

Δελτίο Τύπου
6 Απριλίου 2021

Το BMW Group στη μάχη για την προστασία του θαλάσσιου πυθμένα.

- Το BMW Group επιδιώκει τη βιωσιμότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας.
- Ο περιορισμός χρήσης ορυκτών του θαλάσσιου πυθμένα από την εφοδιαστική αλυσίδα του BMW Group ως μέτρο πρόληψης.
- Όραμα κυκλικής οικονομίας για τη διαχείριση φυσικών πόρων.

Μόναχο. Το BMW Group παρουσίασε μία πρωτοβουλία για την προστασία των πόρων βαθέων υδάτων σε συνεργασία με την WWF Γερμανίας. Σε κοινή δήλωσή τους, το BMW Group, η WWF και εταιρείες από άλλους τομείς της βιομηχανίας δεσμεύονται, για λόγους πρόληψης, να μην χρησιμοποιούν ορυκτά από τον πυθμένα των ωκεανών και να μην χρηματοδοτούν εξορύξεις βαθέων υδάτων μέχρις ότου διεξαχθεί ολοκληρωμένη επιστημονική έρευνα για τις επιπτώσεις εξορύξεων του είδους και αξιολογηθούν οι συνέπειες για το περιβάλλον.

Ο Patrick Hudde, Επικεφαλής Βιωσιμότητας Εφοδιαστικής Αλυσίδας & Διαχείρισης Αγορών Έμμεσων Πρώτων Υλών, BMW Group δήλωσε: «Το BMW Group φιλοδοξεί να γίνει ένας από τους πιο βιώσιμους κατασκευαστές αυτοκινήτων και ως εκ τούτου έχει θεσπίσει υψηλά πρότυπα για το δίκτυο προμηθευτών του. Η προμήθεια πρώτων υλών απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Προς το παρόν υπάρχει έλλειψη επιστημονικών δεδομένων και δεν δύνανται να αξιολογηθούν οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι των εξορύξεων βαθέων υδάτων. Γι' αυτό και οι πρώτες ύλες που προέρχονται από θαλάσσιες εξορύξεις δεν αποτελούν επιλογή για το BMW Group στην παρούσα φάση».

Λόγω της αυξανόμενης ζήτησης πρώτων υλών γενικότερα, οι ορυκτοί πόροι του θαλάσσιου πυθμένα πρόσφατα βρέθηκαν στο προσκήνιο της επικαιρότητας. Συγκεκριμένα, οζίδια μαγγανίου (πολυμεταλλικά οζίδια), σίδηρος πλούσιος σε κοβάλτιο και κρούστες μαγγανίου, καθώς και μαζικά σουλφίδια και ορυκτή λάσπη, προσελκύουν το ενδιαφέρον εξορυκτικών εταιρειών. Ανεξάρτητοι ειδικοί πιστεύουν ότι κάτι τέτοιο θα μπορούσε να αποτελέσει μία ελκυστική εναλλακτική πρόταση έναντι των μεταλλευμάτων από χερσαίες εξορύξεις. Ωστόσο, οι περισσότεροι παραμένουν επιφυλακτικοί λόγω έλλειψης επιστημονικής ανάλυσης.

Η στρατηγική βιωσιμότητας του BMW Group βασίζεται επίσης περισσότερο σε κλειστούς κύκλους υλικών – με σκοπό τη σημαντική αύξηση του ποσοστού χρήσης δευτερογενών υλικών στα οχήματα. Η εταιρεία ήδη χρησιμοποιεί έως 50% δευτερογενές αλουμίνιο, 25% δευτερογενές ατσάλι και μέχρι 20% δευτερογενή θερμοπλαστικά. Τα ποσοστά αυτά θα

συνεχίσουν να αυξάνονται στο μέλλον. Μακροπρόθεσμα, η ευρύτερη χρήση δευτερογενών υλικών θα συμβάλλει στη μείωση της ανάγκης για πρωτογενείς πρώτες ύλες.

Το BMW Group δεσμεύεται σε υψηλά πρότυπα βιωσιμότητας για τις πρώτες ύλες στις εφοδιαστικές αλυσίδες του. Για παράδειγμα, οι προμηθευτές πρώτων υλών θα πρέπει να πιστοποιούνται σύμφωνα με τα υψηλά πρότυπα του Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA) για να μπορούν να συνεργάζονται με το BMW Group.

Το BMW Group και η WWF καλωσορίζουν τις Google, Samsung SDI και Volvo Group ως τρεις ακόμα εταιρείες που έχουν ήδη προσχωρήσει στην πρωτοβουλία για την προστασία του θαλάσσιου πυθμένα και θεωρείται βέβαιο ότι θα ακολουθήσουν και άλλες. Ο Patrick Hudde δήλωσε επίσης: «Αυτή η πρωτοβουλία παραμένει ανοιχτή και σε άλλους ενδιαφερόμενους. Θα είμαστε ευτυχείς εάν πλαισιωθούμε και από άλλες εταιρείες σε αυτή την προσπάθεια – κυρίως από τις εφοδιαστικές αλυσίδες μας».

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

To BMW Group

Με τις τέσσερις μάρκες του, BMW, MINI, Rolls-Royce και BMW Motorrad, το BMW Group είναι ο No. 1 premium κατασκευαστής αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο, ενώ παράλληλα προσφέρει premium χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες μετακίνησης. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 31 μονάδες παραγωγής σε 15 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2020, το BMW Group πούλησε πάνω από 2,3 εκατομμύρια αυτοκίνητα και περισσότερες από 169.000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το οικονομικό έτος 2020 ήταν 5,22 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 98,99 εκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2020, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό 120.726 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊόντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

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/>

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Διευθυντής Εταιρικής Επικοινωνίας
Τηλέφωνο: +30 210 9118151
e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr