BMW
GROUP
Corporate Communications

Δελτίο Τύπου
02 Σεπτεμβρίου 2021

Το BMW Group επιταχύνει τη μείωση των εκπομπών CO2 και προσανατολίζεται σταθερά σε μία κυκλική οικονομία με τη Neue Klasse.

- Zipse: «Ξεκάθαρη δέσμευση για το στόχο του 1,5 βαθμού Κελσίου.
- 50% μείωση των παγκόσμιων εκπομπών CO_2 στη φάση χρήσης έως το 2030.
- Πάνω από 40% μείωση εκπομπών CO_2 κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής.
- Δέκα εκατομμύρια αμιγώς ηλεκτρικά οχήματα μέσα σε δέκα χρόνια.
- 'Secondary First': Στόχος η χρήση δευτερογενών υλικών σε ποσοστό 50% – απαιτούνται πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη της αγοράς.
- Συνεργασία με BASF και ALBA για την ανακύκλωση πλαστικών.
- Έλλειψη φυσικών πόρων και κοινωνική ευθύνη: Το BMW Group επικεντρώνεται στην κυκλική οικονομία για βιώσιμα υλικά.
- RE:BMW – κυκλική οικονομία στην έκθεση IAA Mobility στο Μόναχο.

Μόναχο. Το BMW Group επιταχύνει τις προσπάθειές του στη μάχη κατά της κλιματικής αλλαγής. Ατενίζοντας το μέλλον με την εισαγωγή της Neue Klasse, η εταιρεία ενισχύει τους στόχους που έθεσε και ανακοίνωσε πέρσι το καλοκαίρι αναφορικά με τη σημαντική **μείωση των εκπομπών CO2**, ενώ ταυτόχρονα δεσμεύεται ξεκάθαρα απέναντι στο στόχο του **1,5 βαθμού Κελσίου** για τον περιορισμό της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Με τη Neue Klasse, το BMW Group θα αυξήσει σε μεγάλο βαθμό τη χρήση **δευτερογενών υλικών** με γνώμονα τις αρχές της **κυκλικής οικονομίας**, βελτιώνοντας τις προϋποθέσεις πλαισίου για την ανάπτυξη μιας αγοράς δευτερογενών υλικών.

Για την περαιτέρω μείωση των **εκπομπών CO_2**, ιδιαίτερη βαρύτητα δίδεται στη **φάση χρήσης** των οχημάτων, που αποτελεί το 70% του ανθρακικού αποτυπώματος του BMW Group. **Μέχρι το 2030**, οι εκπομπές CO_2 ανά όχημα και διανυθέν χιλιόμετρο θα **είναι τουλάχιστον οι μισές** από τα επίπεδα του 2019. Οι δεσμεύσεις των κατασκευαστών για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής αξιολογούνται καλύτερα λαμβάνοντας υπόψη **ολόκληρο τον κύκλο ζωής** ενός οχήματος, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής και της εφοδιαστικής αλυσίδας. Εδώ, το BMW Group σχεδιάζει **μείωση εκπομπών CO_2 ανά όχημα τουλάχιστον 40%.**

«Ο τρόπος διαχείρισης των εκπομπών CO_2 από την πλευρά των εταιρειών διαδραματίζει μείζονα ρόλο όταν αξιολογείται η εταιρική υπευθυνότητα. Αποφασιστικός παράγοντας στη μάχη κατά της υπερθέρμανσης του πλανήτη είναι η αποτελεσματική μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος των οχημάτων σε όλο τον κύκλο ζωής τους. Γι' αυτό θέτουμε διάφανους και φιλόδοξους στόχους για ουσιαστική μείωση των εκπομπών CO_2. Αυτοί έχουν εγκριθεί από την πρωτοβουλία 'Science Based Targets Initiative' και θα

προσφέρουν μία αποτελεσματική και μετρήσιμη συμβολή», δήλωσε ο **Oliver Zipse**, Πρόεδρος Δ.Σ. της BMW AG, στο Μόναχο την Πέμπτη. «Με την Neue Klasse ενισχύουμε σημαντικά τη δέσμευση μας και δεσμευόμαστε επίσης σε μία σαφή πορεία για την επίτευξη του στόχου του 1,5 βαθμού Κελσίου».

