

FUERA DE JUEGO

Adidas apuesta por la economía circular para combatir el cambio climático

La marca alemana de equipamiento y moda deportiva quiere poner fin a los residuos de plástico a través de la innovación y la asociación con otras entidades como posibles soluciones.

Palco23

25 feb 2020 - 17:25



Adidas quiere *pisotear* el plástico. La marca alemana sigue en su lucha por acabar con la contaminación por los desechos de plástico a través de nuevas tecnologías sostenibles que contienen poliéster reciclado. Asimismo, se apoyará en algunos de sus socios deportivos de Estados Unidos, como la NHL, NFL, MLS y NCAA.

“Como una gran compañía, Adidas ha sido un gran factor del problema, por lo tanto las acciones que realicemos deben de ser igual de grandes y es por eso que la marca se ha comprometido a acabar con los residuos de plástico a través de la innovación y la asociación con otras entidades”, ha admitido la marca en un comunicado.

Los productos y procesos de Adidas serán parte de un nuevo modelo de negocio circular que incluye extender la vida útil de un producto. Para ello, usarán materiales que pueden reciclarse varias veces, desarrollados a partir de recursos naturales o hechos de células y proteínas en un laboratorio. Por ahora, sólo se aplicará en algunos productos.

Desde 2012, la multinacional ha innovado nuevos productos y procesos con socios enfocados en materia de sostenibilidad como Parley for the Oceans, Stella McCartney y la Estación Espacial Internacional de EEUU.

El vicepresidente de estrategia de marca, James Carnes, ha reconocido que “a través del deporte tenemos el poder de cambiar vidas, y estamos dedicados a crear ese cambio”. “Nuestro compromiso de eliminar el uso de poliéster virgen en nuestros productos para 2024 nos ayuda a estar un paso más cerca de ser una empresa más circular”, ha afirmado Carnes.

Adidas presentará nuevas soluciones de productos más sostenibles en 2020, cambiará a poliéster reciclado en todos los productos para 2024, reducirá su huella de carbono en un 30% para 2030 y será neutral al clima para 2050, ha comunicado la marca, sobre los objetivos para las próximas décadas.