

V O L V O

Muotinäytöksistä moottoriteille: Volvo Cars suunnittelee 3.1 Phillip Limin kanssa ympäristöystävällisen viikonloppulaukun

Volvo Cars ja muotitalo 3.1 Phillip Lim ovat sitoutuneet kestäväan kehitykseen sekä biopohjaisista ja kierrätetyistä lähteistä valmistettujen materiaalien käyttöön. Nyt yritykset ovat yhdistäneet voimansa ja suunnitelleet uuden ylellisen asusteen, joka on valmistettu Volvon sisustusmateriaaleista.

3.1 Phillip Lim on maailmankuulu muotibrändi ja vastuullisen muodin edelläkävijä. Se halusi suunnitella Volvon kanssa erityisen viikonloppulaukun ympäristötietoiselle matkaajalle.

3.1 Phillip Lim on tunnettu kierrätettyjen materiaalien hyödyntämisestä ja muun muassa levästä valmistetuista hiilineutraaleista vaatteista. Yritys etsii vaihtoehtoisia materiaaleja luodakseen ylellistä ja mutkatonta tyyliä ja mullistaakseen samalla koko modernin muotiteollisuuden.

Designer-viikonloppulaukku on valmistettu Volvon uudesta ympäristöystävällisestä sisustusmateriaalista, joka tunnetaan nimellä Nordico. Volvo ilmoitti aikaisemmin tänä vuonna, että uudesta C40 Recharge -täyssähkömallista alkaen Volvon täyssähköautoissa ei käytetä lainkaan nahkaa. Tällainen sitoutuminen kuvastaa Volvon halua etsiä aktiivisesti laadukkaita ja ympäristöystävällisiä lähteitä monille autoteollisuudessa käytettäville materiaaleille.

Nordico on uusi laadukas ja innovatiivinen Volvon kehittämä materiaali, joka otetaan käyttöön merkin seuraavan sukupolven täyssähköautoissa. Se koostuu tekstiileistä, joissa on käytetty kierrätettyä materiaalia, kuten PET-pulloja, Ruotsin ja Suomen kestäväan kehityksen metsistä peräisin olevia biomateriaaleja sekä viiniteollisuudesta kierrätettyjä korkkeja. Nordico luo uusia standardeja premium-autojen sisustukselle.

Viikonloppumatkoille täydellisesti sopiva laukku on saanut innoituksena skandinaavisesta muotoilusta ja käytännöllisyydestä.

Ekotietoinen laukku on saanut vaikutteita kestävästä ylellisyydestä. Tämä suuntaus nostettiin esiin *The rise of conscious design* -raportissa, jonka laativat yhteistyössä Volvo ja johtava muoti-ilmiöitä tutkiva The Future Laboratory. Raportissa tutkittiin tulevaisuuden materiaaleja, ja sen mukaan nousevaa trendiä ohjaa halu käyttää ympäristöystävällisiä materiaaleja laadusta tinkimättä.

Vaikka laukku ei ole myynnissä sen rajoitetun kappalemäärän vuoksi, ihmisillä on silti mahdollisuus saada se itselleen paikallisten markkina-aloitteiden, kuten arvontojen, kautta.

“Kestävä kehitys on ollut osa 3.1-brändiä alusta asti. Tavoittelemme kaikessa toiminnassamme kestäväa tasapainoa. Merkkimme ohjenuora on valmistaa vähemmän mutta vaikuttaa enemmän. Yhteistyö Volvon kanssa tässä kestäväan kehityksen projektissa sopi arvoihimme täydellisesti. Meillä pitää olla vapaus etsiä kestäviä ratkaisuja uusien materiaalien kanssa ja silti saavuttaa korkeaa laatua. Tämä on

äärimmäistä ylellisyyttä”, 3.1 Phillip Limin perustaja ja luova johtaja Phillip Lim sanoo.

“Meillä on visio siitä, mihin suuntaan meidän pitää tulevaisuudessa mennä. Ensimmäinen askel on varmistaa kestävä kehityksen mukaisten, luonnollisten ja kierrätettävien materiaalien hyödyntäminen. Yhteistyö 3.1 Phillip Limin kanssa tulevaisuuden materiaaleista innoituksensa saaneen laukun suunnittelussa on yksi tapa haastaa muotoiluteollisuus harkitsemaan näitä materiaaleja. Suunnittelimme sitten muotinäytöksiä tai autojen sisustuksia, meillä on yhteinen vastuu etsiä kestävä kehityksen mukaisia vaihtoehtoisia materiaaleja”, Volvon muotoilujohtaja Robin Page toteaa.

Koko versio raportista *The rise of conscious design: a report about tomorrow's materials* on [TÄÄLLÄ](#).