Το BMW Group είναι ο πρώτος Γερμανός κατασκευαστής αυτοκίνητων που προσχωρεί στο **Business Ambition for 1.5°C** της πρωτοβουλίας **Science Based Targets Initiative** και δεσμεύεται στο στόχο της πλήρους κλιματικής ουδετερότητας σε ολόκληρη την αλυσίδα προστιθέμενης αξίας μέχρι το 2050 το αργότερο. Η εταιρεία είναι πεπεισμένη ότι αυτό μπορεί να επιτευχθεί με χρήση καινοτομίας και όχι καθολικής απαγόρευσης ορισμένων τεχνολογιών.

Ο ισχυρότερος μοχλός σε αυτή την πορεία προς την κλιματική ουδετερότητα είναι η ηλεκτρική κινητικότητα, με τη Neue Klasse του BMW Group έτοιμη να δημιουργήσει νέο momentum στην αγορά. Κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, η εταιρεία θα φέρει περίπου δέκα εκατομμύρια αμιγώς ηλεκτρικά οχήματα στο δρόμο. Από το **2030, τουλάχιστον οι μισές** από τις πωλήσεις του BMW Group θα αντιπροσωπεύουν **ηλεκτρικά οχήματα**, με τη μάρκα **MINI** να προσφέρει **αποκλειστικά αμιγώς ηλεκτρικά οχήματα** από το 2030.

Το BMW Group εξακολουθεί να συμμορφώνεται με τα **αυστηρά κριτήρια** της πρωτοβουλίας Science Based Targets Initiative, αναφορικά με τη μέτρηση της μείωσης των εκπομπών CO_2 των οχημάτων της εταιρείας ανά τον κόσμο στη φάση χρήσης τους. Για παράδειγμα, οι εκπομπές από την παραγωγή καυσίμου και ηλεκτρισμού περιλαμβάνονται στον υπολογισμό και η κατανάλωση βασίζεται στο πρότυπο WLTP συν δέκα τοις εκατό. Με την τρέχουσα στρατηγική της σε επίπεδο προϊόντων και εξηλεκτρισμού, η εταιρεία βαδίζει σωστά για την εκπλήρωση του στόχου του Ευρωπαϊκού στόλου της για το 2030.

Πέραν του πράσινου ηλεκτρισμού: Μεγαλύτερη έμφαση στη χρήση φυσικών πόρων στο μέλλον.

Το BMW Group γνωρίζει κατά ότι απλά και μόνον η αύξηση του αριθμού ηλεκτρικών οχημάτων στο δρόμο δεν σημαίνει αυτόματα κινητικότητα φιλική προς το περιβάλλον. Η εταιρεία έχει συνειδητοποιήσει ότι εξίσου σημαντική είναι η μείωση της χρήσης πρωτογενών πρώτων υλών και η σχετική επιβλαβής για το περιβάλλον **εκμετάλλευση πρώτων υλών** και της επεξεργασίας τους που συχνά συνδέεται με εκπομπές CO_2 – κυρίως στην κατασκευή αυτοκινήτων, μία βιομηχανία όπου καταναλώνονται μεγάλες ποσότητες φυσικών πόρων.

