

COMPROMISOS CLIMÁTICOS

- **Tras la validación inicial de los objetivos climáticos de Decathlon en 2019 relativos a sus emisiones directas de gases de efecto invernadero* y al compromiso con un primer alcance de proveedores**, la iniciativa Science Based Targets (SBTi) acaba de aprobar la nueva trayectoria de reducción que abarca toda su cadena de valor*****

Madrid, 19 de octubre de 2021. – Tras una primera evaluación de la huella de carbono en 2012, los equipos de Decathlon han identificado y trabajado sobre los principales focos de emisiones en sus actividades de diseño, producción y distribución.

Para establecer objetivos de reducción adecuados, alineados con las conclusiones científicas del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC por sus siglas en inglés) y los objetivos del Acuerdo de París, Decathlon ha trabajado con la STBi durante los últimos dos años. Estos objetivos de reducción se concretan en hojas de ruta y planes de acción para todas las actividades de la compañía, desde el diseño del producto hasta su venta.

Emmanuel Cibla, director de Estrategia Climática del Grupo Decathlon, comenta que *“teniendo en cuenta el reto crítico y la presión temporal de la crisis climática, Decathlon busca aplicar y contribuir a los marcos de referencia más sólidos, en línea con las recomendaciones de la comunidad científica internacional. En este sentido, la validación por parte del SBTi de nuestra trayectoria de reducción en toda la cadena de valor da en el clavo. Sobre la base de este logro, Decathlon pretende revisar la compatibilidad de su modelo de negocio con un mundo “bajo en carbono +1,5 C°” y pretende aprovechar las oportunidades que ofrece una economía basada en el uso óptimo de los productos, la circularidad y los servicios”*.

Un objetivo en línea con el escenario de 1,5 grados****

En septiembre de 2021, la iniciativa Science Based Targets validó oficialmente los compromisos de Decathlon en tres líneas de acción:

- Reducir en un 90% las emisiones absolutas de GEI de alcance 1 y 2 (tCO₂e) para 2026 en relación al año base 2016
- Reducir en un 53% la intensidad de las emisiones de GEI de alcance 1, 2 y 3 (tCO₂e/valor añadido en euros) en el mismo plazo
- Involucrar a los proveedores responsables del 90% de las emisiones derivadas de la compra de bienes y servicios adquiridos, para que desarrollen sus propios objetivos basados en la ciencia

“Felicitamos a Decathlon por establecer objetivos basados en la ciencia y coherentes con la limitación del calentamiento a 1,5°C, el objetivo más ambicioso del Acuerdo de París”, comenta **Alberto Carrillo Pineda, director General de Science Based Targets** y uno de los socios de la

iniciativa. Añadiendo que “*al establecer objetivos ambiciosos basados en la ciencia del clima, Decathlon está actuando para prevenir los efectos más dañinos del cambio climático*”.

Elevar el nivel de exigencia

La validación por parte del SBTi de los objetivos para 2026 es un paso importante para definir un camino a largo plazo en el que los equipos de Decathlon deben seguir trabajando. De hecho, a pesar de que la intensidad de carbono de Decathlon (euro/t par CO₂e) se ha reducido en un 10% desde 2016, las emisiones absolutas han aumentado un 3% durante el mismo periodo debido al fuerte crecimiento de la actividad empresarial. Mientras se esfuerza por alcanzar su objetivo de intensidad de carbono del -53% para 2026, Decathlon necesita, por lo tanto, acelerar el desarrollo de modelos de negocio sostenibles complementarios, con el fin de aportar una contribución efectiva y duradera a la neutralidad global del carbono.

En este contexto, Decathlon desea aprovechar la oportunidad del Día de Acción Climática coorganizado por [SBTi](#), [The Business Ambition for 1.5C°](#) y sus socios en vista del próximo G20 y la COP26, para reafirmar su participación en la campaña [Race to Zero](#) de la CMNUCC y su compromiso con una trayectoria Net Zero consistente con el escenario 1,5°C del IPCC. Por ello, Decathlon está trabajando en colaboración con las partes interesadas para avanzar colectivamente en estas cuestiones, especialmente como miembro del [Pacto de la Moda](#) y como parte de la [Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática](#), bajo los auspicios de United Nations.

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 1.700 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 11.000 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 técnica-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 / Beatriz Carazo
equipo.decathlon@omnicomprgroup.com
91 914 29 27 / 689 333 623

* Alcance 1 y 2: Emisiones directas de las operaciones que son propiedad o están controladas por Decathlon y emisiones indirectas de la generación de electricidad comprada o adquirida, vapor, calefacción o refrigeración consumida por Decathlon.

** 90% de los proveedores de Decathlon por el gasto en bienes y servicios adquiridos.

*** Alcance 1 y 2s 1, 2 y 3: emisiones de los ámbitos 1 y 2, así como las demás emisiones procedentes de fuentes que pertenecen o son controladas por otras entidades de la cadena de valor (p. ej., compra de materiales, componentes, productos y servicios, viajes de empleados y clientes, transporte ascendente y descendente de mercancías, gestión de residuos generados por las actividades de DECATHLON, uso y fin de vida de los productos y servicios vendidos, capitalización de bienes y equipos de producción).

**** La iniciativa Objetivos Basados en la Ciencia ha validado la alineación de los objetivos de Decathlon relativos a los alcances 1 y 2 con la trayectoria global para limitar el calentamiento a 1,5°C, que es el escenario de referencia más ambicioso del IPCC, que requiere que se alcance la neutralidad global del carbono en 2050.

Nota: El SBTi está desarrollando una metodología para clasificar las ambiciones de las empresas en el ámbito 3 con respecto al escenario de 1,5°C.

Nota: La iniciativa Science Based Targets (SBTi) impulsa una acción climática ambiciosa en el sector privado al permitir a las empresas establecer objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia. La SBTi define y promueve las mejores prácticas en la reducción de emisiones y los objetivos de cero emisiones en línea con la ciencia del clima. La SBTi es una asociación entre CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF).