

## Pressmeddelanden

Sep 23, 2021 | ID: 286449

# Volvo Cars och The Future Laboratory utforskar framtiden för hållbara lyxmaterial i ny rapport

Två tredjedelar av konsumenterna anser att ett varumärkes miljöpolicy är en avgörande faktor vid köp av lyxprodukter, enligt en ny studie\*. Samma procentandel köpare skulle vilja se koldioxidmärkning på produkter som ett sätt att ge större insyn i olika produkters och materials miljöpåverkan\*\*.

Detta betyder att materialvärlden utvecklas och designers världen över aktivt köper högkvalitativa, hållbara och ansvarsfullt framtagna material när de strävar efter att skapa framtidens lyxprodukter.

Dessa och andra slutsatser kan man läsa om i *The Rise of Conscious Design*, en ny rapport utgiven av Volvo Cars i samarbete med det ledande trendprognosföretaget The Future Laboratory.

Publiceringen av rapporten sammanfaller med Volvo Cars tillkännagivande att alla nya helt elektriska modeller från företaget kommer att vara helt läderfria. Den nyligen lanserade C40 Recharge är den första modellen med en helt läderfri interiör.

Rapporten bygger på omfattande befintlig forskning och nya intervjuer och insikter från tankeledare från en mängd olika branscher, som Claire Bergkamp, COO för The Textile Exchange och tidigare Worldwide Sustainability and Innovation Director för Stella McCartney; Wen Zhou, VD för 3.1 Phillip Lim; Dr Leonardi Bonnani, grundare och VD för Sourcemap; och Xu Gang, medgrundare av Bentu Design.

Slutsatserna och insikterna i rapporten återspeglar på många sätt Volvo Cars egen vision om framtiden för material. De närmaste åren kommer Volvo Cars att lansera en helt ny familj med renodlade elbilar och man har som mål att enbart erbjuda elbilar senast 2030 – samtliga helt fria från läder.

Som en del av företagets ambitioner att bli helt läderfria arbetar Volvo Cars aktivt för att hitta högkvalitativa och hållbara källor för många av de material som idag används i större delen av bilindustrin.

"Vi har en vision om vart vi ska gå i framtiden, och där är det första steget att se till att vi använder oss av hållbara, naturliga och återvunna material", säger Robin Page, designchef på Volvo Cars. "Nästa utmaning är att ändra vad vi gör med dessa material, vare sig det är att tillverka bildelar som håller för evigt, återför dem till den cirkulära ekonomin eller att de återgår till jorden."

"Medveten design kan förändra vårt samhälle i grunden och det är av största vikt att varumärken tar vara på de möjligheter som erbjuds", säger Martin Raymond, medgrundare av The Future Laboratory. "Medveten design visar en väg framåt och kan samtidigt förändra världen."

Företaget har som mål att 25 % av materialen i nya Volvobilar ska bestå av återvunnet och biobaserat material senast år 2025, detta som en del av ambitionen att man ska vara ett helt cirkulärt företag år 2040.

Istället för interiöralternativ i läder kommer Volvo Cars att erbjuda sina kunder alternativ som högkvalitativa, hållbara material tillverkade av biobaserade och återvunna källor.

Till exempel kommer Nordico, ett nytt interiörmaterial som har skapats av Volvo Cars, att bestå av textilier tillverkade av återvunnet material såsom PET-flaskor, biobaserat material från hållbara skogar i Sverige och Finland, samt korkar som återvunnits från vinindustrin – och materialet sätter en ny standard för förstklassig interiördesign. Materialet kommer att göra sin debut i nästa generation Volvo-modeller.

Volvo Cars kommer också att fortsätta erbjuda alternativ i ullblandningar från leverantörer som är certifierade för sin ansvarsfulla anskaffning, eftersom företaget strävar efter att säkerställa fullständig spårbarhet och djurskydd i sin ullförsörjningskedja.

För den fullständiga versionen av *The rise of conscious design: a report about tomorrow's materials*, klicka [HÄR](#).

#### Till redaktörer

\* Källa: [Vogue Business Index, Vintern 2020](#)

\*\* Källa: [The Carbon Trust, YouGov-undersökning från 2020](#)

---

#### **Volvo Car Group 2020**

Räkenskapsåret 2020 redovisade Volvo Car Group en rörelsevinst på 8,5 miljarder kr (14,3 miljarder kr 2019). Omsättningen under perioden uppgick till 262,8 miljarder kr (274,1 miljarder kr). För helåret 2020 ökade den globala försäljningen till 661 713 bilar (705 452), vilket motsvarar en minskning på 6,2 procent jämfört med 2019.

#### **Om Volvo Car Group**

Volvo Cars grundades 1927. I dag är Volvo Cars ett av de mest välkända och ansedda bilmärkena i världen med en försäljning på 661 713 bilar i över 100 länder 2020. Volvo Cars ägs sedan 2010 av Zhejiang Geely Holding.

I december 2020 hade Volvo Cars cirka 40 000 (41 500) heltidsanställda medarbetare. Volvo Cars huvudkontor och produktutvecklings-, marknadsförings- och administrationsavdelningar finns i huvudsak i Göteborg. Volvo Cars huvudkontor för APAC finns i Shanghai och för Amerika i Mahwah, New Jersey. Företagets största bilproduktionsanläggningar finns i Göteborg (Sverige), Gent (Belgien), South Carolina (USA), Chengdu och Daqing (Kina).

I enlighet med företagets syfte strävar Volvo Cars efter att ge kunderna Frihetskänsla på ett personligt, hållbart och säkert sätt. Detta syfte återspeglas i ett antal ambitioner för verksamheten: exempelvis har man som mål att elbilar ska stå för hälften av företagets globala försäljning i mitten av detta årtionde, att hälften av den globala försäljningen ska vara online och att hälften av programvaran ska utvecklas internt. Volvo Cars har också åtagit sig att kontinuerligt minska sitt koldioxidavtryck, med målsättningen att vara ett klimatneutralt företag senast 2040.

#### **Om The Future Laboratory**

The Future Laboratory är ett av världens ledande strategiska framåtblickande konsultföretag. Företaget finns för att hjälpa företag att skapa en bättre framtid genom att ge dem tryggheten att fatta beslut idag som kommer att skapa ekonomisk, miljömässig, teknisk och social tillväxt i morgon. Från sina kontor i London och Melbourne erbjuder The Future Laboratory en rad strategiska framåtblickande produkter och tjänster för att hjälpa sina kunder att utnyttja marknadstrender, anpassa sig till nya konsumentbehov och hjälpa dem att ligga steget före sina konkurrenter. Håll dig uppdaterad om de senaste konsumenttrenderna och marknadsförändringarna genom att besöka företagets trendinformationsplattform, [lsnglobal.com](https://www.thefuturelaboratory.com/), och läs mer om hur de arbetar med sina kunder på <https://www.thefuturelaboratory.com/>.

#### Sökord:

Press Releases, EC40, Product News, 2022

anges kan vara extrautrustning. Fordonsspecifikationerna kan skilja sig åt mellan olika länder och kan ändras utan föregående varning.

## Medierelationer

### **Medierelationer Volvo Car Sverige**

Telefon: 031-793 79 00  
[media.sverige@volvocars.com](mailto:media.sverige@volvocars.com)

[media.volvocars.com](http://media.volvocars.com) >

[volvocars.com](http://volvocars.com) >

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