

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ и последователно прилага принципите на кръговата икономика с Новия клас

- Ципсе: „Придържаме се към ясен курс към постигане на целта от 1,5 градуса по Целзий“
- С 50% трябва да се намалят глобалните CO₂ емисии на автомобил във фазата за ползване
- Над 40 % понижаване на CO₂ през жизнения цикъл
- 10 млн. напълно електрически автомобили до 10 години
- Secondary first: планирано е използването на до 50 % вторични материали – необходими са инициативи за развитието на пазарите
- Сътрудничество с BASF и ALBA за рециклирането на пластмаси
- Недостиг на суровини и социална отговорност: BMW Group залага на кръговата икономика за устойчиви материали
- RE:BMW – Circular Economy като лайтмотив за IAA Mobility

BMW Group ускорява темпото в борбата с промените на климата: с въвеждането на Новия клас, компанията завишава целите, които си е поставила през лятото на 2020 г., за **значително намаляване на емисиите на CO₂** и също така се ангажира с подкрепа на глобалната цел за ограничаване на глобалното затопляне до **1,5 градуса** по Целзий. В допълнение към това с Новия клас, BMW Group значително увеличава използването на вторични материали и придържане към принципите на **кръговата икономика** и работи за по-добри рамкови условия за развитие на пазар за **вторични материали**.

За ускореното **понижаване на CO₂**, фокусът е поставен върху фазата на използване на автомобилите, която с над 70 % формира най-големия дял от глобалния баланс на CO₂ на BMW Group. **До 2030 г.** емисиите на CO₂ на автомобил за изминат километър ще бъдат намалени **поне наполовина** в сравнение с 2019 г. При сравнение на автомобилните производители амбицията в борбата срещу промените на климата може най-добре да бъде установена, като се разгледа **целият**

Корпоративни комуникации

Информация за медиите

2 септември 2021

Дата

Тема

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ с Новия клас и последователно залага на кръговата икономика

Стр.

2

жизнен цикъл на един автомобил, включително производството и веригата на доставки: Тук BMW Group планира да **намали емисиите на CO₂ на превозно средство с поне 40 %**.

„Справянето с емисиите на CO₂ се превръща в ключов фактор за оценка на предприемаческата дейност. Решаващият фактор за опазване на климата е свързан с въпроса доколко можем да намалим CO₂ отпечатъка на автомобилите през целия им жизнен цикъл? За тази цел ние си поставяме прозрачни и амбициозни цели за значително намаляване на емисиите на CO₂, които са утвърдени от инициативата Science Based Targets и дават ефективен и измерим принос“, каза в четвъртък в Мюнхен председателят на борда на директорите на BMW AG, **Оливър Ципсе**, "С Новия клас ние още повече завишаваме нашите стандарти и също така се ангажираме с ясен курс, към постигане на глобалната цел за лимитиране на глобалното затопляне до 1,5 градуса по Целзий."

За тази цел BMW Group е първият германски автомобилен производител, който се присъединява към **Business Ambition for 1,5°C** на **Science Based Targets Initiative** и се ангажира с целта за пълна климатична неутралност в цялата верига на стойността най-късно до 2050 г. Компанията е убедена, че този път може да бъде изпълнен чрез по-нататъшни технологични иновации и без обща забрана за отделни технологии.

Най-силният двигател по този път към климатичната неутралност е разгръщането на електрическата мобилност, което BMW Group ускорява допълнително с въвеждането на Новия клас. През следващите около десет години компанията ще въведе на пазара около **10 млн. напълно електрически автомобили**. До **2030 г.** се очаква поне половината от световните продажби на BMW Group да се състоят от **напълно електрически автомобили**. От началото на 30-те години на новото хилядолетие марката **MINI** ще предлага **само изцяло електрически автомобили**.

За да намали наполовина глобалните емисии на CO₂ във фазата на ползване до 2030 г., BMW Group продължава да прилага **строгите критерии** от инициативата Science Based Targets: така например емисиите от производството на гориво и електроенергия са включени в изчислението и разходът се изчислява на базата на цикъл WLTP, включително фиксирана добавка от 10 %. Със своята продуктова стратегия и електрификация компанията също е на път да изпълни изискването на ЕС за автопарка за 2030 г.

