

Informacja prasowa
16 października 2020 r.

W 24 godziny dookoła świata: pierwszy Cyfrowy Dialog BMW Group

**Dr Andreas Wendt rozmawia z ekspertami
o odpowiedzialności w łańcuchu dostaw.**

**Ekologiczny łańcuch dostaw jest ważny dla około 78%
respondentów badania rynku.**

Monachium. Dnia 5 i 6 października BMW AG po raz pierwszy zorganizowała Cyfrowy Dialog BMW Group, który odbył się na całym świecie z udziałem międzynarodowych gości. Na spotkaniach w Ameryce, Azji i Europie dialog ten zgromadził najważniejszych interesariuszy na całym świecie i zapoczątkował szeroką dyskusję na temat zrównoważonego rozwoju w łańcuchu dostaw. Dr Andreas Wendt, członek zarządu BMW AG, powitał widzów na żywo na Forum Przyszłości BMW Welt.

Dopiero 27 lipca Oliver Zipse, prezes zarządu BMW AG, przedstawił cele, do których realizacji firma zobowiązała się do 2030 roku. — Najlepsze samochody na świecie są zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju. Dlatego też jakość premium i ekologiczny charakter będą w przyszłości nierozdzielnie związane bardziej niż kiedykolwiek wcześniej — powiedział Zipse, obiecując zakotwiczyć zrównoważony rozwój we wszystkich działach, od administracji i zaopatrzenia poprzez rozwój i produkcję aż po sprzedaż. Podkreślono konkretne cele, takie jak redukcja CO₂ do roku 2030 i odpowiedzialne wykorzystanie zasobów. Główny nacisk kładzie się na redukcję CO₂, ponieważ po raz pierwszy bierze się pod uwagę cały cykl życia produktu, począwszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż do końca fazy użytkowania.

W ramach Cyfrowego Dialogu BMW Group BMW AG przeprowadziła badanie rynku, które pokazuje rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju dla współczesnego społeczeństwa. Na przykład, ekologiczny łańcuch dostaw odgrywa ważną lub bardzo ważną rolę przy zakupie produktu dla około 78% badanych. Ponadto prawie 90% badanych stwierdziło, że unika produktów, których łańcuchy wartości są problematyczne. Wyniki te pokazują, jak ważny i decydujący jest łańcuch wartości dla dużej części społeczeństwa.

BMW Group Polska

Adres:

ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon

*48 (0)22 279 71 00

Fax

+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl

Informacja prasowa

Data 16 października 2020 r.

Temat **W 24 godziny dookoła świata: pierwszy Cyfrowy Dialog BMW Group.**

Strona 2

W rozmowach doszło do wymiany pomysłów pomiędzy udziałowcami i ekspertami BMW Group, jak podkreśla dr Andreas Wendt, członek zarządu BMW AG.

Cyfrowy Dialog BMW Group jest kontynuacją tradycji Dialogów BMW, które odbywają się na całym świecie od 2011 roku. Poprzednie dialogi dostarczyły już cennych spostrzeżeń, wyzwań i rozwiązań dotyczących odpowiedzialności przedsiębiorstw. Ich celem jest kompleksowy proces uczenia się i ciągły rozwój pomysłów, aby pomóc w osiągnięciu pożądanых celów zrównoważonego rozwoju.

Głosy z dialogu w Ameryce

Leah Butler, dyrektor wykonawczy organizacji Responsible Business Alliance, USA: „Zrównoważony rozwój polega na osiąganiu długoterminowych pozytywnych efektów dla ludzkości i planety. Jednym z najważniejszych aspektów zrównoważonego rozwoju jest więc sposób, w jaki dbamy o przyszłe pokolenia”.

Patrick Hudde, dyrektor ds. zarządzania surowcami w BMW AG: „Naszym celem jest bycie liderem w tej dziedzinie i posiadanie najbardziej zrównoważonego łańcucha dostaw w światowym przemyśle motoryzacyjnym”.

Głosy z dialogu w Azji i Oceanii

Jack Wyse (Senior Digital Sourcing + Sustainability Analyst; John Lewis + Partners Hong Kong): „Pytanie brzmi: gdzie konsumenci chcą wydawać więcej pieniędzy? Uważam, że dla wielu konsumentów istnieje nieodłączny związek między ekologią a jakością. Zatem kiedy mówimy, że kupujemy produkt ekologiczny, to również dlatego, że chcemy produktu, który jest rzeczywiście lepszy”.

Głosy z dialogu w Europie i Oceanii

Janne Werning (dyrektor ESG Capital Markets w Union Investment, Niemcy): „Patrzemy na ryzyko korporacyjne z punktu widzenia inwestora. Dlatego zrównoważony rozwój i łańcuch dostaw są bardzo ważne”.

Informacja prasowa

Data 16 października 2020 r.

Temat **W 24 godziny dookoła świata: pierwszy Cyfrowy Dialog BMW Group.**

Strona 3

Claudia Becker (Senior Expert Supply Chain Management, BMW AG): „W BMW Group przeprowadzamy opartą na ryzyku analizę surowców używanych do produkcji samochodu. Obecnie skupiamy się na krytycznych łańcuchach wartości (takich jak kobalt i lit), a ponadto mamy mapę drogową dotyczącą sposobu, w jaki możemy osiągnąć 18 surowców do 2030 r.”.

Filmy z tego wydarzenia można znaleźć tutaj:

<https://www.bmwgroup.com/en/responsibility/stakeholder-engagement/bmw-group-dialogue.html>

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2019 firma BMW Group sprzedała ponad 2,5 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień poniedziałek, 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 133 778 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu dostaw, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

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>