



Información para los medios

8 de septiembre de 2022

En el mercado a partir de 2023: Modelos de BMW y MINI con interiores veganos.

+++ Sostenibilidad en la producción de vehículos gracias a materiales innovadores de base biológica que sustituyen a las materias primas de origen animal +++ La sustitución del cuero reduce las emisiones de CO₂e en un 85% +++

El Grupo BMW tiene previsto lanzar sus primeros vehículos con interiores completamente veganos en 2023. Esto será posible sobre todo gracias al desarrollo de materiales innovadores con propiedades similares a las del cuero. También será posible utilizar estos materiales para las superficies de los volantes, que deben cumplir criterios exigentes en cuanto a su tacto, aspecto premium y resistencia al desgaste. Los interiores totalmente veganos estarán disponibles por primera vez para los modelos de BMW y MINI a partir de 2023. El Grupo BMW atiende así a la demanda de interiores veganos y sin cuero, que seguirá aumentando en un futuro próximo, especialmente en Estados Unidos, China y Europa.

La reducción de las emisiones de CO₂ a lo largo de todo el ciclo de vida de un vehículo es el objetivo central del Grupo BMW en el camino hacia la neutralidad climática, que debe alcanzarse a más tardar en 2050. La selección de materiales tiene un papel fundamental para lograr este objetivo. La sustitución de las materias primas de origen animal contribuye de forma significativa a aumentar la sostenibilidad en la producción de vehículos. Con la introducción de un nuevo material de superficie para los volantes, la proporción de componentes del vehículo que contienen restos de materias primas de origen animal se reducirá a menos del 1% en los respectivos vehículos BMW y MINI. Como resultado, estos materiales ahora sólo se encontrarán en áreas que no son visibles para el cliente, por ejemplo, en diversas sustancias cerosas como la gelatina utilizada en los revestimientos protectores, la lanolina en las pinturas, el sebo como aditivo en los elastómeros y la cera de abejas como fundente para las pinturas.

El Grupo BMW lleva mucho tiempo ofreciendo diversas alternativas de tejido al cuero. Ahora, por primera vez, es posible ofrecer un sustituto adecuado del cuero para la interfaz más importante entre el conductor y el vehículo. Las superficies del volante deben cumplir

criterios exigentes en cuanto a su aspecto, resistencia al desgaste y durabilidad. "Con un volante fabricado con un material de superficie vegana de alta calidad, cumplimos los deseos de nuestros clientes, que no quieren hacer concesiones en cuanto a aspecto, tacto y funcionalidad. El innovador material resiste el desgaste causado por la abrasión, la transpiración y la humedad, y tiene todas las propiedades deseables del cuero", afirma Uwe Köhler, jefe de Desarrollo de Carrocería, Tapicería Exterior e Interior de BMW Group. El único rasgo distintivo del nuevo material será un nuevo efecto de grano en el aro del volante.

Las superficies sin cuero reducen las emisiones de CO2e en un 85%.

El hecho de que ahora exista un material de superficie vegano de alta calidad con propiedades equivalentes a las del cuero auténtico que se utilizaba anteriormente en la producción de volantes representa otro gran paso hacia la reducción de las emisiones de CO2. El nuevo material de la superficie del volante reduce las emisiones de CO2e a lo largo de la cadena de valor en aproximadamente un 85% en comparación con el cuero. Hasta ahora, la mayor parte de las emisiones producidas, alrededor del 80%, eran en forma de gas metano procedente de la cría de ganado. El 20% restante correspondía a la transformación de la piel de vaca, que requiere mucha energía y agua.

La neutralidad climática y la economía circular son las principales prioridades.

Para alcanzar el objetivo de la neutralidad climática, el Grupo BMW apuesta por el uso de electricidad verde en la producción y en la cadena de suministro, por un aumento constante de la proporción de materiales secundarios y materias primas naturales, por motores eléctricos y motores de combustión altamente eficientes y por una elevada tasa de reciclaje en línea con los principios de la economía circular.

Todo está en los detalles: Las alfombrillas de los distintos modelos se fabrican con un solo material, evitando así las mezclas de materiales difíciles de reciclar. Como resultado, el Grupo BMW ahorra cada año unas 23.000 toneladas de CO2 y otras 1.600 toneladas de residuos, ya que las alfombrillas recicladas y el material de desecho se reutilizan también en el proceso de producción.

La investigación y el desarrollo en el campo de las materias primas secundarias y los materiales sostenibles son una prioridad absoluta. Las futuras generaciones de vehículos ofrecerán otras alternativas atractivas al cuero. El Grupo BMW está trabajando con empresas de nueva creación para desarrollar materiales innovadores de base biológica. En comparación con los cueros sintéticos que se utilizaban hasta ahora, éstos suponen un 45% menos de emisiones de CO2. Mirum™, que es 100% de base biológica y no contiene petróleo, tiene el potencial de imitar todas las propiedades del cuero tradicional. Otro nuevo material,

Deserttex™, está hecho de fibras de cactus pulverizadas con una matriz de poliuretano de base biológica. Con estos materiales, la sustitución de las materias primas de origen animal puede combinarse con una importante reducción del CO2.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2021, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 194.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2021 fueron de aproximadamente 16,100 millones de euros sobre unos ingresos que ascendieron aproximadamente a 111,200 millones de euros. A 31 de diciembre de 2021, el Grupo BMW tenía 118.909 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa fijó el rumbo del futuro en una fase temprana y hace que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean sistemáticamente el centro de su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción, hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

www.mini.es

Facebook: <http://www.facebook.com/MINI.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/MINIEspana>

Instagram: <http://instagram.com/miniespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/MINIEspana>