Отвъд зелената електроенергия: по-силен акцент върху използването на ресурсите в бъдещето

BMW Group е наясно, че простото увеличаване на броя на електрическите автомобили на пътя не води автоматично до благоприятна за климата мобилност. От решаващо значение е да се намали използването на първични материали и свързания с тях вреден за околната среда **добив на суровини** и тяхната честа преработка, нерядко свързани с голям разход на енергия и високи CO₂ емисии – особено когато става дума за производство на автомобили, една от най-ресурсоемките индустрии.

„През 2017 г. човечеството за първи път изразходва повече от 100 млрд. тона суровини в рамките на една година – ние, от автомобилната индустрия, също трябва да противодействаме на тази тенденция“, каза **Ципсе**. „Това е стратегически приоритет, който се отнася не само до екологична, но и до икономическа устойчивост; настоящото развитие на цените на суровините показва какви ефекти трябва да очаква една индустрия, която е зависима от ограничени ресурси.“

Особено с увеличаващия се дял от захранвани от батерии електромобили се повишава и **нуждата от множество суровини като например кобалт, никел и алуминий** за високоволтовите батерии на автомобилите. В същото време тук е скрит голям потенциал за повторно използване на материалите в духа на кръговата икономика – защото с партньорите си BMW Group вече е демонстрира техническата възможност за ефективно рециклиране от над 90 % на високоволтовите батерии.

Корпоративни комуникации

Информация за медиите

2 септември 2021

Дата

Тема

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ с Новия клас и последователно залага на кръговата икономика

Стр.

4

Делът на вторичния никел във високоволтовата батерия на новото **BMW iX** вече е до 50 %, докато делът на **вторичния алуминий** в корпуса е до 30 %. BMW Group възнамерява значително да увеличи тези стойности за бъдещите поколения на продуктите.

В допълнение към наличността на първични материали и нарастващите цени на суровините, в полза на увеличеното използване на вторични материали и развитието към кръгова икономика говорят и **многобройни аспекти на устойчивостта**.

Осигуряването на вторични материали е значително по-малко CO₂ интензивно в сравнение с първичните материали, което може значително да подобри CO₂ баланса на автомобилите, особено във веригата на доставки. При вторичния алуминий спестяването на CO₂ в сравнение с първичния материал е коефициент от 4 до 6, при стоманата и термопластмасите коефициентът е от 2 до 5.

Чрез добива на суровини за първичен материал - особено в минното дело – значително се нарушава фундаменталният **регенеративен капацитет на екосистемите**. Този ефект може да бъде значително намален чрез увеличено използване на вторични материали.

Най-вече т.нар. наречените **конфликтни материали** крият рискове добивът и търговията им често да са свързани с нарушения на екологичните и социалните стандарти. BMW Group противодейства на този риск с множество мерки и е член на инициативата Responsible Minerals. Най-ефективната стратегия за избягване на риска обаче е **намаляването до минимум на добива на такива първични материали**.

„Secondary First“: висок вторичен дял при най-важните материали на автомобила

Корпоративни комуникации

Информация за медиите

2 септември 2021

Дата

Тема

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ с Новия клас и последователно залага на кръговата икономика

Стр.

5

Като част от холистичния си подход към устойчивостта, BMW Group възнамерява значително да увеличи дела на вторичните материали в своите автомобили. В момента автомобилите се произвеждат със средно близо **30 %** рециклирани и повторно използвани материали. С подхода **„Secondary First“** тази стойност постепенно **ще се увеличи до 50 %**.

Качеството, сигурността и надеждността на материалите трябва да отговарят на същите високи изисквания като при първичните материали - и затова е от съществено значение наличието на пазара на такива висококачествени материали да се увеличи значително. За да се подобрят рамковите условия за това, са необходими както простиращи се отвъд индустрията подходи, така и политическите инициативи.

Въз основа на четирите принципа **RE: THINK, RE: DUCE, RE: USE, RE: CYCLE**, BMW Group напредва с активностите си в областта на управлението на рециклирането и има новаторски принцип в разнообразни аспекти: така например сега производството на автомобили включва и засилено разделяне и рециклиране на важни групи материали, така че те могат да бъдат използвани отново от промишлеността в рамките на **„Closed Loops“**.

Сътрудничество с BASF и ALBA Group

В рамките на веригата на доставки и в зависимост от наличността на пазара вторичните материали все по-често се използват в автомобилите на BMW Group. Освен това, заедно със своите партньори, компанията дава важен тласък, когато става въпрос за разработване на вторични материали. Един пример е пилотният проект на компанията с **BASF и ALBA Group** за увеличаване на рециклирането на пластмаси, използвани в автомобилите.

