

Decathlon más cerca de alcanzar los ODS con su Plan de Transición 2020-2026

- **La compañía reafirma un año más su compromiso con la sostenibilidad como uno de los ejes centrales de su modelo de negocio para ser útiles a las personas y al planeta**
- **La economía circular y la movilidad sostenible se consolidan como los pilares clave de la compañía para reducir la huella de carbono derivada de su actividad**

Madrid, 22 de abril de 2021. – Coincidiendo con el Día Mundial de la Tierra, [Decathlon](#) da a conocer sus **principales cifras en materia de sostenibilidad obtenidas en 2020**, dentro del firme compromiso de la compañía de llevar a cabo su actividad de forma sostenible, y de este modo, no solo ser útiles a las personas, sino también al planeta.

La compañía continúa poniendo el **foco en la sostenibilidad y la integra en todos sus procesos como un pilar clave en su modelo de negocio**. Por ello, **Decathlon desempeña un rol activo de cambio dentro de la sociedad** y promueve tanto iniciativas internas como externas que fomenten la responsabilidad con el planeta.

A pesar de ser un año marcado por el contexto global de pandemia, Decathlon no ha dejado de lado su apuesta por **proyectos en materia de sostenibilidad** incidiendo de manera transversal en diferentes **áreas de impacto ambiental** como son la **economía circular** -con el ecodiseño, *upcycling* y segunda vida, la gestión de residuos-; **plan de descarbonización**; **la movilidad sostenible o la protección de la biodiversidad**.

Ecodiseño y segunda vida: economía circular

Con el objetivo de llevar a cabo prácticas de producción más sostenibles y dentro de la estrategia de economía circular, el ecodiseño con materiales reciclados y renovables ha ganado peso desde su instauración en 2007. Desde entonces, más de 4.000 productos ecodiseñados han sido puestos a la venta y **en 2020 se han vendido más de 10 millones, favoreciendo así compras más responsables con el medioambiente**.

Movilidad sostenible y segura

En 2020, la transformación en las formas de desplazamiento de las personas ha despuntado, no obstante, Decathlon lleva años implantando medidas para promover la movilidad sostenible a

través de diferentes iniciativas. Además, ha puesto en marcha su **Plan Director de Movilidad Sostenible** para favorecer la actividad física, ser respetuosos con el medioambiente y promover un estilo de vida más saludable.

Este plan recoge **medidas transversales específicas en la materia tanto para sus colaboradores, clientes y productos** como la implantación de parkings para bicis en sus tiendas o los retos internos entre colaboradores mediante la App de Ciclogreen, entidad con la que colabora de forma habitual y a través de la que se han alcanzado más de 3 millones de kilómetros en desplazamientos sostenibles o el reto Urban Mobility Challenge, donde se ha posicionado como la empresa más activa. Decathlon también colabora con la [Red de Ciudades por la Bicicleta](#) y [Ciudades que Caminan](#).

Además, también durante la **Semana Europea de la Movilidad (SEM)**, Decathlon consiguió llegar a **más de 13 millones de usuarios a través de sus talleres en streaming y formaciones** de la mano de sus expertos en materia de movilidad sostenible desde su plataforma de experiencias.

Los placeres del deporte en un entorno preservado

Otra de las actividades que Decathlon promueve -y es ya seña de identidad de la compañía- es el **Voluntariado Ambiental**, una jornada de recuperación de un espacio natural en la que participan tanto colaboradores como clientes. La actividad busca concienciar sobre la práctica deportiva responsable en la naturaleza. **En 2020 se han inscrito 2.000 personas y 81 escuelas** a esta jornada, que se celebra cada año desde 2014, y que ha adaptado su formato al contexto actual realizando actividades en *streaming* y lanzando un *challenge* online individual de **recogida de residuos**.

Este compromiso por la sostenibilidad también se materializa con otras medidas ya consolidadas en las tiendas como: el chaleco de poliéster 100% reciclado, la **donación de 80.000 kg de ropa al proyecto segunda vida**, la implantación del **ticket digital**, gracias al cual **se ha evitado la emisión de 19.800kg de CO2** y la impresión de 8.084.062 tickets; la implantación de **bolsas reutilizables** hechas con retales de la producción, **evitando la venta de 45 millones de bolsas plásticas** de los puntos de cobro y **promoviendo el upcycling de 210.000 metros de tela**; y el **uso del 100% de energía de fuentes renovables** en las tiendas y almacenes.

Un plan de transición para marcar los siguientes pasos

Para poder seguir ofreciendo sus productos de manera responsable con el entorno, Decathlon presentó el pasado año su [Plan de Transición 2020-2026](#), un documento en el que se recogen los objetivos y compromisos de la compañía para el desarrollo sostenible. Alineados con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) con la Agenda 2030 y sus objetivos integrados e indivisibles en la esfera social, ambiental y económica, el Plan de Transición de Decathlon presenta **tres pilares fundamentales: desarrollar el lado humano, preservar la naturaleza y crear valor sostenible**.

Desde 2016, la compañía ha conseguido reducir en un 25% la intensidad de emisiones de CO2



por producto vendido, voluntad que se materializó sumándose a la iniciativa **Science Based Targets (SBT)** y con la firma de la **Carta de la Industria de la Moda para la acción climática**, y ha ayudado a sus proveedores a mejorar sus prácticas en la lucha contra el cambio climático. Por ello, la empresa ha sido **reconocida como líder global, nombrada miembro del Supplier Engagement Leaderboard y premiada por la organización sin ánimo de lucro Carbon Disclosure Project (CDP)**, que analiza el impacto medioambiental a escala global.

Sobre Decathlon

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución omnicanal de material deportivo y, actualmente, está presente en 60 países, en más de 850 ciudades, y cuenta con 1.650 tiendas y un equipo de 97.000 colaboradores por todo el mundo.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 11.500 colaboradores y más de 170 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.

El objetivo principal de la compañía es ser útil a las personas y al planeta; y su misión, hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. La sostenibilidad es un elemento clave en su modelo de negocio, desde el ecodiseño de sus productos, presente en las fases de diseño, concepción y producción; en sus tiendas mediante el uso de energía procedente de fuentes 100% renovables y la eliminación de todas las bolsas de plástico; hasta en su cadena de suministro, donde la compañía es miembro del Supplier Engagement Leaderboard por la organización sin ánimo de lucro Carbon Disclosure Project (CDP).

Accesibilidad mediante sus marcas propias y su área de I + D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de sus propios productos, de más de 150 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a sus clientes una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación tecnicidad-precio. Mayor accesibilidad gracias también a su red logística, a sus servicios y a sus equipos de apasionados deportistas al servicio de sus clientes.

Más información:

DECATHLON

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

Lidia Company
Comunicación de Desarrollo Sostenible
lidia.company@decathlon.com
91 657 37 67

Omnicom PR Group

Marta García
marta.garcia@omnicomprgroup.com
equipo.decathlon@omnicomprgroup.com
91 914 29 27 / 689 333 623