



Comunicato stampa
17 novembre 2021

Il BMW Group alla COP 26, il vertice sul clima dell'ONU a Glasgow: "Basta aspettare. Basta con le strategie. È il momento di agire. Adesso!"

+++ Oliver Zipse ha tenuto un discorso d'apertura al Sustainable Innovation Forum +++ Approccio olistico ed efficace per ridurre le emissioni di CO₂ +++ L'economia circolare sarà fondamentale +++

Monaco/Glasgow. È un impegno che nasce dalla consuetudine e dalla responsabilità: il BMW Group ha infatti partecipato a ogni vertice ONU sul clima dal 2008. Alla COP 26 di quest'anno a Glasgow, ancora una volta il Gruppo si è proposto come fornitore di soluzioni di mobilità innovative per la lotta al cambiamento climatico. Il BMW Group è stato presente con la BMW i Vision Circular, prodotta al 100% con materiali secondari, come chiara dichiarazione delle sue ambizioni. Il Gruppo è inoltre impegnato attivamente nel dialogo con gli stakeholders e i partner di Glasgow, per discutere sia le questioni irrisolte sia una serie di possibili soluzioni.

Il BMW Group come partner del Sustainable Innovation Forum

Il BMW Group è partner del Sustainable Innovation Forum (SIF) sin dall'Accordo sul Clima di Parigi del 2015. Il SIF è uno dei forum economici più importanti nel quadro della COP e riunisce rappresentanti politici, delle città, delle ONG, del mondo finanziario e dell'industria. Quest'anno, per la prima volta, Oliver Zipse, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, ha tenuto il discorso d'apertura dell'evento di tre giorni a Glasgow, fissando chiare priorità: "La chiave per la sostenibilità sta nell'innovazione: nelle tecnologie innovative, ma anche nel pensiero creativo che non accetta limitazioni. Soprattutto, dobbiamo scegliere e seguire insieme un percorso vincolante e con obiettivi chiari. Sempre secondo il motto: Basta aspettare. Basta con le strategie. È il momento di agire. Adesso".



Il BMW Group si impegna a raggiungere l'obiettivo della totale neutralità climatica entro il 2050

Ogni grammo di CO₂ conta - non importa dove sia stato prodotto. Qualsiasi tecnologia disponibile che serva a ridurre le emissioni deve essere utilizzata. Per il 2030 il BMW Group si è posto un obiettivo intermedio saldo e verificabile lungo tutta la filiera: ridurre le emissioni di CO₂ dei suoi veicoli di almeno il 40% - a partire dalla materia prima, passando per la supply chain, la produzione e la fase di utilizzo, fino al riciclo. La verificabilità di tale riduzione avviene attraverso l'Integrated BMW Group Report, che documenta gli indicatori di sviluppo trattandoli con la stessa importanza dei parametri economici.

Il BMW Group è anche membro della Science-Based Targets Initiative (SBTI) e ha sottoscritto l'impegno "Business Ambition for 1,5°C" prima della COP 26. Questo è un passo importante, in linea con l'obiettivo più ambizioso dell'Accordo sul clima di Parigi e impegna il Gruppo a perseguire l'obiettivo della totale neutralità climatica entro il 2050.

Entro il 2030, oltre il 50% delle vendite sarà completamente elettrico - MINI e Rolls-Royce all-electric in dieci anni

Il BMW Group ha lanciato la BMW i3, la prima auto elettrica prodotta in Germania su larga scala, nel 2013. Entro il 2030, più del 50% delle vendite annuali di veicoli sarà completamente elettrica. Inoltre, i due marchi britannici, Rolls-Royce e MINI, saranno esclusivamente all-electric a partire dall'inizio del 2030. A questo proposito, Oliver Zipse ha sottolineato l'importanza di costruire più infrastrutture allo stesso tempo: "L'incremento dell'elettromobilità è l'elemento più importante sulla strada verso una mobilità a zero impatto sul clima. Ma anche nei Paesi industrializzati c'è ancora un grande ostacolo: la mancanza di infrastrutture".

Economia circolare: il più puro piacere di guidare

Un altro punto focale per il BMW Group è l'economia circolare: gli esseri umani consumano più di 100 miliardi di tonnellate di materie prime ogni anno - e questo numero è in aumento. Inoltre, la lavorazione di molte delle principali materie prime è estremamente dispendiosa in termini di energia e quindi



anche di emissioni di CO₂. Ecco perché il BMW Group sta portando avanti la visione di un'economia circolare, con l'obiettivo di mantenere le materie prime nel ciclo di produzione il più a lungo possibile. La BMW i Vision Circular è a Glasgow sia come dimostrazione che per innescare un dibattito. Dimostra in maniera tangibile come un veicolo possa essere prodotto usando il 100% di materiali secondari - e le relative sfide.

BMW Group Dialogue 2021 - realizzare il cambiamento insieme ai partner

Il BMW Group ha già avviato un dialogo multilaterale sul tema dell'economia circolare a Glasgow il 7 novembre. I veicoli del BMW Group sono composti da materiali secondari per circa il 30%. In futuro, il Gruppo mira ad aumentare questa percentuale al 50%. Durante l'evento il BMW Group ha dialogato con circa 25 stakeholder internazionali di alto livello su come poter raggiungere questo traguardo e quali siano gli ostacoli da superare. Oltre al dottor Thomas Becker, vicepresidente del BMW Group per la sostenibilità e la mobilità, anche il professor Michael Braungart, famoso pioniere del Cradle-to-Cradle, ha fatto da elemento catalizzatore durante la discussione.



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 1.000 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/>