Vinted Go odkryła również, że jej dostawy do punktów PUDO charakteryzują się znacznie niższym śladem węglowym (1,1 kg CO2e) w porównaniu z dostawami do domu (1,77 kg CO2e). Ponadto, badania przeprowadzone przez SwipBox Kontaktfri wykazały, że gdy automaty SwipBox znajdują się w pobliżu użytkowników końcowych, a 12 paczek jest dostarczanych w jednym punkcie (w porównaniu z typową liczbą nieco ponad 1 w przypadku dostawy do domu), potencjalne oszczędności mogą osiągnąć 63%, podczas gdy przy 24 paczkach mogą wzrosnąć nawet do 82%.

Innym wnioskiem płynącym z raportu jest to, że istnieje zauważalny kontyngent konsumentów, których preferencje zmieniają się w kierunku bardziej zrównoważonych opcji dostawy. W Polsce zdecydowana większość respondentów w ankiecie z 2023 roku wskazała dostawę do automatu paczkowego jako najbardziej ekologiczną opcję. Badania pokazują, że prawie 80% klientów wybiera dostawę ekologiczną, gdy ma taką możliwość. Jest tu jednak mały, ale bardzo istotny szczegół. Warunkiem takiego wyboru jest to, że nie będą musieli płacić więcej za taką eko-dostawę.

Raport nie stroni również od tematu greenwashingu. Dostawa i pakowanie na ostatniej mili są odpowiedzialne za około 40% wszystkich emisji w handlu elektronicznym. Konieczne jest stosowanie autentycznych i przejrzystych praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju, które pozwolą zdobyć zaufanie konsumentów. Co więcej, raport dodaje, że przepisy takie jak CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) oznaczają, że praktyki greenwashingu będą traktowane podobnie jak fałszowanie sprawozdań finansowych. Dlatego też firmy e-commerce i inne przedsiębiorstwa winne takich praktyki będą coraz bardziej narażone na ryzyko zarówno wizerunkowe, jak i biznesowe.

***Łukasz Łukasiewicz***

***Operations Manager***

***SwipBox Polska***