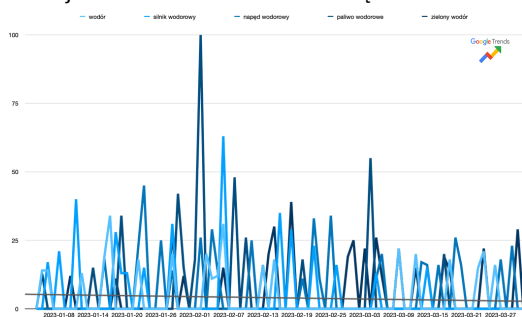


Ruch w internecie Q1

Problematyka wodoru w polskim internecie w pierwszym kwartale br. występowała stosunkowo rzadko (w porównaniu do lat poprzednich jak i do innych rodzajów paliw).

Dyskurs zdominowała tematyka energii jądrowej, fotowoltaiki, pomp ciepła i energii wiatrowej. Jedyne 2 lutego i 4 marca doszło do relatywnie większej aktywności sieci wokół problematyki wodoru - w wyniku zapowiedzi stworzenia europejskiej sieci tankowania ciężarówek wodorem oraz stacji tankowania wodoru na Śląsku.



Tematyka Q1

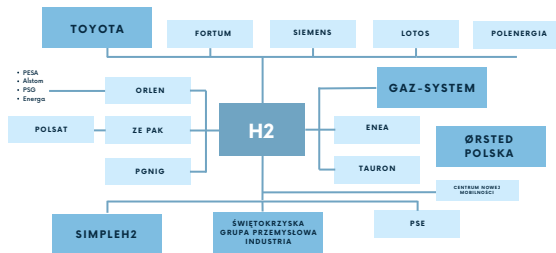
Największy ruch na polskim Twitterze wzbudziła tematyka: wpływu wodoru na bezpieczeństwo energetyczne kraju, porozumienia firm Gaz-System i Gas TSO of Ukraine, inwestycji Orlenu w Czechach, zakupu autobusów CaetanoBus przez operatora niemieckiego, Targów Energetyki i Elektrotechniki oraz Odnawialnych Źródeł Energii ENEX, konferencji EECTrends, zapowiedzi powstania stacji ładowania na Śląsku, zakupu 20 autobusów elektrycznych zasilanych wodorem w Rybniku, finansowania rozwoju technologii wodorowej przez NCBR, NFOŚiGW i MKiŚ, niemiecko-norweskiego sojuszu energetycznego, inwestycji Microsoftu w technologię oraz perspektyw rynku paliwa wodorowego w Polsce i na świecie.

Prawie wszystkie tweety były jedynie linkami do artykułów prasowych w wersji cyfrowej. Odnotowano praktyczny brak istotnej debaty publicznej (retweetów, komentarzy). Analiza hasztagów i haseł skorelowanych wskazuje na niszowość tematyki wodoru w Q1. Jednakże można wyszczególnić 3 obszary tematyczne w Q1: rozwój technologii, bezpieczeństwo energetyczne oraz transport publiczny.



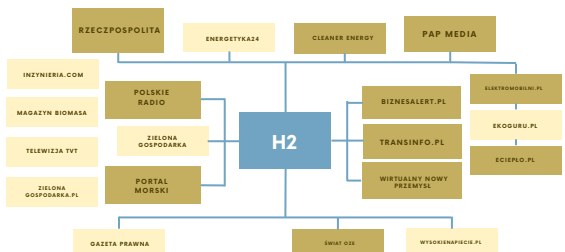
Liderzy opinii Q1- Firmy

Pomimo, że jest wielu „graczy”, którzy są zainteresowani rozwojem branży wodorowej we wcześniejszych okresach systematycznie angażowali się w dyskurs na polskim Twitterze, np. Orlen, POLENERGIA, PSE, ZE PAK, PGNiG itd., to w I-szym kwartale br. ich aktywność w przestrzeni Twittera była symboliczna albo jej nie było. Nazwy (w tym hasztagi) ich firmy pojawiały się w tweetach lub linkowanych artykułach, lecz sami nie angażowali się w debaty twitterowe. Największą aktywność (jako wypadkowa liczby tweetów i osiągniętego zasięgu) w I-szym kwartale osiągnęli relatywnie mniejsi „gracze”: Gaz-System, Toyota, Ørsted Polska, SimpleH2, Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA.



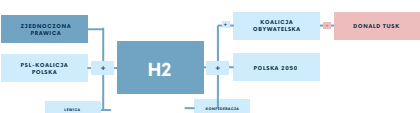
Liderzy opinii Q1- Media

Największą aktywność na Twitterze przejawiali nadawcy ogólnopolscy o profilu ogólnotematycznym: Rzeczpospolita, PAP, Polskie Radio oraz nadawcy ogólnopolscy o profilu branżowym: BiznesAlert.pl, TransInfo.pl, Wirtualny Nowy Przemysł, Eciepło.pl, OZE, Elektromobilni.pl, Cleaner Energy. Inni nadawcy, którzy byli aktywni w okresach poprzednich, w tym kwartale nie wykazali się zbyt rozbudowaną aktywnością w dyskursie o H2 (Energetyka24.pl, Gazeta Prawna, Money.pl, Forsal.pl itd.). Narracja mediów (przeważająco neutralna) dotyczyła w głównej mierze relacjonowania sytuacji rynku, rozwoju technologii, wydarzeń konferencyjnych oraz aktywności największych firm paliwowych w zakresie technologii wodorowej.



