

Decathlon se compromete a dar un paso al frente y establecer objetivos acordes con una nueva ambición de acción climática

- **La compañía se ha marcado el objetivo empresarial de evitar que la temperatura global suba más de 1,5 °C.**

Madrid, 11 de diciembre de 2019. – La empresa internacional de material deportivo [Decathlon](#) se compromete a esforzarse por lograr un futuro con cero emisiones y ha establecido objetivos de reducción de emisiones con base científica para sumarse a una iniciativa global contra los efectos del calentamiento global. El objetivo es evitar que la temperatura global suba más de 1,5 °C respecto de los niveles preindustriales, un umbral que, según las recomendaciones científicas más recientes sobre el clima, no debemos sobrepasar si queremos limitar los efectos más perjudiciales del cambio climático. Así, Decathlon responde a una llamada a la acción convocada por una extensa coalición de líderes de empresas, de la sociedad civil y de la ONU con el objetivo de propiciar un cambio crucial y necesario.

Para Decathlon, la lucha contra el cambio climático es una prioridad

“Nuestro objetivo y nuestra pasión es hacer que los deportes y el entretenimiento al aire libre estén a disposición del mayor número de personas posible. El cambio climático es una amenaza para el mundo en el que vivimos. Si no hacemos algo en todos los niveles y esferas, nuestro planeta corre peligro, y ese peligro es inmediato y cuantificable. Por eso, aportar nuestro granito de arena a esta lucha global es una prioridad para nosotros”, ha declarado **Íñigo García, líder de Desarrollo Sostenible de Decathlon España** con motivo de su adhesión a la iniciativa.

Una invitación a unirse a la campaña #OurOnlyFuture

En junio, algunos líderes globales como Maria Fernanda Espinosa Garcés, Presidenta de la Asamblea General de la ONU, Lise Kingo, CEO y Directora Ejecutiva del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Patricia Espinosa, Secretaria Ejecutiva de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, John Denton, Secretario General de la Cámara de Comercio Internacional, y el promotor de los ODS Paul Polman, exdirector general de Unilever, publicaron una carta conjunta dirigida a los líderes de las empresas.

Esta misiva colectiva instaba a los directores ejecutivos a establecer objetivos ambiciosos para sus empresas, atendiendo a lo dispuesto en el informe publicado el pasado octubre por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), donde se proponía limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C con respecto a los niveles preindustriales.

La iniciativa pide a las empresas que establezcan objetivos ambiciosos con base científica a través de la iniciativa Science Based Targets (SBTi), que evalúa de forma independiente los

objetivos de reducción de emisiones de las empresas cotejándolos con las buenas prácticas recomendadas por la comunidad científica.

“El único futuro que tenemos depende de nuestra capacidad para limitar con éxito los efectos más catastróficos del cambio climático”, ha afirmado **Lise Kingo CEO y Directora Ejecutiva del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Construir una economía próspera sin emisiones de carbono de aquí a 2050 implica una transformación a una escala y un ritmo sin precedentes, así como un liderazgo sólido por parte de las empresas y una inversión considerable en soluciones climáticas que cuente con el respaldo de unas políticas gubernamentales ambiciosas. Si las administraciones establecen políticas y objetivos ambiciosos que sean coherentes con la meta de los 1,5 °C, estarán proporcionando a las empresas la información y la seguridad que necesitan para invertir sin miedo en una economía sin emisiones de carbono de cara al futuro.

Para **Luis Alfonso de Alba, Embajador Enviado Especial del Secretario General de la ONU para la Cumbre sobre la Acción Climática 2019**, *“En 2020 tenemos que establecer planes concretos y realistas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 45 % durante la próxima década, y a cero en 2050. El cambio climático requiere esfuerzos sin precedentes por parte de todos los sectores de la sociedad. El hecho de que las empresas establezcan objetivos con base científica que aspiren a cumplir la meta de 1,5 °C demuestra su voluntad de sumarse a estos esfuerzos y lanza un mensaje importante al mercado en un momento en que estamos tratando de encontrar las soluciones extrapolables y reproducibles que hacen falta para garantizar un mundo en el que nadie se queda atrás”*.

Por su parte **Lise Kingo** ha afirmado que, *“Tenemos menos de 11 años para cambiar los cimientos de nuestras economías, o las consecuencias serán catastróficas. Por primera vez, vemos cómo las empresas y los líderes por el clima aúnan esfuerzos con una llamada a la acción común. Esto demuestra que el establecimiento de objetivos con base científica constituye una oportunidad muy importante para que las empresas den un paso al frente y luchen por frenar el cambio climático y limitar el calentamiento global a 1,5 grados Celsius”*.

“La ciencia lo deja muy claro: para evitar las catastróficas consecuencias del cambio climático, debemos asegurarnos de que el calentamiento no sea superior a 1,5 °C. Es una meta ambiciosa, pero posible, y los objetivos con base científica guiarán el camino de las empresas hacia esa meta. Las organizaciones de todo el mundo tienen ahora una oportunidad única para encabezar la transición hacia una economía sin emisiones de carbono, y no tenemos tiempo que perder”, ha comentado **Paul Simpson, CEO de CDP**, uno de los socios de la iniciativa SBTi.

Para más información sobre los compromisos climáticos de Decathlon pincha [aquí](#).

Sobre Decathlon

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución de material deportivo y, actualmente, está presente en 55 países, en más de 850 ciudades y posee más de 1.500 tiendas.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 11.500 colaboradores y más de 165 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.



El objetivo principal de la compañía es hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. Accesibilidad mediante nuestras marcas propias y su área de I+D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de nuestros propios productos, de más de 110 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a nuestros usuarios una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación técnica-precio. Mayor accesibilidad gracias también a nuestra red logística, a nuestros servicios y a nuestros equipos de apasionados deportistas al servicio de los usuarios y clientes.

Más información:

DECATHLON

Diana Expósito
Directora de Comunicación Corporativa y Deportes
diana.exposito@decathlon.com
91 657 37 67

Paola Aguilar
Comunicación Corporativa y Deportes
paola.aguilar@decathlon.com
91 657 37 67

Omnicom PR Group

Marta García
marta.garcia@omnicomprgroup.com
91 914 29 27

Beatriz Zabala
beatriz.zabala@omnicomprgroup.com
91 914 27 83