



Comunicato stampa
6 aprile 2021

Il BMW Group protegge le profondità marine

- **Il BMW Group si impegna per una supply chain più sostenibile**
- **Esclusione dalla supply chain del BMW Group dei minerali provenienti dall'estrazione mineraria in alto mare come misura precauzionale.**
- **Economia circolare per la gestione delle risorse**

Monaco. Il BMW Group ha lanciato un'iniziativa per proteggere le profondità marine in collaborazione con il WWF Germany. In una dichiarazione congiunta, il BMW Group, il WWF e aziende di altri settori si impegnano, come misura precauzionale, a non utilizzare minerali provenienti dalle profondità oceaniche e a non finanziare l'estrazione mineraria in acque profonde fino a quando non sarà stata condotta una ricerca scientifica completa sull'impatto dell'estrazione mineraria e non saranno state valutate chiaramente le conseguenze per l'ambiente.

Patrick Hudde, Head of Supply Chain Sustainability and Indirect Purchasing Raw Materials Management del BMW Group: "Il BMW Group aspira ad essere uno dei produttori automobilistici più sostenibili e ha costruito standard elevati nelle proprie supply chain con questo obiettivo. L'approvvigionamento delle materie prime richiede particolare attenzione. Attualmente non esistono sufficienti evidenze scientifiche per poter valutare i rischi ambientali dell'estrazione in alto mare. Per questo motivo, le materie prime provenienti da questo tipo di estrazioni attualmente non rappresentano un'opzione per il BMW Group".

A causa della crescente domanda di materie prime in generale, i giacimenti minerari marini hanno recentemente guadagnato una maggiore attenzione pubblica. In particolare, i noduli di manganese (noduli polimetallici), le croste di ferro e manganese ricche di cobalto, così come il solfuro massiccio e i

fanghi ricchi di minerali, potrebbero attirare l'interesse delle compagnie minerarie. Alcuni esperti ritengono che potrebbero rappresentare un'alternativa valida ai minerali provenienti dall'estrazione terrestre. Tuttavia, la maggioranza degli esperti rimane complessivamente scettica, a causa della mancanza di analisi scientifiche.

La strategia di sostenibilità del BMW Group si basa anche su un approccio efficiente dal punto di vista delle risorse che promuove cicli dei materiali chiusi - con l'obiettivo di aumentare significativamente la percentuale di materiale secondario nei veicoli. L'azienda impiega già fino al 50% di alluminio secondario, 25% di acciaio secondario e fino al 20% di termoplastica secondaria. Queste percentuali dovrebbero continuare ad aumentare in futuro. Un utilizzo più ampio di materiali secondari aiuterà a ridurre la necessità di materie prime primarie nel lungo periodo.

Il BMW Group si impegna inoltre a rispettare elevati standard di sostenibilità nelle proprie supply chain. Ad esempio, i fornitori di materie prime dovranno essere certificati secondo gli elevati standard dell'Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA) per poter lavorare con il BMW Group.

Il BMW Group e il WWF danno il benvenuto anche a Google, Samsung SDI e Volvo Group che hanno aderito all'iniziativa per proteggere le profondità marine e sono fiduciosi che anche altre aziende si uniranno. Patrick Hudde, head of Supply Chain Sustainability and Indirect Purchasing Raw Materials Management, BMW Group: "L'iniziativa rimane aperta ad altri partecipanti. Saremmo lieti se altre aziende si unissero a noi - specialmente dalle nostre supply chain."

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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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/bmw-group/>