



Lissone, Marzo 2021

I risultati di Decathlon Italia 2020

Il 2020 si è presentato per Decathlon Italia come un anno di accelerazione, nel senso della trasformazione digitale e della modalità di vendita omnicanale.

L'aderenza alla Cultura d'Impresa ha permesso alle donne e gli uomini di Decathlon di prendere le migliori decisioni per agire con fiducia, autonomia, spirito d'iniziativa e responsabilità.

7.607 collaboratrici e collaboratori hanno risposto ad un sempre crescente bisogno di praticare sport e dedicarsi al proprio benessere, con uno spirito agile.

Il 91% dei collaboratori\collaboratrici ha dichiarato nel 2020 di venire con piacere a lavoro*.

“Ho l'assoluta convinzione che le donne e gli uomini di Decathlon rappresentino un fortissimo vantaggio competitivo, un valore solo apparentemente intangibile e fortemente ancorato alla Cultura d'Impresa.

In realtà, proprio in una fase di evoluzione così repentina e necessaria del modello omnicanale, il valore delle persone si è rivelato prezioso nel grande balzo in avanti effettuato sul tema della strategia digitale”. Fulvio Matteoni, AD Decathlon Italia

L'accelerazione digitale e la vendita omnicanale

Il 2020 pone le squadre e-commerce di fronte ad una sfida altissima: l'11 marzo, in piena diffusione della pandemia, si decideva di chiudere tutti i negozi sul territorio nazionale. Due giorni dopo, lo Stato italiano disponeva la chiusura di tutte le scuole e di ogni altra attività, commerciale e non.

In un mese, si è dunque spinto fortemente l'acceleratore sulla strategie che erano previste nei successivi 5 anni, sui temi di consegna a domicilio e servizio di assistenza al cliente.

Per supportare il commercio in store (128 negozi al 31\12\2020) sono state implementate attività di ship from store, attivati servizi di decadrive, realizzati accordi per la presenza di corner sportivi in superfici della GDO food (Carrefour\Conad) e dell'isef di Torino.

Sei nuovi negozi hanno aperto le loro porte agli sportivi: Milano Portello, San Salvo (CH), Cagliari, Torino Lingotto, Mercogliano (AV), Roma Laurentina.

Fatturato omnicanale realizzato: 1.387.729.000€

Fatturato digitale realizzato: 181.792.000€

Parte di fatturato digitale sul fatturato omnicanale: 13.1% (5,1% nel 2019)

L'accelerazione della pratica sportiva

La mission di Decathlon ha favorito il ruolo assunto durante il 2020 dai team impegnati nella divulgazione dello sport e di una vita attiva.

La app Decathlon Coach (completamente gratuita) è stata scaricata da 70.400 nuovi utenti, che si sono aggiunti ai circa 400.000 utilizzatori attivi registrati nel 2020. Le sessioni di allenamento realizzate si sono divise per il 27% in attività indoor e per il 73% Outdoor (un totale di circa 440.000 sessioni on line realizzate).

La fidelity card, attraverso l'utilizzo dei punti, ha permesso nei quasi 4 mesi complessivi di attività dei club sportivi partner, di erogare 4.288 esperienze sportive.

Gli sport preferiti dagli italiani (desunti dagli acquisti sia fisici che digitali) si sono rivelati quelli praticabili at home ed in outdoor:

- 1) Fitness
- 2) Pilates\Yoga
- 3) Trekking
- 4) Escursionismo
- 5) Bike

L'accelerazione dello sviluppo sostenibile

In linea con il modello delle 4R, Decathlon Italia persegue i propri obiettivi di Riduzione, Riutilizzo, Riciclo e Riparazione, grazie a una pluralità di servizi e di

buone pratiche che testimoniano l'attenzione dell'azienda verso la sostenibilità ambientale.

Attraverso il continuo miglioramento dei propri processi produttivi e la scelta accurata dei fornitori, Decathlon si impegna nella riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti in vendita nei propri store. Ciò è possibile con la eco-ideazione di un numero sempre crescente di prodotti, grazie alla quale è possibile ridurre il consumo di acqua, tintura, materie prime ed energia necessarie per la produzione.

