

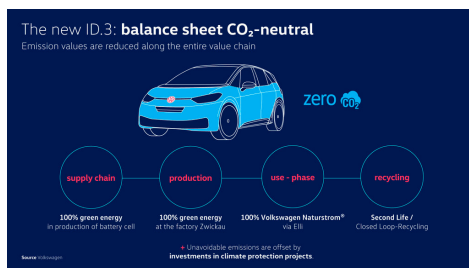


18 czerwca 2020

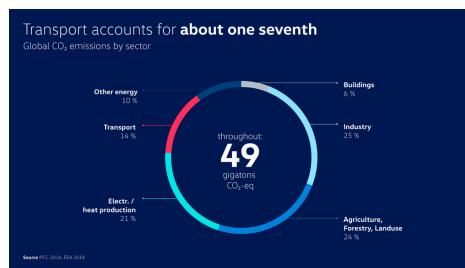
Rozmowa o śladzie węglowym samochodów elektrycznych w szóstym odcinku podcastu „Elektrycznie tematyczni”

- do 2025 roku Volkswagen zmniejszy o 30 procent w stosunku do roku 2015 ślad węglowy produkowanych przez siebie samochodów osobowych
- zgodnie z założeniami Paryskiego Porozumienia Klimatycznego do 2050 roku marka Volkswagen zamierza stać się przedsiębiorstwem neutralnym pod względem emisji CO₂

Gośćmi szóstego odcinka podcastu „Elektrycznie Tematyczni” są dr inż. Piotr Piórkowski z Politechniki Warszawskiej oraz Tomasz Tonder, dyrektor PR & Corporate Affairs Volkswagen Group Polska. Razem z prowadzącymi – Katarzyną Frendl i Pawłem Pilarczykiem – dyskutują o tzw. „śladzie węglowym” samochodów elektrycznych.



ID.3 – pierwszy model Volkswagena produkowany w sposób neutralny pod kątem emisji CO₂



W globalnym rozrachunku transport odpowiada za 14 procent emisji dwutlenku węgla

74% ankietowanych w badaniu Insightout Lab i marki Volkswagen Polaków deklaruje, że ekologia i ochrona środowiska istotnie wpływają na ich decyzje dotyczące zakupu produktów (15 proc. respondentów odpowiedziało „zdecydowanie tak” i 59 proc. „raczej tak”). Te deklaracje wskazują, że zainteresowanie zakupem samochodu elektrycznego może rosnąć: według Transport & Environment jazda autem elektrycznym w Polsce, mimo że produkcja energii elektrycznej w naszym kraju jest „najbrudniejsza” w Europie, powoduje o 26 procent mniejszą emisję dwutlenku węgla niż jazda samochodem z silnikiem diesla i o 31 procent mniejszą niż autem z silnikiem benzynowym.

Pierwszym modelem Volkswagena, który już we wrześniu trafi do pierwszych klientów w Polsce jako pojazd neutralny pod względem emisji CO₂ jest Volkswagen ID.3. W ubiegłym roku koncern przyjął strategię tzw. dekarbonizacji i do 2050 roku zamierza stać się przedsiębiorstwem neutralnym pod względem emisji dwutlenku węgla. W ciągu najbliższych 5 lat Grupa Volkswagen zmniejszy o 30 procent w stosunku do roku 2015 ślad węglowy produkowanych przez siebie aut osobowych i lekkich dostawczych. Koncern zamierza skutecznie i trwale zmniejszać ilość CO₂, stopniowo przechodząc na wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych i równoważyć emisję CO₂, której nie da się uniknąć.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl





Informacja prasowa

ID.3 produkowany w zakładach w Zwickau powstaje przy całkowicie neutralnym bilansie CO₂ w całym procesie produkcji – od dostaw po montaż. Postawiono np. na konsekwentne wykorzystanie energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych. Emisję CO₂, której w procesie produkcji nie udało się uniknąć, zrekompensowano uczestnictwem w certyfikowanych projektach służących ochronie klimatu. Środki, które służą ograniczeniu emisji CO₂ w produkcji obejmują m. in. energooszczędną produkcję ogniw akumulatorów. Z dostawcami uzgodniono, że do produkcji ogniw będą używali wyłącznie energii ze źródeł odnawialnych, co ma spory wpływ na poprawę bilansu CO₂ w pełnym okresie „życia” samochodu elektrycznego.

Zarówno najnowszy, jak i pozostałe odcinki podcastu można znaleźć na największych platformach podcastowych: Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Stitcher i YouTube oraz na stronie internetowej

<https://www.volkswagen.pl/pl/elektromobilnosc/elektrycznie-tematyczni/odcinek-06-co-z-tym-co2-porozmawiajmy-o-sladzie-weglowym-aut-elektrycznych.html>

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2019 roku Volkswagen wyprodukował około 6,28 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 195.878 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 10.000 punktów dealerskich, w których pracuje 86.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
