

Decathlon Italia e Movopack trasformano il packaging riutilizzabile in un'esperienza tra digitale e fisico

Milano, 8 settembre 2026 — Decathlon Italia e [Movopack](#) annunciano la seconda fase della loro collaborazione, ampliando il progetto già avviato con successo nel maggio 2025. La nuova fase introduce importanti novità pensate per rendere l'opzione del packaging riutilizzabile ancora più semplice e immediata da scegliere durante il percorso d'acquisto online, rafforzando al tempo stesso l'integrazione tra esperienza digitale e negozi fisici in una logica sempre più omnicanale.

Nel 2025 Decathlon Italia ha introdotto il packaging riutilizzabile di Movopack per una selezione degli ordini Ship-from-Store, ottenendo risultati eccezionali: il 95% dei consumatori rispondenti alla survey sono soddisfatti dell'esperienza, l'82% ha una percezione migliore del brand Decathlon, come evidenziato dal Net Promoter Score di 67. Sul fronte ambientale, l'iniziativa ha già evitato oltre 6.000 kg di rifiuti da imballaggio. La forza dei risultati ha spinto entrambe le aziende a scalare il progetto, introducendo nuove modalità di scelta e restituzione per aumentare l'adozione e l'impatto dell'iniziativa.

Da oggi i clienti possono selezionare il packaging riutilizzabile di Movopack direttamente in fase di checkout ordine, rendendo la scelta sostenibile parte integrante del processo di acquisto. Oltre alla restituzione tramite qualsiasi cassetta postale in Europa, è ora possibile riconsegnare il packaging anche in qualsiasi negozio Decathlon in Italia, creando un nuovo punto di contatto tra il canale online ed i punti di vendita fisici. I clienti che restituiscono il packaging riceveranno una gift card dedicata, valorizzando concretamente il gesto di riuso.

Dorothee Monsigny, Head of Sustainability di Decathlon Italia commenta: *"Da anni lavoriamo affinché il nostro Purpose non sia scisso dall'impegno sulla sostenibilità ambientale. Con Movopack abbiamo compiuto un ulteriore passo con un'azione concreta e misurabile, coinvolgendo sempre più sportivi in questo percorso ed impegno."*

Tomaso Torriani, CEO di Movopack aggiunge: *"Il progetto con Decathlon entra in una nuova fase, con l'obiettivo di ampliare l'impatto del packaging riutilizzabile e rafforzare il legame tra esperienza online e negozi fisici. L'introduzione della riconsegna del packaging in tutti i negozi Decathlon rappresenta un passaggio importante, perché rende il riutilizzo ancora più semplice per i consumatori e apre nuove opportunità di valore per il brand. Proseguiamo con entusiasmo questo percorso, con l'obiettivo di generare risultati sempre più ambiziosi e un impatto ambientale sempre più significativo."*

Il packaging riutilizzabile di Movopack è progettato per più di 20 utilizzi. Secondo uno studio LCA preliminare condotto da enti terzi, rispetto al cartone monouso con il 70% di contenuto riciclato, su 20 utilizzi consente una riduzione del 75% delle emissioni di CO₂, del 72% dei consumi energetici, del 75% dei consumi di acqua e fino al 98% dei rifiuti da packaging.

Il valore dell'iniziativa è stato riconosciuto anche nell'ambito del **Blue Green Economy Award 2026**, dove Decathlon Italia ha ricevuto il **Premio Speciale Benessere & Sport**. Il riconoscimento, promosso dall'Associazione For Human Community nell'ambito del network Comunicazione Italiana, viene assegnato da una giuria composta da accademici, manager e professionisti esperti di sostenibilità e valorizza progetti capaci di distinguersi per innovazione, misurabilità dei risultati, impatto e possibilità di essere replicati in altri contesti.

Grazie alla rete di **143 negozi Decathlon in Italia**, inoltre, il packaging riutilizzabile diventa un nuovo punto di connessione tra e-commerce e store fisico. Il percorso integra infatti tre momenti – **scelta al checkout, restituzione in negozio e reward attraverso una gift card** – trasformando la riconsegna dell'imballaggio in un'ulteriore occasione di visita al punto vendita. Un modello che mostra come la sostenibilità possa essere integrata nel customer journey senza aggiungere complessità all'esperienza d'acquisto e, allo stesso tempo, contribuire a creare una relazione più continua tra canale digitale e rete fisica. Il riuso diventa così non soltanto una leva ambientale, ma anche **un abilitatore di un'esperienza omnicanale più connessa e potenzialmente scalabile**.

La collaborazione tra Decathlon Italia e Movopack rappresenta un esempio concreto di come la sostenibilità possa essere scalabile e integrata nell'esperienza di acquisto quotidiana.

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 teammates e 1.817 negozi in tutto il mondo, Decathlon e 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.

Movopack:

Movopack è la realtà milanese che sta rivoluzionando il packaging sostenibile per il retail, l'e-commerce e la logistica B2B. Fondata dagli amici Tomaso Torriani, Alberto Cisco e Andrea Cipollone, offre soluzioni riutilizzabili e personalizzabili che aiutano i brand a eliminare gli imballaggi monouso, grazie anche a un sistema di logistica inversa semplice ed efficiente. Con oltre 100 clienti tra Italia, Regno Unito e Francia, Movopack permette alle aziende di ridurre le



emissioni, contenere i costi e trasformare ogni spedizione in un'occasione di storytelling che rafforza l'identità del brand. <https://movopack.com/it/>