PALCO23

EQUIPAMIENTO

Decathlon entra en España con su ‘marketplace’ y abre su web a terceros

El concepto se estrenó a finales del año pasado en Bélgica y ahora ultima su desembarco en el mercado español, el tercero mayor para la compañía por volumen de facturación.

I. P. G. / P. R. D.
6 may 2021 - 05:00

Decathlon se abre a más marcas. El grupo galo, uno de los mayores distribuidores de moda y equipamiento deportivo en Europa, ha comenzado ya a entablar conversaciones con empresas para el lanzamiento en España de su *marketplace*, con el que se abre a firmas de terceros.

Con este sistema, la empresa aspira a convertir su web en algo similar a un Amazon de deportes: vendiendo marcas de terceros, pero sin asumir el riesgo del stock ni la logística, que corre a cuenta de los vendedores. A cambio, Decathlon cobra una comisión por venta.

https://www.palco23.com/equipamiento/decathlon-entra-en-espana-con-su-marketplace-y-abre-su-web-a-terceros

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

La empresa ha comenzado ya a entablar conversaciones con distintas marcas españolas, si bien el proyecto se está gestionando desde Bruselas. La tecnología para convertir su web en un m*arketplace* ha sido desarrollada internamente de la mano de la compañía de *software* Mirakl, especializada en este formato de venta.

Para las marcas, en particular las pequeñas y medianas, el lanzamiento es una oportunidad para acceder al gran tráfico de Decathlon, aunque también puede plantear conflictos para las firmas que ven en el grupo un competidor directo, especialmente en segmento como el *outdoor*, donde el grupo tiene una posición muy fuerte con su marca Quechua.

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.

Decathlon está gestionando el proyecto desde Bélgica, donde se lanzó el piloto el año pasado

Decathlon ha hecho de la verticalización la clave de su modelo de negocio, con una cartera de medio centenar de marcas propias especializadas en diferentes deportes. La empresa también distribuye marcas de terceros (principalmente gigantes como Adidas o Asics) pero representan apenas un 10% de su oferta.

El año pasado, el grupo explicó al diario especializado *Ternds-Tendance* que el modelo sería “más abierto que Zalando pero más cerrado que Amazon”, con el objetivo de sumar más de 200.000 referencias a largo plazo.

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.

La compañía aspira a sumar más de 200.000 referencias a su ecommerce

Durante el último año, otras marcas de moda han optado por el modelo ***marketplace*** para reforzar su oferta

https://www.palco23.com/equipamiento/decathlon-entra-en-espana-con-su-marketplace-y-abre-su-web-a-terceros

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

. Es el caso, por ejemplo, de la cadena alemana Douglas, que tendió la mano a los pequeños comercios durante la pandemia con este formato.

En España, compañías como Tendam, El Ganso o Scalpers, tradicionalmente verticales, también han comenzado a distribuir marcas de terceros, aunque con diferentes modelos.

Pese al golpe de la pandemia, Decathlon ha reforzado su apuesta por España en el último año. La empresa ha incorporado a un nuevo director de operaciones para el país y ha apuntalado su equipo de innovación con la vista puesta en abrir un *hub* en Barcelona.

Decathlon opera 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.

https://www.palco23.com/equipamiento/decathlon-entra-en-espana-con-su-marketplace-y-abre-su-web-a-terceros

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.