



Comunicato stampa
28 luglio 2020

Non c'è premium senza responsabilità: il BMW Group pone la sostenibilità e l'efficiente gestione delle risorse al centro della sua strategia.

Il BMW Group pone la sostenibilità e l'efficienza delle risorse al centro della direzione strategica dell'azienda. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione Oliver Zipse ha annunciato oggi a Monaco i primi dettagli di questa strategia e ha presentato gli obiettivi che l'azienda si è prefissata da qui al 2030.

- Il Consiglio di Amministrazione e la direzione esecutiva saranno misurati sulla base di nuovi obiettivi di sostenibilità
- I primi obiettivi di CO₂ in assoluto per l'intero ciclo di vita fino al 2030
- Obiettivi su base scientifica alla base dei nuovi traguardi
- Strategia di prodotto di vasta portata: notevole riduzione di CO₂ con oltre sette milioni di veicoli elettrificati
- Le emissioni di anidride carbonica della produzione e delle sedi devono essere ridotte dell'80% per veicolo
- Il BMW Group punta alla filiera più sostenibile del settore
- Economia circolare come visione per la gestione delle risorse
- Zipse: "Sostenibilità e premium saranno indissolubilmente legati in futuro"

Monaco. Il BMW Group pone la sostenibilità e l'efficienza delle risorse al centro della strategia dell'azienda. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione Oliver Zipse ha annunciato oggi a Monaco i primi dettagli di questa strategia e ha presentato gli obiettivi che la società si è prefissata per la fase che riguarda al 2030. Il BMW Group sta costruendo su solide fondamenta: negli ultimi anni e decenni, l'azienda ha ripetutamente fissato gli standard in termini di sostenibilità. Il principio del miglioramento continuo rimarrà al centro della strategia per ridurre le emissioni di CO₂ e aumentare l'efficienza delle risorse.

"Sono fermamente convinto che la lotta ai cambiamenti climatici e il modo in cui utilizziamo le risorse decideranno il futuro della nostra società e del BMW Group. Come azienda automobilistica premium, è nostra ambizione aprire la



strada alla sostenibilità. Questo è il motivo per cui stiamo assumendo la responsabilità qui e ora, rendendo questi temi centrali per la nostra strategia futura", ha affermato Oliver Zipse. "Questa nuova direzione strategica sarà integrata in tutte le divisioni - dall'amministrazione e gli acquisti allo sviluppo e produzione, fino alle vendite. Stiamo portando la sostenibilità al livello successivo."

Come parte di questo processo, il BMW Group sta fissando obiettivi chiari fino al 2030 per la riduzione della CO₂. Per la prima volta, questi si estendono all'intero ciclo di vita: dalla catena di approvvigionamento alla produzione fino alla fine della fase di utilizzo. L'obiettivo è ridurre significativamente le emissioni di CO₂ per veicolo **di almeno un terzo** nell'intero spettro. Per una flotta di circa 2,5 milioni di veicoli, prodotta dal BMW Group nel 2019, questo corrisponderebbe a una riduzione di oltre 40 milioni di tonnellate di CO₂ nel corso del ciclo di vita fino al 2030.

Consiglio di Amministrazione e gestione esecutiva da misurare rispetto agli obiettivi di sostenibilità

"Abbiamo preso un chiaro impegno in base all'accordo sul clima di Parigi. Con questa nuova strategia, stiamo quindi stabilendo un piano in linea con l'obiettivo di stare ben al di sotto dei due gradi. Non stiamo solo facendo dichiarazioni astratte - abbiamo sviluppato un piano decennale dettagliato con obiettivi intermedi annuali per il periodo fino al 2030 ", ha dichiarato Zipse. "Riferiremo sui nostri progressi ogni anno e ci misureremo con questi obiettivi. Anche il compenso del nostro Consiglio di Amministrazione e della direzione esecutiva sarà legato a questo".

