

Dalla vendita alla durata: come Decathlon sta cambiando il retail sportivo

Dal design alla riparazione, dal noleggio alla Second Life: il Sustainability Report 2025 racconta come Decathlon sta evolvendo verso un modello più sostenibile.

Per anni il successo nel retail è stato misurato in termini di prodotti venduti. Oggi, però, una nuova sfida sta ridefinendo il settore: progettare prodotti che durino più a lungo, possano essere riparati, riutilizzati e condivisi.

È in questa direzione che si inserisce il percorso di Decathlon che, attraverso il Sustainability Report 2025, racconta l'evoluzione di un modello che punta a rendere lo sport sempre più accessibile riducendo al tempo stesso l'impatto ambientale associato alla produzione e al consumo di articoli sportivi.

La trasformazione parte dalla progettazione: l'azienda continua a investire nello sviluppo di prodotti più durevoli, riparabili e realizzati con materiali a minore impatto ambientale. Oggi il 22,1% dei prodotti Decathlon è progettato per essere riparabile, con l'obiettivo di raggiungere il 30% entro il 2026.

Nel 2025 oltre il 53,9% delle vendite globali di Decathlon è stato generato da prodotti sviluppati secondo criteri di eco-design, rispetto al 48,3% dell'anno precedente: ciò significa accompagnare le persone più a lungo nella pratica sportiva, utilizzando meno risorse e limitando le emissioni climalteranti.

Un esempio concreto di questo approccio è il monopattino per bambini B500 Tomato, realizzato con il 90% di polipropilene riciclato, a dimostrazione di come l'eco-design possa essere integrato anche nei prodotti destinati ai più giovani e alla pratica sportiva quotidiana.

Se l'eco-design consente di ridurre l'impatto ambientale già nella fase di progettazione, è attraverso i servizi di riparazione, noleggio e Second Life che Decathlon estende concretamente il ciclo di vita dei propri prodotti, trasformando la sostenibilità da caratteristica del prodotto a modello di utilizzo.

Accanto all'innovazione di prodotto, Decathlon continua infatti a sviluppare servizi che consentono di prolungare la vita utile degli articoli sportivi.

Link

[Decathlon Press IT](#)

Contatti

Nicoletta La Torre - External & Corporate Communication Manager
nicoletta.latorre@decathlon.com

Edelman Italia
DecathlonItalia@edelman.com

Riparazione, noleggio, Second Life e buy-back rappresentano oggi alcuni degli strumenti attraverso cui l'azienda promuove un approccio più circolare allo sport.

Nel 2025 i modelli di business circolari hanno registrato una crescita del 24% rispetto all'anno precedente e generano oggi il 2,64% delle vendite complessive del Gruppo.

L'obiettivo è ridurre gli sprechi e rendere lo sport economicamente più accessibile, favorendo un utilizzo più efficiente e prolungato dei prodotti.

In Italia, questa strategia si traduce già in risultati concreti: nel corso del 2025 Decathlon ha effettuato 20.413 riparazioni di articoli sportivi, registrando una crescita dell'11,1% rispetto all'anno precedente.

Nello stesso periodo, 126.704 prodotti hanno trovato una seconda vita attraverso programmi di Second Life, buy-back e rivendita di biciclette provenienti dal noleggio, con una crescita del 9% rispetto all'anno precedente.

Anche i modelli basati sull'utilizzo continuano a crescere: oltre 33.400 biciclette sono state utilizzate attraverso formule di abbonamento e più di 120.000 noleggi hanno riguardato sci e snowboard.

Le categorie più rappresentative di questa trasformazione sono oggi il ciclismo e il fitness per quanto riguarda la riparazione, mentre ciclismo, sport invernali e sport acquatici (SUP e kayak) guidano lo sviluppo dei servizi di noleggio.

L'economia circolare non rappresenta però soltanto una leva ambientale.

Permette anche di rendere lo sport più accessibile, offrendo ai consumatori alternative all'acquisto tradizionale e contribuendo a ridurre il costo di accesso alla pratica sportiva.

L'evoluzione del modello trova conferma anche nei risultati ambientali.

Nel 2025 Decathlon ha ridotto del 16,2% le proprie emissioni assolute di gas serra rispetto al 2021, raggiungendo 7,95 milioni di tonnellate di CO₂ equivalente, in diminuzione dell'1,8% rispetto al 2024. In Italia, negli anni c'è stato un lavoro e un'attenzione costante alla riduzione dei consumi tramite progetti mirati, maggior sensibilità e attenzione ai consumi.

Sono stati aggiunti nuovi impianti fotovoltaici fino ad arrivare a fine 2025 ad avere 36 impianti fotovoltaici attivi con una potenza di 6.765 kW che hanno prodotto nel 2025 quasi l'11% del fabbisogno di Decathlon Italia.

Link

[Decathlon Press IT](#)

Contatti

Nicoletta La Torre - External & Corporate Communication Manager
nicoletta.latorre@decathlon.com

Edelman Italia
DecathlonItalia@edelman.com

Questo risultato è stato ottenuto grazie a interventi lungo tutta la catena del valore, dall'eco-design alla decarbonizzazione produttiva, fino all'ottimizzazione della logistica e allo sviluppo dei modelli circolari.

Alla base di questo percorso c'è una profonda evoluzione culturale.

Nel corso del 2025 quasi 28.000 collaboratori hanno partecipato alla definizione del nuovo Purpose, della Vision 2035 e del piano strategico di lungo periodo dell'azienda.

Oggi Decathlon conta oltre 102.000 collaboratori nel mondo, con il 90% delle persone che dichiara di essere felice di andare al lavoro ogni mattina e il 93% che si dichiara orgoglioso di lavorare per l'azienda.

La sostenibilità diventa così non soltanto una strategia ambientale, ma una trasformazione culturale che coinvolge persone, prodotti e modelli di consumo.

Anche in Italia, questa trasformazione si traduce in un crescente coinvolgimento delle nostre 7.000 persone.

"Crediamo che il futuro dello sport passi dalla capacità di rendere i prodotti più durevoli, cioè riparabili e riutilizzabili per una seconda vita. Per questo continuiamo a investire in eco-ideazione, riparazione, noleggio e Second Life, con l'obiettivo di accompagnare sempre più persone nella pratica sportiva riducendo al tempo stesso il nostro impatto ambientale" ha dichiarato **Dorothee Monsigny, Sustainability Leader Decathlon Italia**.

Per approfondire il percorso e gli impegni di Decathlon in ambito ambientale e sociale è possibile consultare il Sustainability Report disponibile su: <https://impegni.decathlon.it/bilanci-di-sostenibilita-decathlon-pubblicati-annualmente>

DECATHLON:

Brand globale multispecialista che si rivolge a ogni sportivo e sportiva, dal livello principiante a quello professionistico, Decathlon è un produttore innovativo di articoli sportivi per ogni livello di abilità. Con oltre 101.100 teammate e 1.817 negozi in tutto il mondo, Decathlon ed i suoi team lavorano ininterrottamente dal 1976 per rendere le gioie e i benefici dello sport davvero accessibili a tutti e tutte. In Italia, Decathlon sviluppa progetti su 143 negozi, 3 depositi logistici e 2 sedi di produzione.

Link

[Decathlon Press IT](#)

Contatti

Nicoletta La Torre - External & Corporate Communication Manager
nicoletta.latorre@decathlon.com

Edelman Italia
DecathlonItalia@edelman.com