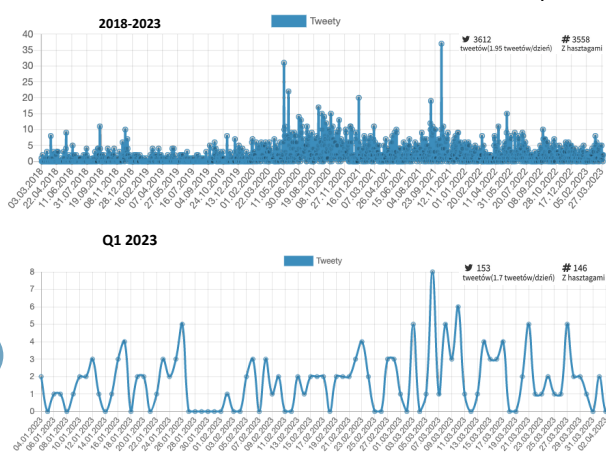
Stosunek polityków

Stosunek polskich polityków do H2 jest generalnie pozytywny lub bardzo pozytywny. Najbardziej entuzjastyczni są politycy ZP, który łączy ją z troską o bezpieczeństwo energetyczne, z działaniami polskiego rządu, Orlenu i innych przedsiębiorstw krajowych. Bardzo zbliżony pogląd mają politycy PSL. Politycy KO, Lewicy oraz Polski 2050 wypowiadają się pozytywnie głównie w kontekście walki ze zmianami klimatycznymi. Dla polityków Konfederacji, to dobra alternatywa (obok energii jądrowej) dla „narzuconej z Brukseli” technologii fotowoltaicznej i wiatrakowej. W I-szym kwartale pozytywną narrację KO zaburzyła komentowana wypowiedź D. Tuska o niepewnej przyszłości H2 („palcem po wodzie pisane”).



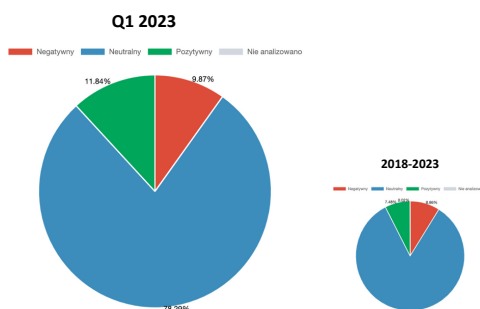
Ruch Q1

Ruch na polskim Twitterze wokół tematyki wodoru również był relatywnie bardzo niski, w porównaniu do okresów poprzednich średnia liczba tweetów, retweetów, komentarzy, polubień zdecydowanie spadała.



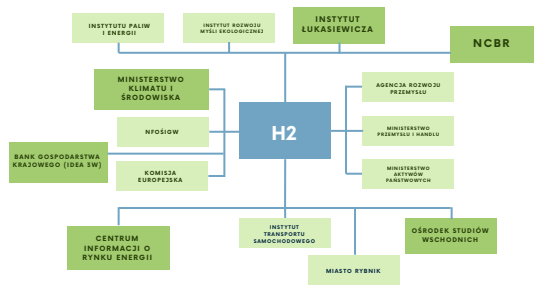
Wydzźwięk Q1

Liczba tweetów pozytywnych w Q1 w stosunku do okresu 2018-2023, nieznacznie wzrosła, o ponad 4 punkty procentowe. Liczba tweetów negatywnych również wzrosła, ale jedynie o jeden punkt procentowy. Wskazuje to na lekki wzrost poparcia dla paliw i technologii wodorowej w przestrzeni polskiego Twittera, co najczęściej wiąże się z artykułowymi nadziejami w obszarze bezpieczeństwa energetycznego oraz rozwoju gospodarczego kraju. Negatywne wątki oscylują wokół ograniczeń technologicznych związanych z transportem, dystrybucją, magazynowaniem oraz stosunkowo słabym rozwojem technologii wodorowej.



Liderzy opinii Q1- Instytucje

Zdecydowany liderem narracji o paliwach wodorowych, technologii wodorowej w I-szym kwartale jest Ministerstwo Klimatu i Środowiska, w tym szczególnie Minister Anna Moskwa. Następnymi w kolejności są NCBR, Centrum Informacji o Rynku Energii, Bank Gospodarstwa Krajowego (Idea 3W) oraz Ośrodek Studiów Wschodnich. Zdecydowana większość instytucjonalnych liderów opinii akcentowała korzyści nowej technologii zarówno dla gospodarki, jak i bezpieczeństwa energetycznego. Instytucją wyróżniającą się w treści tweetów jest Ośrodek Studiów Wschodnich, który koncentrował się na sytuacji branży wodorowej w Niemczech i UE. Innymi uczestnikami debaty byli: Instytut Paliw i Energii, Instytut Rozwoju Myśli Ekologicznej, Agencja Rozwoju Przemysłu, Ministerstwo Przemysłu i Handlu, Ministerstwo Aktywów Państwowych, Miasto Rybnik, lecz ich aktywność miała ograniczony zasięg.



Liderzy opinii Q1- Osoby

W narracjach indywidualnych użytkowników Twittera wyodrębniają się dwa trendy: promocja branży i podmiotów zajmujących się technologią i paliwami wodorowymi oraz relacjonowanie najbardziej aktualnych wydarzeń z obszaru technologii wodorowej. Pierwszy typ narracji dominuje u osób zawodowo związanych z branżą (liderzy: Robert Mularczyk-Toyota, Łukasz Szelaż, Janusz Pietruszyński, Rafał Skrzypczyk). Drugi typ narracji to zdecydowanie domena dziennikarzy (liderzy: Joanna Kędzierska, Aleksandra Leszczyńska) oraz polityka (PSL) Janusza Piechocińskiego.

