

La economía de uso en Decathlon, una forma más de acercar los beneficios del deporte al mayor número de personas

- La compañía lleva años trabajando para buscar soluciones que fomenten un consumo más responsable, eficiente y sostenible; y minimicen el impacto ambiental de su actividad
- A través de la economía de uso que abarca desde programas de venta y soluciones sostenibles como Decathlon Segunda Vida, servicios de reparación y mantenimiento, hasta la iniciativa de alquiler de productos, la compañía contribuye a un modelo de negocio concienciado con el medioambiente

Madrid, 7 de junio de 2022. – [Decathlon](#) dentro de su firme compromiso por desarrollar su actividad de manera sostenible haciendo más accesible el deporte y todos sus beneficios al mayor número de personas, y en línea a su estrategia de protección de la biodiversidad, lleva más de 30 años promoviendo iniciativas que fomenten un modelo de negocio más respetuoso con el medioambiente.

“La problemática general con la huella ambiental de productos y materiales deportivos es una realidad que desde Decathlon llevamos años trabajando para mitigar, a través de la concienciación de un consumo más responsable, eficiente y sostenible. Dentro de nuestra estrategia de economía circular, hemos puesto en marcha proyectos como el ecodiseño y fomentado el mercado de segunda mano y productos de ocasión, como parte de nuestra estrategia de ventas sostenibles. De este modo, hemos ido dando respuesta a un modelo de negocio concienciado con la responsabilidad social, medioambiental, económica y normativa”, ha señalado **Eric Fortune, responsable de Nuevos Modelos de Negocio de Grupo Decathlon.**

En este sentido, la compañía trabaja para estar en todo momento al lado de los amantes del deporte, acompañándolos en sus experiencias deportivas, y llevando los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. Además, **como empresa responsable con el planeta y el medioambiente, Decathlon desarrolla proyectos de economía de uso** con iniciativas de venta y soluciones sostenibles como:

- **Segunda Vida**, un servicio a través del cual los clientes pueden **vender aquellos productos deportivos que ya no utilicen y Decathlon se los compra y vende de nuevo**. El cliente registra su producto en la web y obtiene una estimación de precio de recompra para, posteriormente, llevar el objeto en cuestión a la tienda que haya seleccionado. El equipo técnico del establecimiento lo revisará y **recibirá el importe en una tarjeta regalo de Decathlon**.
- **Reparación y Mantenimiento**, un **servicio de taller completo para alargar la vida de los productos**. Para ello, los deportistas que lo deseen pueden acudir a su tienda más cercana y solicitar información sobre el servicio, o bien a través de la página web.

- **Alquiler de productos.** En las próximas semanas, la compañía incorporará a su catálogo de servicio la posibilidad **de alquilar prendas y artículos deportivos en función de la temporalidad**, como uno de los pilares dentro de su apuesta por la economía de uso.

De este modo, en la fase inicial, los amantes del ciclismo podrán optar por el **alquiler por suscripción**, pagando una cuota mensual de mínimo 3 meses y máximo a su elección, y para todos aquellos que practiquen deportes como el Kayak o el Stand up Paddle, podrán disfrutar del **alquiler por días**, mediante el cual podrán disfrutar de un producto por días/horas, dónde, cómo y cuándo quieran.

En definitiva, **pasar a un crecimiento regenerativo, responsable y sostenible es uno de los grandes desafíos para Decathlon, y la economía de uso es una de las respuestas a este reto**, proponiendo una experiencia tangible de uso como alternativa a la propiedad, por la que la compañía seguirá apostando.

Para más información sobre las iniciativas de economía de uso pincha [aquí](#).

Sobre Decathlon

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución omnicanal de material deportivo y, actualmente, está presente en 70 países, cuenta con más de 1.700 tiendas y un equipo de 100.000 colaboradores por todo el mundo.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 11.000 colaboradores y más de 170 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.

El objetivo principal de la compañía es ser útil a las personas y al planeta; y su misión, hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. La sostenibilidad es un elemento clave en su modelo de negocio, desde el ecodiseño de sus productos, presente en las fases de diseño, concepción y producción; en sus tiendas mediante el uso de energía procedente de fuentes 100% renovables y la eliminación de todas las bolsas de plástico; hasta en su cadena de suministro, donde la compañía es miembro del Supplier Engagement Leaderboard por la organización sin ánimo de lucro Carbon Disclosure Project (CDP).

Accesibilidad mediante sus marcas propias y su área de I + D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de sus propios productos, de más de 150 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a sus clientes una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación técnica-precio. Mayor accesibilidad gracias también a su red logística, a sus servicios y a sus equipos de apasionados deportistas al servicio de sus clientes.



Más información:

DECATHLON

Diana Expósito

Directora de Comunicación Corporativa y Deportes

diana.exposito@decathlon.com

91 657 37 67

Omnicom PR Group

Marta García / Beatriz Carazo

equipo.decathlon@omnicomprgroup.com

91 914 29 27 / 689 333 623