8.10.2021

Volvo Car Finland

PR & Communications Mia Pelttari
mia.pelttari@volvocars.com, puh. 0400-441117
Korkearesoluutioisia kuvia, videoita: www.media.volvocars.com
Kaikki videot löytyvät [täältä](#)
www.volvocars.fi
www.linkedin.com/company/volvo-car-finland/

Volvo Car Group vuonna 2020

Tilivuonna 2020 Volvo Car Group saavutti liikevoitoksi 834,5 miljoonaa euroa (1 403,9 miljoonaa euroa vuonna 2019). Tuotot jakson aikana olivat yhteensä 25,8 miljardia euroa (26,9 miljardia euroa). Vuoden 2020 kansainvälinen myynti käsitti 661 713 (705 452) autoa, mikä merkitsi 6,2 prosentin laskua vuoteen 2019 verrattuna.

Tietoja Volvo Car Groupista

Volvo on perustettu vuonna 1927. Nykypäivänä Volvo on yksi maailman tunnetuimmista ja arvostetuimmista automerkeistä. Yhtiön myynti oli vuonna 2020 yhteensä 661 713 autoa noin 100 maassa. Volvo on ollut Zhejiang Geely Holdingin omistuksessa vuodesta 2010 lähtien.

Volvolla oli vuoden 2020 joulukuussa keskimäärin 40 000 (41 500) kokopäiväistä työntekijää. Volvon pääkonttori sekä tuotekehitys-, markkinointi- ja hallintotoiminnot sijaitsevat pääasiassa Göteborgissa, Ruotsissa. Volvon APAC-alueen pääkonttori sijaitsee Shanghaissa ja Amerikan pääkonttori Mahwahissa, New Jerseyssä. Yhtiön päätuotantolaitokset sijaitsevat Göteborgissa (Ruotsi), Gentissä (Belgia), Etelä-Carolinassa (USA) sekä Chengdussa ja Daqingissa (Kiina).

Volvo haluaa tarjota asiakkailleen liikkumisen vapautta henkilökohtaisella, kestävällä ja turvallisella tavalla. Tämä näkyy yhtiön monissa liiketoimintatavoitteissa. Volvon tavoitteena on, että tämän vuosikymmenen puoliväliin mennessä puolet yhtiön kansainvälisestä myynnistä on lähtöisin täyssähköautoista, puolet myynnistä tapahtuu verkossa ja puolet ohjelmistosta kehitetään yrityksen sisällä. Volvo on myös sitoutunut jatkuvaan hiilijalanjäljen pienentämiseen, ja sen tavoitteena on olla ilmastoneutraali yhtiö vuoteen 2040 mennessä.

Volvo Car Finland Oy Ab on osa maailman tunnetuimpia ja arvostetuimpia autoja valmistavaa Volvo Car Group -yhtiötä. Volvo on toiminut vuodesta 1927 lähtien. Maahantuomme ja markkinoimme Volvo -merkkisiä henkilöautoja, niiden varaosia ja

lisävarusteita. Volvo Car Finland Oy Ab:n 100 % omistamia tytäryhtiöitä ovat Bilia ja Hertz. Toimipaikkamme sijaitsee Vantaan Kaivokselassa. Volvo -uutishuoneen aineisto on tarkoitettu ainoastaan median käyttöön ja se on tekijänoikeussuojattua. Materiaalin käyttö kaupalliseen tarkoitukseen ja muuhun levitykseen ei ole sallittua.

Tietoja 3.1 Phillip Limistä

New Yorkin muotiviikolla vuonna 2005 ensimmäisen kerran esiintynyt 3.1 Phillip Lim sai alkunsa perustajiensa, Phillip Limin ja Wen Zhoun, välisestä ystävydestä. Molemmat olivat yrityksen perustamishetkellä 31-vuotiaita. Tuore suunnittelija ja yrittäjä olivat suunnannäyttäjiä luodessaan mutkattoman ja elegantin vaatemalliston modernille globaalille kansalaiselle. Merkki on sittemmin laajentunut sekä naisten että miesten vaatteisiin, asusteisiin ja jalkineisiin. Sillä on tällä hetkellä 11 itsenäistä jälleenmyyjää USA:ssa ja Aasiassa. 3.1 Phillip Lim on saanut kansainvälistä tunnustusta, mukaan lukien CFDA-palkinnot naisten vaatteista (2007), miesten vaatteista (2012) ja asusteista (2013). Brändi on 15-vuotisen historiansa aikana onnistuneesti muokannut itseään alati muuttuvassa muotimaailmassa ja jatkaa amerikkalaisen muodin edelläkävijänä.

Lisätietoja:

Jessica Somers
Senior Director, Communications & Sustainability
3.1 Phillip Lim
jsomers@31philliplim.com