

EQUIPAMIENTO

Decathlon engorda su oferta con el lanzamiento de su 'marketplace' en España

El proyecto, que se lanzó el año pasado en Bélgica, se estrena en España con treinta marcas deportiva que incorporarán 25.000 referencias a la plataforma online del grupo.

Palco23
10 jun 2021 - 18:06



Decathlon engorda su oferta y se abre por primera vez a terceros. El gigante francés de la distribución de moda y equipamiento deportivo ha lanzado su modelo de *marketplace* en el mercado español.

El proyecto permitirá a la compañía ampliar notablemente su oferta online, con treinta marcas deportivas y más de 25.000 referencias que se identificarán en la plataforma con la etiqueta “vendido por”, seguido del nombre de la firma proveedora.

Con el lanzamiento del *marketplace*, Decathlon incorporará nuevas categorías de producto como natación en casa, nutrición o calzado *lifestyle*, saliendo así más allá de su negocio principal, el deporte, y acercándose a la moda.

La filial española lleva varios meses trabajando con los equipos de otros siete países para lanzar el proyecto. La tecnología para convertir su web en un *marketplace* ha sido desarrollada internamente de la mano de la compañía de *software* Mirakl, especializada en este formato de venta.

Decathlon diversificará su oferta con la incorporación de calzado 'lifestyle' o artículos de nutrición

El proyecto se lanzó el año pasado en Bélgica con un centenar de marcas y ya entonces se adelantó que la intención era ampliarlo a otros mercados del grupo, entre ellos España, que es el tercero mayor por facturación para la compañía.

Aunque Decathlon ya distribuía algunos productos de marcas de terceros (principalmente gigantes como Adidas o Asics), apenas representan un 10% de su oferta. De hecho, la verticalización ha sido clave en el modelo de negocio de Decathlon, que cuenta con una cartera de medio centenar de marcas propias especializadas en diferentes deportes.

Decathlon es uno de los mayores distribuidores de deporte de España y también una de las mayores cadenas de prendas de vestir por número de clientes. En 2020, el grupo galo, junto con Sprinter, Nike, Décimas y Adidas, representaron un tercio de las ventas de moda deportiva en España, aunque Decathlon perdió cuota respecto al año anterior, según datos de Kantar.

El grupo cuenta con una red de 170 tiendas en el mercado español. En todo el mundo, la cadena francesa facturó 11.400 millones de euros en 2020, frente a los 12.400 millones de euros del año anterior, una caída de sólo el 8%. El beneficio neto se situó en 550 millones de euros.