La partnership con Too Good To Go per ridurre al minimo lo spreco alimentare ha permesso di rendere disponibili oltre 5000 box.

L'integrazione e il potenziamento di servizi quali il noleggio di prodotti sportivi attraverso Decathlon Rent, la vendita di prodotti usati o ricondizionati Decathlon 2Hand e i servizi di manutenzione e assistenza tecnica dei Laboratori Decathlon ha consentito a Decathlon di creare un vero e proprio ecosistema di servizi orientati alla sostenibilità.

Nel 2020 oltre 28.500 prodotti sono stati riparati e rigenerati, evitando che venissero sostituiti o eliminati.

La parte di fatturato generata dai prodotti eco-ideati registrata è del 7,15%.

L'impegno sociale

In un periodo di grande carenza di presidi medici, abbiamo accolto la richiesta di materiale sportivo utilizzabile in ambito medico: abbigliamento, occhialini nuoto, cronometri, radioline, occhiali, asciugamani, coperte...

Oltre 30 azioni di donazione ad Enti ospedalieri, Protezione Civile ed associazioni di volontariato.

Alle Regioni italiane, sono state donate 10.000 maschere Easybreath.

La Fondazione Decathlon Italia ha finanziato durante l'anno 5 nuovi progetti di lunga durata e sostenuto 17 associazioni per rendere lo sport accessibile in situazioni di fragilità.

I risultati Decathlon United a questo link: <https://bit.ly/3eOu7bP>

*Decathlon Teammates Barometre: inchiesta mondiale svolta annualmente presso i collaboratori per misurare diversi parametri legati al management ed all'empowerment. Nel 2020, il 75% dei collaboratori italiani ha partecipato all'inchiesta.

Contatti

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

Press Room: <https://bit.ly/3ljshAY>

Report di Sostenibilità: <https://bit.ly/30OeicX>

Decathlon

Decathlon è ideatore, produttore distributore di articoli sportivi. Attraverso il sito decathlon.it e gli oltre 1600 store in 59 Paesi realizza la propria mission: rendere durevolmente accessibili il piacere ed i benefici dello sport al maggior numero di persone.

Perché praticare sport ?

Riconosciamo lo sport per quello che è: indispensabile e prioritario. Dal 1994, è chiaramente scritto nella Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo dell'ONU, dove è definito come capitale e vitale.

Il nostro corpo, luogo di espressione del movimento allo stato puro, è fatto per avanzare, spendersi, vibrare, riconnettersi incessantemente a noi stessi ed agli altri. Questo diritto al movimento appartiene a ciascuna ed a ciascuno. In Decathlon lo renderemo sempre accessibile, lo eserciteremo sempre e in ogni dove, nel rispetto delle regole sanitarie e di sicurezza attuali.

Lo sport è il miglior vettore verso la salute, l'ottimismo e la fiducia in se stessi.

Persino oggi lo sport resta alla portata di tutte e di tutti.

E' sempre possibile praticare sport, pur nello stretto rispetto delle misure rese obbligatorie dagli organi governativi, che Decathlon approva in ogni punto.

Lo sport aumenta la nostra resistenza e la nostra immunità.

Accresce la nostra opposizione alla cupezza ed aumenta il nostro senso di rispetto verso noi stessi e gli altri e di conseguenza il nostro senso di umanità.

Decathlon, in contatto ed in coordinamento con tutti gli altri attori locali, continuerà ad accompagnare lo sport.

Noi di Decathlon siamo fieri della nostra ragion d'essere: rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone.

Il ruolo delle donne e degli uomini di Decathlon in questo contesto: occuparsi di sé, occuparsi degli altri. Continuiamo a praticare lo sport ed a dividerne i benefici !

<https://www.oneblueteam.com/media/covid-19/lo-sport-ci-rende-piu-forti#pg-2>