

RISULTATI 2021

"Il 2021 ci vede pienamente soddisfatti dei risultati ottenuti in Italia. Dopo un 2020 totalmente improntato alla sperimentazione continua di modelli di vendita e servizi alternativi, adeguandoci alle norme sanitarie per tenere in sicurezza quanto più possibile le collaboratrici, i collaboratori e i clienti, abbiamo potuto riprendere il piano di investimenti sul nostro modello di business omnicanale. Abbiamo perseguito il percorso di sviluppo della nostra piattaforma Rent, parallelamente alla

creazione di partnership con associazioni ed enti sportivi volte al sostegno della ripresa dello sport nel nostro Paese. Il nostro impegno sociale e ambientale ha ripreso a tradursi in azioni concrete alla ricerca della sostenibilità. Il 2022 ci vedrà ulteriormente impegnati nel raggiungere fisicamente i territori dove non siamo ancora presenti, garantendo un'offerta digitale sempre più ampia. I nostri piani di Upskilling e Reskilling delle competenze saranno incentrati sull'evoluzione ed il miglioramento dell'esperienza di acquisto dei nostri clienti."

Fulvio Matteoni, AD

**8 NUOVI
PUNTI
VENDITA**

Le strategie volte ad aumentare l'experience omnicanale di contatto continuano ad essere al centro degli investimenti.

Otto nuovi negozi hanno aperto le loro porte agli sportivi nel 2021: Trapani, Asti, Ponte nelle Alpi (BL), Lonato del Garda (BS), Venaria Reale (To), Roma Ostiense, Taranto, Bologna. Quest'ultimo punto vendita, avvia per l'Italia un nuovo concept: uno store di prossimità, sviluppato su una superficie ridotta di 620 mq, raggiungibile a piedi, in bici, in monopattino o con i mezzi pubblici. Decathlon Bologna City è infatti pensato per rispondere alle esigenze di quartiere, ai lavoratori del centro, agli studenti degli atenei e agli oltre 3 milioni di turisti che ogni anno visitano la città.

Con l'obiettivo di proporre una diversificazione delle forme di vendita, Decathlon completa il proprio business model, cogliendo l'opportunità di moltiplicare i punti di contatto con gli sportivi. La soluzione per rendere disponibile l'offerta di articoli e servizi per lo sport, passa per Decathlon anche attraverso la possibilità di definire partnership con la finalità di rafforzare la presenza in locale. E' il caso ad esempio del punto Decathlon presente nel Villaggio Mancuso realizzato in collaborazione con Orme nel Parco a Taverna (CZ) oppure del corner nella Piscina Cozzi a Milano, in partnership con Milanosport.

Nel secondo semestre, Decathlon apre la propria gamma di offerta al Marketplace. Integrando nuovi sport e inserendo nuovi brand e prodotti specializzati, il marketplace consente a Decathlon di rispondere più approfonditamente alla crescente domanda degli appassionati di sport, rimanendo fedele al proprio DNA e ampliando la customer base.

Il fatturato registrato supera 1,7 miliardi di euro, con oltre il 13% di vendita digitale.

Il raggiungimento dei risultati economici ha permesso a Decathlon Italia di garantire la condivisione con i propri collaboratori e collaboratrici di una parte degli utili, assegnando loro un numero di azioni DISP* di valore pari ad una mensilità.

Le buone pratiche che testimoniano l'impegno di Decathlon per ridurre l'impatto ambientale toccano diversi campi.

In primis attraverso lo studio e la scelta dei componenti dei prodotti e tecniche di produzione, finalizzato alla riduzione del consumo di acqua per i processi di tintura, materie prime ed energia necessarie per la finalizzazione del prodotto. Nel 2021, la parte di vendite realizzate grazie a prodotti di eco-design è del 11,4%, in netto aumento rispetto all'anno precedente. Non si arresta 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 hanno consentito a Decathlon di creare un vero e proprio ecosistema di servizi orientati alla sostenibilità.

**28.730
PRODOTTI
RIPARATI/
RIGENERATI**

Nel 2021:

- prodotti riparati = 25.450 (pari all'83% dei prodotti considerati riparabili)

- prodotti ricondizionati e venduti = 3.280 (vs 1174 del 2020)

**14.000 Kg
DI RIFIUTI RACCOLTI
DURANTE EVENTI
ECO-RESPONSABILI**

I team dei punti vendita hanno raccolto la sfida di partecipare al World Clean Up Day, iniziativa concepita dalla ONG Let's Do It! World, che si pone come obiettivo quello di combattere il problema globale dell'inquinamento da rifiuti solidi abbandonati o smaltiti illegalmente. In collaborazione con Leroy Merlin, sono 2000 i partecipanti dell'edizione 2021.

**19.000 Kg
DI CO2 NON EMESSI**

Grazie al programma di smart working lanciato durante la pandemia e reso permanente nel corso dell'anno 2021. Dati parziali, in corso di perfezionamento.

**1 NUOVA
LINGUA
AL SERVIZIO
DEL CLIENTE**

Decathlon mette a disposizione delle persone sorde affette da sordità un servizio di assistenza clienti totalmente inclusivo, grazie alla possibilità di contattare il customer service di Decathlon direttamente in LIS (Lingua italiana dei segni). Servizio attivabile in qualsiasi momento grazie al video-interpretariato da remoto.

Il Customer care Decathlon ha vinto il sigillo di qualità Migliori in Italia - Campioni del servizio 2022, dell'Istituto tedesco di qualità e finanza, che realizza la più ampia indagine sulla qualità dei servizi offerti dalle aziende in Italia.

**103
PROGETTI
FONDAZIONE
DECATHLON**

In linea con la missione dell'Azienda di rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone e con la volontà di ampliare questo impegno per abbattere ogni barriera, dal 2009 a oggi la Fondazione Decathlon ha supportato 103 progetti in Italia con impatto sociale positivo, facendo dello sport un vettore di inserimento sociale e di benessere. Un traguardo che conferma il ruolo determinante dell'Italia per la Fondazione, che ad oggi ha finanziato a livello globale oltre 500 progetti in 50 Paesi differenti, aiutando più di 400.000 donne, bambini e uomini in situazioni di vulnerabilità.

Una missione che coinvolge per primi i collaboratori di Decathlon: partendo dalle realtà locali e da un impegno in prima persona verso le diverse cause, propongono i progetti da supportare, diventandone

promotori e sponsor all'interno della Fondazione e seguendone lo sviluppo come garanti. Un concetto che cambia l'approccio verso i progetti scelti e che si basa su un forte coinvolgimento di tutto il team.

Decathlon Italia è il secondo Paese, dopo la Francia, per numero di progetti finanziati da Decathlon United.

7974 collaboratori (di cui 44% uomini, 56% donne)
86,1% collaboratori\collaboratrici soddisfatti\le (survey DTB)**
337.876 recensioni depositate dai clienti sul sito
88% clienti soddisfatti (nota 4/5 e 5/5)

* Decathlon International Shareholding Plan. Decathlon non è quotata in Borsa, ma dal 1987 viene data la possibilità a collaboratori e collaboratrici di diventare azionisti. La valorizzazione delle azioni viene effettuata una volta all'anno da un collegio esterno di esperti, nominati dal tribunale del Commercio di Lille (Francia).

** Decathlon Teammates Baromètre: survey mondiale svolta annualmente presso i collaboratori per misurare diversi parametri legati al management ed all'empowerment.

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

Press Room: <https://bit.ly/3ljshAY>
 Report Sostenibilità: <https://bit.ly/30OeicX>