

Press Release

Sep 23, 2021 | ID: 286449

Volvo Cars en The Future Laboratory buigen zich in een nieuw rapport over de toekomst van duurzame luxematerialen

Twee derde van de consumenten beschouwt het milieubeleid van een merk als een cruciale factor bij de aankoop van luxeproducten, zo blijkt uit een recente studie*. Hetzelfde percentage kopers zou graag zien dat producten een koolstoflabel krijgen voor meer transparantie over de milieueffecten van producten en materialen**.

Dat betekent dat de materiaalwereld evolueert en dat ontwerpers over de hele wereld actief op zoek zijn naar duurzame en verantwoorde materialen van hoge kwaliteit. Op die manier willen zij de luxeproducten van de toekomst creëren.

Deze en andere conclusies staan in *The Rise of Conscious Design*, een nieuw rapport van Volvo Cars in samenwerking met het toonaangevende trendforecastingbedrijf The Future Laboratory.

Tegelijk met de publicatie van het rapport kondigt Volvo Cars aan dat al zijn nieuwe 100% elektrische modellen ook volledig ledervrij zullen zijn. De onlangs gelanceerde C40 Recharge is het eerste volledig ledervrije model.

Het rapport is gebaseerd op een rijke bron aan bestaand onderzoek en op nieuwe interviews met vooraanstaande leiders uit diverse sectoren, zoals Claire Bergkamp, COO van The Textile Exchange en voormalig Worldwide Sustainability and Innovation Director voor Stella McCartney, Wen Zhou, CEO van 3.1 Phillip Lim, dr. Leonardi Bonnani, oprichter en CEO van Sourcemap, en Xu Gang, mede-oprichter van Bentu Design.

De conclusies en inzichten in het rapport weerspiegelen in heel wat opzichten de eigen visie van Volvo Cars op de toekomst van materialen. De komende jaren zal Volvo Cars een volledig nieuwe familie 100% elektrische wagens lanceren en tegen 2030 wil het merk enkel nog volledig elektrische wagens aanbieden - allemaal ledervrij.

Als onderdeel van de ambitie om volledig ledervrij te worden, zoekt Volvo Cars actief naar hoogwaardige en duurzame bronnen voor heel wat materialen die momenteel binnen de auto-industrie worden gebruikt.

“We hebben een visie over waar we in de toekomst naartoe willen, met als eerste stap het gebruik van duurzame, natuurlijke en gerecycleerde materialen”, zegt Robin Page, Head of Design bij Volvo Cars. “De volgende uitdaging bestaat erin te veranderen wat we met die materialen doen, of we nu auto-onderdelen maken die eeuwig meegaan, opnieuw in de circulaire economie of in de grond terechtkomen.”

“Bewust ontwerpen kan onze samenleving fundamenteel veranderen. Het is dus van cruciaal belang dat merken de kansen die hen worden geboden aangrijpen”, aldus Martin Raymond, medeoprichter van The Future Laboratory. “Bewust ontwerpen is een stap vooruit en zou de wereld kunnen veranderen.”

Tegen 2025 streeft het bedrijf ernaar nieuwe Volvo-wagens voor 25% uit te rusten met materiaal dat bestaat uit gerecycleerde en op biologische bronnen gebaseerde inhoud. Dat maakt deel uit van de ambitie om tegen 2040 een volledig circulair bedrijf te zijn.

In plaats van lederen interieuropties zal Volvo Cars zijn klanten alternatieven bieden van hoogwaardige, duurzame materialen, afkomstig van biologische en gerecycleerde bronnen.

Zo zal Nordico, een nieuw interieurmateriaal dat door Volvo Cars werd ontwikkeld, bestaan uit textiel dat is gemaakt van gerecycleerd materiaal, zoals PET-flessen, biologisch materiaal van duurzaam beheerde bossen in Zweden en Finland, en kurken die zijn gerecycleerd uit de wijnindustrie - hiermee wordt een nieuwe standaard gezet voor premium interieurdesign. Het materiaal zal zijn debuut maken in de volgende generatie Volvo-modellen.

