

## Sendinblue se convierte en la primera entidad en España de *emailing* en ofrecer una calculadora de CO2 para campañas de correo electrónico

- La calculadora permite conocer el CO2 de los correos electrónicos implicados en una campaña de comunicación teniendo en cuenta el país de origen y el número de mails enviados.
- Según Sendinblue, un correo electrónico produce 0,174 g de CO2 y una campaña de *emailing* de 2.000 correos genera 350 g de CO2, casi un tercio menos que la emisión de un *spot* publicitario de 30 segundos\*.

**Madrid, xx de abril de 2022.** – [Sendinblue](#), la plataforma europea integral de marketing digital del mercado y líder en su área de negocio, ha lanzado su [calculadora de huella de carbono](#) para que las empresas y particulares de cualquier parte del mundo puedan conocer el impacto medioambiental de sus campañas de *email marketing*.

El proyecto destaca la responsabilidad social que las empresas deben tener en cuenta y señala cómo se pueden evitar emisiones de CO2 adicionales al modificar ciertas operaciones de la empresa e integrar nuevas características a la plataforma.

### ¿Cuánto CO2 emite un correo electrónico?

Normalmente, asociamos las emisiones de CO2 con los tubos de escape de los vehículos, pero cada interacción que tenemos en la red, alguna más que otra, supone un impacto medioambiental. Desde ver una película en *streaming* hasta descargar una imagen en la red genera emisiones de CO2.

Pensar en la huella de carbono de un email es complejo porque la mayoría de los elementos que se usan para enviarlo o recibirlo no están a la vista.

Por este motivo, Sendinblue ha creado esta calculadora con el objetivo de aportar a las compañías una valoración de la emisión de CO2 de sus campañas de *emailing*. El

#### **Media Contact**

##### **ATREVIA**

María González: [mggarcia@atrevia.com](mailto:mggarcia@atrevia.com) / 667 63 27 38

Sara López: [slfarhan@atrevia.com](mailto:slfarhan@atrevia.com) / 673 76 50 08

simulador revela las emisiones de CO2 en función de los correos electrónicos enviados mensualmente y se ajusta según la ubicación del usuario.

Para obtener estos datos, Sendinblue **ha realizado un análisis exhaustivo con la compañía Aktio** a partir de los datos obtenidos en sus propias campañas. Según este estudio, un correo electrónico produce una media de 0,174 g de CO2, y una campaña de *emailing* de 2.000 correos genera 350 g de CO2, casi un tercio menos que la emisión de un spot publicitario de 30 segundos\*. Además, el análisis reveló que los clientes de Sendinblue ahorran alrededor de 707 000 toneladas de emisiones de CO2 al año al usar el correo electrónico en lugar del correo físico.

“El estudio que hemos llevado a cabo reafirma que las empresas deben confiar en el correo electrónico para sus comunicaciones, cuando desean operar de forma respetuosa con el medio ambiente. También informa sobre la necesidad de establecer más medidas a futuro para hacer aún más sostenible el uso del *emailing*, como son la creación de plantillas de email sostenibles y la posibilidad de establecer fechas de caducidad de los correos electrónicos”, ha señalado **Laura Parra, responsable de comunicación de Sendinblue en España.**

### **Medir primero para actuar después: el ejemplo de Sendinblue a sus clientes**

Además, Sendinblue ha querido analizar **su propio impacto** a partir de las emisiones directas e indirectas de su operativa diaria en todo el mundo. Respecto a las emisiones directas, ha tenido en cuenta el uso de la calefacción de sus instalaciones; y en las emisiones indirectas ha estudiado el impacto medioambiental de la **compra de electricidad para sus infraestructuras**, los viajes de negocios de los empleados y las compras que realiza la compañía.

Tras esta evaluación, Sendinblue comprobó que **en el año 2020 generó un total de 4.552 toneladas de CO2**, un dato que el equipo directivo decidió abordar para reducir su impacto. Tras evaluar la situación, **determinaron llevar a cabo cuatro medidas que se convertirán en el pilar de su reducción de CO2 en el futuro:** formar a sus empleados para que reduzcan su huella de carbono; desarrollar una política de RSC involucrando a nuevos proveedores; identificar y apoyar iniciativas ambientales; y desarrollar nuevas implementaciones para reducir en la medida de lo posible la huella de carbono de Sendinblue.

#### **Media Contact**

##### **ATREVIA**

María González: [mggarcia@atrevia.com](mailto:mggarcia@atrevia.com) / 667 63 27 38

Sara López: [slfarhan@atrevia.com](mailto:slfarhan@atrevia.com) / 673 76 50 08

“Este análisis establece un punto de partida para nuestra industria. Enseña una clara fotografía del impacto medioambiental de la actividad que servirá, sin lugar a duda, para que todos los implicados tomemos medidas al respecto, asumiendo nuestra responsabilidad y estableciendo nuevos caminos realistas para limitar nuestras emisiones”, recalca Laura Parra.

\*TV spot en Estados Unidos.

### **Acerca de Sendinblue**

[Sendinblue](#) es la plataforma de marketing digital integral que permite a las empresas B2C y B2B, agencias y negocios en línea, crear y manejar efectivamente relaciones con sus clientes de principio a fin. A diferencia de otras compañías de marketing digital que ofrecen sus servicios a precios elevados, Sendinblue adapta sus productos a las necesidades de emprendedores y las pymes en pleno crecimiento en mercados complejos.

Sendinblue fue fundada en 2012 por Armand Thiberge con la misión de poner los canales de marketing más eficaces al alcance de todas las empresas. La plataforma sirve a más de 300.000 clientes en 160 países a optimizar sus campañas de marketing digital a través de diferentes canales, como email marketing, mensajes transaccionales y la automatización, y cuenta con más de 600 empleados a nivel global.

### **Media Contact**

#### **ATREVIA**

María González: [mkgarcia@atrevia.com](mailto:mkgarcia@atrevia.com) / 667 63 27 38

Sara López: [slfarhan@atrevia.com](mailto:slfarhan@atrevia.com) / 673 76 50 08