A partire dal prossimo anno, il BMW Group pubblicherà i suoi dati finanziari e lo sviluppo generale del business in un **rapporto integrato** che includerà anche aggiornamenti sui suoi obiettivi di sostenibilità. "Questo non solo manda un chiaro segnale che consideriamo il nostro modello di business e la sostenibilità inseparabili, ma anche che sottoponiamo le nostre attività di sostenibilità a un controllo esterno e indipendente ancora più ampio rispetto al passato, perché la trasparenza è il modo migliore per rafforzare la credibilità", ha detto Zipse. Il BMW Group sta costruendo i suoi obiettivi sulla base delle linee guida della riconosciuta **Science-Based Targets Initiative** [<https://sciencebasedtargets.org/>], alla quale aderirà anche. Tra le altre cose,



ciò significa che sono incluse anche le emissioni di CO₂ derivanti dalla produzione di carburanti (approccio "well-to-wheel").

CO₂ da produzione e sedi da ridurre dell'80 per cento

Il BMW Group può influenzare direttamente le emissioni di CO₂ dei propri impianti e siti, dove è già un riferimento per la gestione efficiente delle risorse. Entro il 2030, l'azienda punta ad ottenere la maggiore riduzione del settore in questa area, seguendo quindi un **percorso più ambizioso** rispetto all'obiettivo di 1,5 gradi. Avendo già ridotto le emissioni per veicolo prodotto di oltre il 70% dal 2006, il BMW Group punta ora a ridurre le proprie emissioni (Scope 1 + 2 - Link) di un ulteriore 80% rispetto ai livelli del 2019 entro il 2030. Le emissioni di CO₂ saranno meno del 10% di quello che erano nel 2006. La leva principale per questo è la produzione, che genera circa il 90% delle emissioni Scope 1 e Scope 2 dell'azienda.

Oltre a rifornirsi di **energia sostenibile al 100%** a partire da quest'anno, il BMW Group investirà sistematicamente nell'ottimizzazione della sua efficienza energetica e nell'utilizzo delle opportunità offerte dalla digitalizzazione. Il BMW Group sta già applicando metodi come l'**analisi dei dati** per rendere più efficiente la sua produzione, ad esempio riducendo al minimo le parti di scarto nella carrozzeria e attraverso la manutenzione predittiva dei macchinari. L'azienda metterà in atto un'ulteriore incremento dell'utilizzo di fonti di energia rinnovabile nelle sue sedi in tutto il mondo. Anche l'uso di **idrogeno "verde"** può svolgere un ruolo importante nella generazione di energia in località idonee del BMW Group.

Oltre a questa significativa riduzione di sostanza, dal 2021 il BMW Group **compenserà completamente** le emissioni di CO₂ rimanenti (Scope 1 + 2) con certificati adeguati.

Riduzione delle emissioni di CO₂ su strada grazie a milioni di veicoli elettrificati

L'obiettivo è ridurre le emissioni di CO₂ dei veicoli del 40 % per chilometro percorso. La leva principale qui è una strategia di prodotto di vasta portata con una massiccia espansione della mobilità elettrica: in dieci anni, l'obiettivo è di avere un totale di **oltre sette milioni di veicoli elettrificati** del BMW



Group sulle strade - circa **due terzi** delle quali con **propulsione completamente elettrica**.

"I migliori veicoli al mondo sono sostenibili. Ecco perché premium e sostenibilità saranno ancor più indissolubilmente legati in futuro ", ha dichiarato Zipse. "Stiamo utilizzando la nostra eccezionale competenza tecnologica sia nell'hardware che nel software non solo per rendere desiderabili questi veicoli, ma anche per contribuire a ridurre la CO₂ attraverso di essi." Di conseguenza, il BMW Group è anche sulla buona strada per raggiungere quest'anno gli obiettivi di CO₂ della flotta nell'UE.

