



Boldrin (Decathlon): «Per ogni prodotto calcoliamo impatto, obiettivo -55% Co2».

Descrizione

(Adnkronos) «La volontà di Decathlon è proteggere il terreno di gioco, dove per terreno di gioco, ovviamente, si intendono tutti i luoghi di pratica sportiva. Lo facciamo attraverso i nostri prodotti e i nostri servizi. Per noi è fondamentale misurare l'impatto dei prodotti attraverso metriche che consentano di comprenderne la durata di vita e allungarla sempre di più¹, per cercare ovviamente di diminuirne l'impatto. Per ogni prodotto viene calcolato l'impatto, attraverso il metodo Pef o Product Environmental Footprint. Abbiamo quindi, effettivamente, lungo tutto il ciclo di vita del prodotto, una misurazione delle emissioni di Co2 equivalente. Ma non si tratta solo del prodotto in sé: c'è tutto ciò che sta attorno al prodotto, quindi l'intera filiera». Cos'è? Andrea Boldrin, Sustainability Project Manager & Waste/Epr Manager Decathlon, intervenendo all'Adnkronos Q&A dedicato alla sostenibilità, oggi a Roma.

Decathlon spiega Boldrin è una multinazionale presente in più di 50 Paesi al mondo, con una produzione distribuita a livello globale. Nella sostenibilità una delle parole chiave potrebbe essere proprio la collaborazione tra tutti gli attori che concorrono alla produzione e alla vendita dei prodotti, compresi tutti i nostri fornitori e le fabbriche che lavorano con noi. Nel concreto, l'azienda ha sottoscritto con SBTi, uno strumento internazionale, degli obiettivi precisi e ha firmato un impegno. Credo che per un'azienda sia importante darsi degli obiettivi, comunicarli e cercare di raggiungerli. La sostenibilità, infatti, è un percorso, un miglioramento continuo. L'impegno di Decathlon è ridurre, entro il 2030, le emissioni di Co2 equivalente di circa il -55% rispetto al 2021.

Da circa 10 anni, la multinazionale pubblica, su base volontaria, un bilancio di sostenibilità. Adesso, con la CsrD europea afferma Boldrin sarà una cosa obbligatoria, ma ci teniamo a dire che ci sono già dei miglioramenti in alcuni ambiti. Oltre al prodotto, ci sono poi tutti gli aspetti legati ai business circolari: il noleggio, la riparazione e il second hand, quindi la vendita dell'usato, che negli anni sta crescendo e sta raggiungendo percentuali sicuramente interessanti. L'obiettivo, effettivamente, è quello di allungare la vita del prodotto. L'impegno, in termini di progettazione, precisa è quello di realizzare prodotti che durino sempre di più nel tempo. Abbiamo definito, indicativamente, come obiettivo da raggiungere un aumento del 30% della durata di vita dei prodotti rispetto a quelli della stessa categoria. Allo stesso modo, l'80% dei guasti che si verificano sui nostri

prodotti dovrebbe essere riparabile. Per questo, in fase di progettazione, i prodotti sono concepiti proprio per poter essere riparati. Per quanto riguarda invece la riciclabilità, Decathlon preferisce, per esempio, realizzare prodotti tendenzialmente monomateriali e quindi più facili da riciclare. Si punta anche sulla facilità di smontaggio perché, a volte, conclude i componenti che costituiscono un prodotto ne vincolano lo smaltimento.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 15, 2026

Autore

redazione

default watermark