«Το 2017 ήταν η πρώτη φορά που ο παγκόσμιος πληθυσμός κατανάλωσε πάνω από 100 δισεκατομμύρια τόνους φυσικών πόρων μέσα σε ένα χρόνο – μια τάση την

οποία εμείς ως αυτοκινητοβιομηχανία πρέπει εξουδετερώσουμε», απαίτησε ο **Zipse**. «Αυτό είναι ένα στρατηγικό θέμα, που αφορά όχι μόνο την οικολογική αλλά και την οικονομική βιωσιμότητα. Η τρέχουσα εξέλιξη των τιμών βασικών προϊόντων δείχνει επίσης τις επιπτώσεις που υφίσταται μία βιομηχανία η οποία εξαρτάται από περιορισμένους φυσικούς πόρους».

Με τον αριθμό των αμιγώς ηλεκτρικών οχημάτων να αυξάνεται, υπάρχει **αυξανόμενη ζήτηση για πολλά βασικά προϊόντα όπως το κοβάλτιο, το νικέλιο και το αλουμίνιο**, τα οποία είναι απαραίτητα για τις μπαταρίες υψηλής τάσης. Ωστόσο υπάρχουν τεράστιες δυνατότητες για την επαναχρησιμοποίηση των υλικών με την έννοια μιας κυκλικής οικονομίας και σε συνεργασία με ειδικούς, το BMW Group έχει δείξει ότι, τεχνολογικά, είναι εφικτή μία απόδοση ανακύκλωσης πάνω από 90%.

Η ποσότητα **δευτερογενούς νικελίου** που χρησιμοποιείται για την μπαταρία υψηλής τάσης της **BMW iX** είναι ήδη της τάξεως του 50%, με το κέλυφος της μπαταρίας να περιέχει μέχρι 30% **δευτερογενές αλουμίνιο.** Το BMW Group στοχεύει να βελτιώσει ακόμα περισσότερο τις τιμές αυτές στις μελλοντικές γενιές προϊόντων.

Εκτός από την αυξανόμενη έλλειψη πρώτων υλών και την επακόλουθη αύξηση τιμών βασικών προϊόντων, υπάρχουν πολλοί **λόγοι βιωσιμότητας** για τη χρήση περισσότερων δευτερογενών υλικών και τη στροφή σε μια κυκλική οικονομία.

Η **προμήθεια** δευτερογενών υλικών σημαίνει **αισθητά λιγότερες εκπομπές CO_2** συγκριτικά με τα πρωτογενή και δύναται να βελτιώσει σημαντικά το CO_2, κυρίως στην εφοδιαστική αλυσίδα. Στην περίπτωση του δευτερογενούς αλουμινίου, η μείωση εκπομπών CO_2 συγκριτικά με το πρωτογενές υλικό έχει συντελεστή περίπου 4 - 6, ενώ για το ατσάλι και τα θερμοπλαστικά η τιμή αυτή κυμαίνεται μεταξύ 2 και 5.

Η εξόρυξη φυσικών πόρων για πρωτογενή υλικά έχει σημαντικές επιπτώσεις στη βασική **αναγεννητική ικανότητα των οικοσυστημάτων**, κάτι το οποίο μπορεί να μειωθεί με την αύξηση της χρήσης δευτερογενών υλικών.

Η εξόρυξη και εμπορία υλικών από εμπόλεμες ζώνες (**conflict materials**) συχνά ενέχει τον κίνδυνο παραβίασης θεμελιωδών περιβαλλοντικών και κοινωνικών προτύπων. Το BMW Group έχει θεσπίσει πολλά μέτρα εξουδετέρωσης αυτού του κινδύνου, όπως η προσχώρηση στην πρωτοβουλία Responsible Minerals Initiative. Ωστόσο, η πιο αποτελεσματική στρατηγική για την αποφυγή κινδύνων είναι η **ελαχιστοποίηση της εξόρυξης τέτοιων πρωτογενών υλικών**.

‘Secondary First’: Σημαντικά υλικά οχημάτων με υψηλό δευτερογενές περιεχόμενο.

Στο πλαίσιο μιας ολιστικής προσέγγισης της βιωσιμότητας, το BMW Group προτίθεται να αυξήσει σημαντικά το ποσοστό δευτερογενών υλικών στα οχήματά του. Κατά μέσο όρο, τα σημερινά οχήματα κατασκευάζονται με χρήση σχεδόν **30%** ανακυκλωμένων και επαναχρησιμοποιήσιμων υλικών. Με τη στρατηγική **‘Secondary First’**, το BMW Group σκοπεύει **διαδοχικά να αυξήσει αυτή την τιμή στο 50%**.

Ασφαλώς βασική προϋπόθεση είναι η ποιότητα, η ασφάλεια και η αξιοπιστία των υλικών να πληροί τα ίδια υψηλά πρότυπα με αυτά που ισχύουν για τα πρωτογενή υλικά – και κάτι επίσης σημαντικό είναι η να αυξηθεί η διαθεσιμότητα τέτοιων υλικών υψηλής ποιότητας στην αγορά. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο απαιτούνται, διαβιομηχανικές συνεργασίες και πολιτικές πρωτοβουλίες.

Βασισμένο στις τέσσερις αρχές **RE:THINK, RE:DUCE, RE:USE, RE:CYCLE,** το BMW Group ενισχύει τις δραστηριότητές του στον τομέα της κυκλικής οικονομίας, στον οποίο μάλιστα είναι πρωτοπόρος. Για παράδειγμα, η παραγωγή οχημάτων περιλαμβάνει τώρα αυξημένο διαχωρισμό και ανακύκλωση κρίσιμων ομάδων υλικών, για να μπορούν να χρησιμοποιούνται από την αυτοκινητοβιομηχανία στο πλαίσιο ‘κλειστών βρόχων’.

Συνεργασία με την BASF και το ALBA Group.

Μέσα στη εφοδιαστική αλυσίδα και ανάλογα με τη διαθεσιμότητα της αγοράς τα δευτερογενή υλικά χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στα οχήματα του BMW Group. Επιπλέον, μαζί με τους συνεργάτες της, η εταιρεία προσφέρει σημαντική ώθηση στην εξέλιξη δευτερογενών υλικών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το πιλοτικό project σε συνεργασία με την **BASF** και το **ALBA Group** για την αυξημένη ανακύκλωση πλαστικών που χρησιμοποιούνται σε αυτοκίνητα.

Στόχος του project είναι η μείωση της χρήσης πρωτογενών πλαστικών μέσω ενός ολοκληρωμένου **συστήματος ανακύκλωσης**. Για το σκοπό αυτό, το ALBA Group αναλύει τα οχήματα του στο τέλος του κύκλου ζωής τους ελέγχοντας κατά πόσον είναι εφικτή η επαναχρησιμοποίηση πλαστικού από το ένα αυτοκίνητο στο άλλο. Σε επόμενο βήμα, η BASF αξιολογεί κατά πόσον η **χημική ανακύκλωση** ταξινομημένων αποβλήτων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη λήψη ελαίου πυρόλυσης. Αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια ως βάση για νέα προϊόντα κατασκευασμένα από πλαστικό. Στο μέλλον, μία νέα επένδυση πόρτας ή άλλα εξαρτήματα μπορούν να κατασκευάζονται από ένα χρησιμοποιημένο ταμπλό, για παράδειγμα.

Κλειστός βρόχος αντί ανακύκλωσης σε υλικά κατώτερης ποιότητας (downcycling): η 'Κυκλική Σχεδίαση' βάση μιας κυκλικής οικονομίας.

