

MANGO

La Science Based Targets initiative (SBTi) aprueba los objetivos de reducción de emisiones de Mango en la lucha contra el cambio climático

- Coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente, el próximo 5 de junio, la compañía anuncia hoy que SBTi ha validado que la estrategia de reducción de emisiones del grupo está alineada con el Acuerdo de París
- La compañía prevé rebajar un 80% sus emisiones totales de alcance 1 y 2 y un 35% las emisiones de alcance 3 para 2030, en comparación con 2019, con el objetivo de llegar a cero emisiones netas en 2050
- Para luchar contra el cambio climático, Mango apostará principalmente por la priorización de materias primas sostenibles o con bajo impacto ambiental en sus productos, la compra de energía renovable y la implementación de acciones de eficiencia energética en toda su cadena de valor, entre otros.

BARCELONA,

2 DE JUNIO DE 2022

Mango, uno de los mayores grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático. La Science Based Targets initiative (SBTi) ha aprobado hoy que los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) del grupo están alineados con el nivel de ambición definido en el Acuerdo de París.

La publicación, que se produce coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente el próximo 5 de junio, supone la aprobación de los objetivos de lucha contra el cambio climático de la compañía por parte de una institución independiente y referente en la materia a nivel internacional.

La Science Based Targets (SBTi) es una iniciativa conjunta de CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el World Resources Institute (WRI) y World Wildlife Fund (WWF), que define y promueve las buenas prácticas en la fijación de objetivos de reducción de emisiones; ofrece recursos y guías para reducir barreras para su adopción e independientemente evalúa y aprueba los objetivos de empresas.

“Es una excelente noticia para Mango que una entidad tan reconocida internacionalmente como la SBTi apruebe y confíe en los objetivos de reducción de emisiones de nuestra compañía”, apunta Toni Ruiz, CEO de Mango, que agrega que “ahora nos toca a nosotros poner todos los recursos necesarios para alcanzar nuestros objetivos anuales a corto y largo plazo y minimizar así nuestro impacto sobre el medio ambiente”.

MANGO

La estrategia de Mango

El Plan Estratégico de Sostenibilidad de Mango prevé alcanzar las cero emisiones netas en 2050. Para lograr dicho objetivo, la compañía se ha marcado metas intermedias para 2030: la reducción de un 80% de sus emisiones GEI directas así como las generadas por la energía que consume (alcance 1 y 2) y la disminución en un 35% de las emisiones GEI que se producen en su cadena de suministro, productos y servicios, combustibles y energías; y transporte y distribución (alcance 3), todo considerando 2019 como año base.

Para cumplir con su estrategia de lucha contra el cambio climático, Mango cuenta con un plan de actuación transversal para toda la compañía. Las líneas de trabajo para aminorar las emisiones de alcance 1 y 2 se centrarán principalmente en áreas como: eficiencia energética, la compra de energía renovable y la electrificación de su flota propia de vehículos, entre otras.

En 2021 el grupo textil incrementó el consumo total de energía renovable con garantía de origen en un 19,5% hasta llegar al 59% del total de energía consumida. El año pasado, el 100% de la energía contratada en sus oficinas, almacenes y tiendas propias en España fue de origen renovable, así como el 100% de consumo de energía de prácticamente todas las tiendas propias de Austria, Francia, Grecia, Holanda, Italia, Polonia, Reino Unido, República Checa, Suecia y Suiza; y las oficinas en Francia, acelerando su camino hacia el net zero.

Por su parte, para disminuir las emisiones de alcance 3 Mango se centrará entre otros en incrementar progresivamente las prendas con características *Committed* dentro de su colección mediante la priorización de materiales sostenibles o con bajo impacto ambiental como algodón reciclado, algodón orgánico, poliéster reciclado o fibras celulósicas con trazabilidad de origen.

El pasado febrero la compañía adelantó sus objetivos de sostenibilidad tras haber logrado que en 2021 el 80% del total de prendas comercializadas incorporaran ya la denominación *Committed*. Asimismo, Mango prevé para 2025 que el 100% del poliéster utilizado sea reciclado, el 100% de las fibras celulósicas usadas sea de origen controlado y trazable y que el 100% del algodón empleado sea más sostenible.

El Plan de Sostenibilidad de Mango prevé también la participación y colaboración con numerosas entidades e iniciativas para minimizar su impacto en el medio ambiente. En 2019, la compañía reafirmó su compromiso con la sostenibilidad con su adhesión al Fashion Pact, el primer gran movimiento global en la industria de la moda para unir fuerzas y trabajar conjuntamente para afrontar el cambio climático, y en 2020 Mango firmó el Fashion Industry Charter de Naciones Unidas, la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática, que concentra dieciséis principios para avanzar de manera conjunta para reducir el impacto de la industria en el planeta.

Para más información, contactar con:
Pilar Riaño y Miki Herráiz
616 816 600 / 610 449 939
pilar.riano@mango.com / miguel.angel@mango.com

Jordi Sacristán y Natalia Estepa (Roman)
666 479 956 / 646 639 918
j.sacristan@romanrm.com / n.estepa@romanrm.com

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2021 con unos ingresos de 2.234 millones de euros, con un 42% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 110 mercados. Más información en www.mango.com