Volvo Cars blijft ook wolmixen aanbieden van leveranciers die beschikken over een certificaat voor een verantwoorde aankoop van wol; zo wil het bedrijf een volledige traceerbaarheid en dierenwelzijn garanderen in zijn woltoeleveringsketen.

De volledige versie van *The rise of conscious design: a report about tomorrow's materials* vindt u [HIER](#).

Noot voor de redactie

* Bron: [Vogue Business Index, Winter 2020](#)

** Bron: [The Carbon Trust, 2020 YouGov Survey](#)

Volvo Car Group in 2020

Voor het boekjaar 2020 liet Volvo Car Group een bedrijfswinst optekenen van 8,5 miljard SEK (14,3 miljard SEK in 2019). De omzet voor het boekjaar bedroeg 262,8 miljard SEK (274,1 miljard SEK). In 2020 verkocht Volvo Car Group wereldwijd 661.713 auto's, een daling van 6,2% ten opzichte van 2019 (705.452).

Over Volvo Car Group

Volvo Cars is opgericht in 1927. Vandaag is het bedrijf een van de bekendste en meest gerespecteerde automerken ter wereld. In 2020 werden 661.713 Volvo's verkocht in ongeveer 100 landen. Volvo Cars is sinds 2010 eigendom van de Zhejiang Geely Holding.

In december 2020 telde Volvo Cars ongeveer 40.000 (41.500) voltijdse werknemers. De hoofdzetel, productontwikkeling, marketing en administratie van Volvo Cars zijn hoofdzakelijk gevestigd in Göteborg, Zweden. De hoofdzetel van Volvo Cars voor de regio Azië-Stille Oceaan is gevestigd in Shanghai en voor Noord- en Zuid-Amerika in Mahwah, New Jersey. De grootste autofabrieken van het bedrijf zijn gevestigd in Göteborg (Zweden), Gent (België), South Carolina (VS), Chengdu en Daqing (China).

In het kader van zijn bedrijfsdoelstelling wil Volvo Cars zijn klanten op een persoonlijke, duurzame en veilige manier de 'Freedom to Move' bieden. Dit streven komt tot uiting in een aantal zakelijke ambities: tegen 2025 wil het bedrijf er bijvoorbeeld voor zorgen dat de helft van zijn wereldwijde verkoop volledig uit elektrische auto's bestaat, dat de helft van de verkoop online gebeurt en dat de helft van de software in-house ontwikkeld wordt. Volvo Cars heeft zich er ook toe verbonden de verlaging van zijn CO₂-voetafdruk te blijven voortzetten, met het doel om tegen 2040 klimaatneutraal te zijn.

Over The Future Laboratory

The Future Laboratory is een van 's werelds meest toonaangevende adviesbureaus op het gebied van strategische vooruitzichten. Het wil bedrijven helpen een betere toekomst uit te bouwen door hen het vertrouwen te geven vandaag de beslissingen te nemen die morgen zullen leiden tot economische, ecologische, technologische en sociale groei. Vanuit zijn kantoren in Londen en Melbourne biedt The Future Laboratory een reeks strategische producten en diensten voor toekomstplanning om klanten te helpen markttrends te benutten, zich aan te passen aan opkomende consumentenbehoeften en hun voorsprong op de concurrentie te behouden. Blijf op de hoogte van de laatste consumententrends en marktverschuivingen door te gaan kijken op hun 'trends intelligence platform' [lsnglobal.com](https://www.thefuturelaboratory.com), en kom meer te weten over hun werk met klanten op <https://www.thefuturelaboratory.com/>.

Keywords:

Sustainability, Press Releases

Descriptions and facts in this press material relate to Volvo Cars' international car range. Described features might be optional. Vehicle specifications may vary from one country to another and may be altered without prior notification.

Media Contacts

René Aerts Jr.

Corporate Communication Director
Volvo Car Belux
Mobile: 0032 475 438275
rene.aerts@volvocars.com

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).