Целта на проекта е чрез максимално всеобхватна **кръгова икономика** да се намали използването на материали от първични пластмаси. За тази цел ALBA Group анализира излезлите от употреба автомобили на BMW Group и проверява дали използваните пластмаси могат да се използват повторно **„car-to-car“**. Във втората

фаза BASF оценява възможностите за **химическо рециклиране** на предварително сортираните отпадъци с цел производство на пиролизно масло. То може да се използва като база за нови пластмасови изделия. Така например в бъдеще едно старо арматурно табло може да се използва за създаване на нови панели на врати или други компоненти.

Closed Loop вместо Downcycling: ,Circular Design‘ като основа за кръговата икономика

За да се постигнат **по-високи нива на рециклиране** и да се гарантира високото **качество на вторичните материали**, материалите трябва да бъдат извлечени в много чиста форма още по време на процеса на рециклиране. Например бордовата електрическа мрежа трябва да може да се демонтира лесно, за да се предотврати смесването на стоманата с мед от кабелните снопове на автомобила. В противен случай вторичната стомана губи значителни качества и вече не отговаря на **високите изисквания за сигурност** в автомобилната индустрия. Значително трябва да се увеличи и **използването на мономатериали** - например в интериора, така че в края на жизнения цикъл на автомобила възможно най-много материали да се върнат обратно в цикъла на използваемите материали. По принцип намаляването на броя на материалите може да помогне за по-високо качество на рециклираните материали. В момента автомобилите се състоят от около 8 000 до 10 000 различни материали.

За да отговори на тези изисквания в още по-близко бъдеще, BMW Group разчита на концепцията за **,Circular Design‘**, която също има за цел да гарантира възможността за **бързо и икономичното разглобяване** на автомобила.

Разглобяването на автомобила на отделните компоненти трябва да е възможно най-бързо и рентабилно, така че **вторичните материали** да са **конкурентни** и на пазара по отношение на цената. Предпоставките за това трябва да бъдат заложи в **конструкцията на автомобила**, която трябва да е такава, че да позволява отстраняване на материалите в края на експлоатационния му живот, без различни видове материали да се смесват помежду си.

Корпоративни комуникации

Информация за медиите

2 септември 2021

Дата

Тема

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ с Новия клас и последователно залага на кръговата икономика

Стр.

7

RE:BMW на IAA Mobility – визионерски поглед към кръговата икономика

На IAA Mobility 2021 BMW Group се фокусира върху кръговата икономика и ще представи визионерски поглед към нейния потенциал и устойчивата мобилност:

BMW i Vision Circular въплъщава амбициозната цел на компанията да бъде най-устойчивият производител на индивидуална премиум мобилност.

Визионерският автомобил, който е проектиран в съответствие с четирите принципа на кръговата икономика - RE: THINK, RE: DUCE, RE: USE, RE: CYCLE - дава представа как би могла да изглежда индивидуалната, устойчива и луксозна мобилност в градската среда през 2040 г.: изработен 100 % от вторични материали и възобновяеми суровини и 100 % рециклируем.

По този начин BMW Group подчертава, че защитата на климата и индивидуалната мобилност не трябва да са в противоречие. С новите технологии, иновации и съвременните си автомобили BMW Group може да отговори на обществените изисквания за по-голяма устойчивост, без на клиентите да се налага да се отказват от индивидуалната си мобилност.

BMW Group България Корпоративни комуникации:

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации BMW Group България

Т: +359 2 80 60733

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: Hristina.Peycheva@bmwgroup.com

BMW Group

С четирите си марки BMW, MINI, Rolls-Royce и BMW Motorrad BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети и доставчик на

Корпоративни комуникации

Информация за медиите

2 септември 2021

Дата

Тема

BMW Group ускорява намаляването на CO₂ с Новия клас и последователно залага на кръговата икономика

Стр.

8

премиум услуги за мобилност и финансиране в света. Производствената мрежа на BMW Group включва 31 предприятия за производство и сглобяване в 15 държави; компанията има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2020 г. BMW Group е реализирала над 2.3 млн. автомобили и над 169 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за финансовата 2020 г. е приблизително 5 222 млрд. евро при приходи от 98 990 млрд. евро. Към 31 декември 2019 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 120 726 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group>