



www.nissan.it

Nissan appartiene al top group delle case automobilistiche mondiali e crede nello sviluppo di una "società mobile sostenibile". Ecco perché si impegna al massimo per ridurre l'impatto sull'ambiente e per offrire ai clienti prodotti eco-friendly basati su tecnologie innovative.

Con un obiettivo imprescindibile: la riduzione di emissioni di CO₂.

11 centri di ricerca e sviluppo, 7 centri design, 16 impianti industriali, oltre 10 mila concessionari in 160 Paesi del mondo: sono solo alcuni dei numeri della Nissan Motor Company Ltd., fondata in Giappone nel 1933. Anche grazie all'alleanza con Renault, sigillata nel 1999, l'azienda sta vivendo un "nuovo corso" vitale e proficuo, che nel 2006 l'ha vista rinnovare completamente la propria gamma e tagliare il traguardo dei 100 milioni di veicoli prodotti nel corso della sua lunga storia.

Crescere nel business per migliorare la società
La visione che guida il marchio Nissan, Enriching People's Lives, dice tutto: l'azienda è infatti determinata a contribuire allo sviluppo del mondo e delle persone. E lo fa con un approccio che è allo stesso tempo "bold and thoughtful", cioè audace nell'immaginazione e nelle dinamiche progettuali e riflessivo nell'azione e nel business. Coerentemente, i suoi principali obiettivi sono quelli di assicurare una crescita profittevole all'azienda e di concorrere al miglioramento della società.

Un autentico eco-innovatore
Nissan ha a cuore il futuro del Pianeta e delle prossime generazioni. La sua filosofia ambientale,

racchiusa nel claim "Symbiosis of People, Vehicles and Nature", mira a gestire l'impatto generato dalle sue attività aziendali e dall'utilizzo dei suoi veicoli da parte dei clienti, nonché a impiegare le risorse a livelli compatibili con la capacità di assorbimento dell'ambiente.



brand concepts



I veicoli. Meno CO₂, più innovazione
Ridurre del 70% dai livelli del 2000 le emissioni di CO₂ dei nuovi veicoli entro il 2050: è questo l'obiettivo a lungo termine dell'azienda. Come raggiungerlo? In primo luogo attraverso l'adozione di tecnologie avanzate che migliorino i consumi dei veicoli a benzina, che nei prossimi anni continuerà a rappresentare il più diffuso carburante automobilistico.

Nel contempo, Nissan lavora su nuovi e diversi fronti, sviluppando veicoli diesel più puliti, ma anche veicoli alimentati da combustibili ecologici biologici ricavati da piante e da altre fonti di energia rinnovabile, veicoli elettrici ibridi (HEV), a celle di combustibile (FCV) e veicoli elettrici "puri" (EV) ad emissioni zero. Questi ultimi, anzi, entro il 2050 dovranno rappresentare oltre la metà dell'intera produzione del gruppo.

Per conseguire tale obiettivo, sono stati fissati tre traguardi specifici, sanciti nel Nissan Green Program 2010: la riduzione delle emissioni di CO₂, la riduzione delle altre emissioni allo scarico e il riciclaggio delle risorse con un tasso di recuperabilità dei modelli di nuova generazione che punta al 95%.

Per promuovere la diffusione di veicoli elettrici Nissan collabora con altri settori al fine di implementare le infrastrutture necessarie e di migliorare le tecnologie. È in quest'ottica che va letta la creazione della joint-venture con NEC Corporation per ottimizzare la produzione di batterie.

Le attività. Una strategia ad ampio raggio

Ridurre le emissioni di anidride carbonica è per Nissan la sfida numero uno e si traduce in una serie di azioni concertate, volte ad abbattere la CO₂ nell'atmosfera non solo nelle diverse fasi del ciclo di vita del veicolo - e dunque in relazione ai consumi di carburante e alle prestazioni motoristiche - ma anche durante ogni attività dell'azienda: dalla fabbricazione al trasporto, fino alla guida dei veicoli da parte dei clienti. Due esempi recenti lo confermano: l'ampliamento del parco eolico dello stabilimento di Sunderland (UK), che presto soddisferà il 6% del fabbisogno energetico del sito e consentirà un risparmio annuo di CO₂ pari a oltre 4.000 tonnellate, e il taglio delle emissioni raggiunto dallo stabilimento di Barcellona (-12% rispetto al 2005), pari a 9.400 tonnellate annue in meno.

Un occhio orientato ad un presente da migliorare, e l'altro aperto sul futuro: è questo lo sguardo eco-consapevole del marchio Nissan.



green brand