Strategia di prodotto: modelli completamente elettrici in serie di grandi volumi

Il BMW Group è già un fornitore leader di veicoli elettrificati: entro la fine del 2021, il BMW Group offrirà cinque veicoli di produzione completamente elettrici: la **BMW i3** *, la **MINI Cooper SE** *, la **BMW iX3** *, la **BMW iNEXT** e la **BMW i4**. Un'altra pietra miliare sarà la prossima generazione della **BMW Serie 7**. L'ammiraglia del marchio BMW sarà disponibile con quattro diverse tecnologie di trasmissione: con un motore diesel o benzina altamente efficiente con tecnologia a 48 volt, come ibrido plug-in elettrificato e, per la prima volta, come modello BEV completamente elettrico. Entro il 2023 l'azienda avrà 25 modelli elettrificati sulle strade, metà dei quali completamente elettrici.

Oltre alla BMW Serie 7, l'elettrificazione completa verrà implementata in tutta la gamma di modelli: ulteriori esempi di "**Power of Choice**" saranno la **BMW X1** di grande tiratura e la **BMW Serie 5**, che in futuro saranno anch'esse disponibili con tutte e quattro le varianti di trasmissione: completamente elettrico, ibrido plug-in, diesel e benzina con tecnologia a 48 volt.

Il BMW Group quest'anno ha anche iniziato a utilizzare la **connettività** estesa dei suoi veicoli per aumentare la quantità di strada percorsa in modalità elettrica dagli ibridi plug-in. I modelli con tecnologia **eDrive Zones** passano automaticamente alla modalità elettrica pura non appena entrano in una zona ecologica predefinita in circa 80 città europee. Man mano che la disponibilità si espande in più Paesi e città, sarà possibile aumentare la percorrenza in elettrico degli ibridi plug-in in un numero crescente di aree urbane.



Nell'ambito della sua strategia **Efficient Dynamics**, il BMW Group continuerà anche a lavorare per ridurre il consumo di carburante dei propulsori convenzionali per renderli sempre più efficienti.

L'implementazione in corso della tecnologia a 48 volt è un altro elemento di riduzione della CO₂.

CO₂ nella catena di approvvigionamento: riduzione significativa invece di grande aumento

Con la crescita della mobilità elettrica, sarà necessario prestare molta più attenzione al valore aggiunto a monte per ridurre la CO₂, ad esempio guardando alla produzione ad alta intensità energetica di batterie ad alta tensione. Perché, senza **misure correttive**, la quota crescente di veicoli elettrificati significherebbe che le emissioni di CO₂ per veicolo della catena di approvvigionamento del BMW Group aumenterebbero di oltre un terzo entro il 2030.

L'azienda non solo vuole evitare questo aumento, ma anche ridurre le emissioni di CO₂ per veicolo del 20% rispetto ai livelli del 2019. Uno dei modi in cui il BMW Group sta facendo questo è la definizione dell'**impronta ecologica** di ogni fornitore come **criterio decisionale** nei processi di aggiudicazione degli **appalti**. L'azienda è all'avanguardia come **primo produttore di automobili** a stabilire obiettivi concreti di CO₂ per la sua catena di fornitura, che comprende circa 12.000 partner di livello 1 in tutto il mondo che forniscono materiali e componenti per veicoli, oltre a fornitori aggiuntivi che forniscono attrezzature o strumenti di produzione. Il BMW Group ha un volume totale di acquisti di oltre 60 miliardi di euro all'anno; circa due terzi di questo importo sono destinati alla produzione diretta di veicoli.

“La CO₂ deve essere ridotta in collaborazione tra produttori e fornitori. Se vuoi convincere i partner, devi essere un modello di comportamento. In quanto leader nella sostenibilità, ciò che diciamo conta molto per i nostri fornitori, quindi sfruttiamo la nostra reputazione in questo senso”, ha affermato Zipse. “Il nostro obiettivo è garantire la **filiera di approvvigionamento più sostenibile** dell'intero settore”. Per raggiungere questo obiettivo, il BMW Group non si sta solo concentrando sul livello più alto dei suoi fornitori di livello 1, ma sta anche cercando di ancorare il tema della sostenibilità in tutta la sua catena di approvvigionamento.