Για να επιτευχθούν **υψηλότερα ποσοστά ανακύκλωσης** και, παράλληλα, **εγγυημένη υψηλή ποιότητα δευτερογενών υλικών**, είναι αναγκαία η αφαίρεση υλικών στην πιο καθαρή μορφή τους, όσο το δυνατόν νωρίτερα κατά τη διάρκεια της **διαδικασίας ανακύκλωσης**. Για παράδειγμα, το ηλεκτρικό σύστημα πρέπει να αφαιρείται εύκολα, πριν την ανακύκλωση, για να αποφεύγεται η ανάμιξη ατσαλιού με χαλκό από τις καλωδιώσεις του οχήματος. Διαφορετικά, ο δευτερογενής χάλυβας χάνει τις ουσιαστικές ιδιότητές του και ως εκ τούτου δεν πληροί πλέον τις **αυστηρές απαιτήσεις ασφάλειας** της αυτοκινητοβιομηχανίας.

Για την υποστήριξη αυτής της εύκολης αφαίρεσης υλικών από τις αρχικές φάσεις της ανακύκλωσης, το εσωτερικό ενός αυτοκινήτου πρέπει να κατασκευάζεται από **μονομερή υλικά** (**monomaterials)**, ώστε στο τέλος του κύκλου ζωής του οχήματος, όσο το δυνατόν περισσότερα να μπορούν να επιστρέφουν στον κύκλο επαναχρησιμοποιήσιμων υλικών. Βασικά, η μείωση του αριθμού των υλικών μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της ποιότητας των ανακυκλωμένων υλικών. Αυτή τη στιγμή, τα οχήματα αποτελούνται από περίπου 8.000 - 10.000 διαφορετικά υλικά.

Για το σκοπό αυτό, το BMW Group προσανατολίζεται τώρα σε μία φιλοσοφία Κυκλικής Σχεδίασης (**'Circular Design'**), που διασφαλίζει τη **δυνατότητα αποδοτικής αποσυναρμολόγησης** των οχημάτων. Για να μπορούν τα **δευτερογενή υλικά** να είναι ανταγωνιστικά στο χώρο της αγοράς, το όχημα και το κάθε εξάρτημα πρέπει να αποσυναρμολογούνται γρήγορα και οικονομικά πριν την ανακύκλωση. Όλα ξεκινούν με την **κατασκευή του οχήματος**, που θα πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε τα υλικά να αφαιρούνται στο τέλος του κύκλου ζωής του, χωρίς διαφορετικού τύπου υλικά να αναμειγνύονται μεταξύ τους.

RE:BMW στην έκθεση IAA Mobility – μία οραματική προοπτική στην κυκλική οικονομία.

Η κυκλική οικονομία βρίσκεται στο επίκεντρο της παρουσίας του BMW Group στην έκθεση IAA Mobility 2021 στο Μόναχο, όπου η εταιρεία θα προσφέρει μία οραματική προοπτική των δυνατοτήτων μιας κυκλικής οικονομίας και βιώσιμης κινητικότητας. Το **BMW i Vision Circular** ενσαρκώνει το φιλόδοξο στόχο της εταιρείας να γίνει ο πιο βιώσιμος κατασκευαστής στο χώρο της εξατομικευμένης, πολυτελούς κινητικότητας.

Αυτό το οραματικό όχημα, σχεδιασμένο σύμφωνα με τις τέσσερις αρχές της κυκλικής οικονομίας RE:THINK, RE:DUCE, RE:USE, RE:CYCLE, δείχνει πόσο εξατομικευμένη, βιώσιμη και πολυτελής μπορεί να είναι η αστική κινητικότητα το 2040. Το BMW i Vision

Circular κατασκευάζεται από 100% δευτερογενή υλικά ή ανανεώσιμες πρώτες ύλες, και είναι 100% ανακυκλώσιμο.

Το αυτοκίνητο αποδεικνύει ότι η προστασία του κλίματος και η εξατομικευμένη κινητικότητα δεν είναι απαραίτητα αντικρουόμενα μεταξύ τους. Το αντίθετο, δείχνει ότι χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες και καινοτομία, το BMW Group μπορεί να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις του πλανήτη για μεγαλύτερη βιωσιμότητα χωρίς συμβιβασμούς στην ατομική κινητικότητα.

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

Το 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 προϊοντική 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