Il BMW Group ha già raggiunto un accordo contrattuale con i suoi produttori di celle che useranno solo **energia verde** per produrre le batterie di quinta generazione. Ciò consentirà di risparmiare un totale di circa dieci milioni di tonnellate di CO₂ nei prossimi dieci anni. Questa è approssimativamente la quantità di CO₂ che una città di oltre un milione di abitanti, come Monaco, emette ogni anno. La società espanderà in modo significativo il proprio uso di energia verde e, nei prossimi anni, lavorerà con i suoi fornitori di componenti e materie prime per fare lo stesso in tutta la catena di approvvigionamento. In questo modo, il BMW Group mira a garantire che i suoi partner combattano i cambiamenti climatici con gli stessi suoi determinazione e **impatto**.

Economia circolare per una gestione responsabile delle risorse

Oltre a ridurre le emissioni di CO₂, la gestione delle risorse svolge anche un ruolo centrale nel modello di business del BMW Group: ad esempio, l'elettromobilità non può fare affidamento esclusivamente sulle materie prime a lungo termine. Il **flusso di risorse** sottostante **deve cambiare**. Rendendo più trasparente la catena del riciclo, il BMW Group mira a creare materiale secondario di alta qualità e riuscire a monitorare l'ulteriore utilizzo effettivo delle materie prime nel ciclo. "Il nostro obiettivo è chiaro: vogliamo chiudere ulteriormente i cicli dei materiali per proteggere le risorse limitate della natura e utilizzarle in modo ancora più efficiente", ha dichiarato Zipse.

I veicoli devono già essere riciclabili al 95 per cento, ma la percentuale di materiale secondario nei nuovi veicoli è ancora relativamente bassa. Questo è il motivo per cui il BMW Group intende aumentare significativamente la quota di **materie prime secondarie** nei suoi veicoli entro il 2030 - e sta anche esplorando scenari di vasta portata. Il materiale secondario riduce sostanzialmente le emissioni di CO₂ rispetto ai materiali primari: di un fattore di circa 3-4 per l'alluminio e di un fattore 2-3 per il cobalto, il nichel e il litio. Ridurre al minimo la quantità di nuove estrazioni necessarie è anche essenziale per conservare le risorse e ridurre il potenziale di conflitto, specialmente per le materie prime critiche.

L'economia circolare svolge un ruolo particolarmente cruciale quando si tratta di **batterie ad alta tensione** per veicoli elettrificati, che utilizzano una serie di materie prime essenziali. Sebbene l'Unione Europea richieda attualmente un tasso di riciclo solo del 50 per cento per le batterie ad alta



tensione, il BMW Group ha collaborato con lo specialista tedesco del riciclo Duesenfeld per sviluppare un metodo che può raggiungere un **tasso di riciclo** fino al 96 per cento, inclusi grafite ed elettroliti. Il BMW Group ritira già tutte le batterie ad alta tensione BMW usate in tutto il mondo, anche se non vi sono requisiti legali per farlo. Prima del riciclo è possibile un **secondo utilizzo** delle batterie negli impianti di accumulo di energia come quello della fabbrica del BMW Group di Lipsia.

Il BMW Group sta inoltre sperimentando strumenti digitali, fino alla **tecnologia blockchain**, per tracciare e verificare i flussi globali delle merci. Il progetto PartChain, ad esempio, consente la raccolta di dati a prova di manomissione e costantemente verificabili nella catena di approvvigionamento. In futuro, le materie prime essenziali, in particolare, potrebbero essere tracciate dalla miniera alla fonderia.



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Telefono: +39 0251610088
E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

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/bmwgroup/>