

È ATTIVO ORMAI DA UN ANNO IL NUOVO CONCEPT DEL GRUPPO OXILANE A VILLENEUVE D'ASQ

# Ataos, lo sport di occasione Decathlon supera Trocathlon e rilancia l'usato

Testo e foto di Luigi Rubinelli

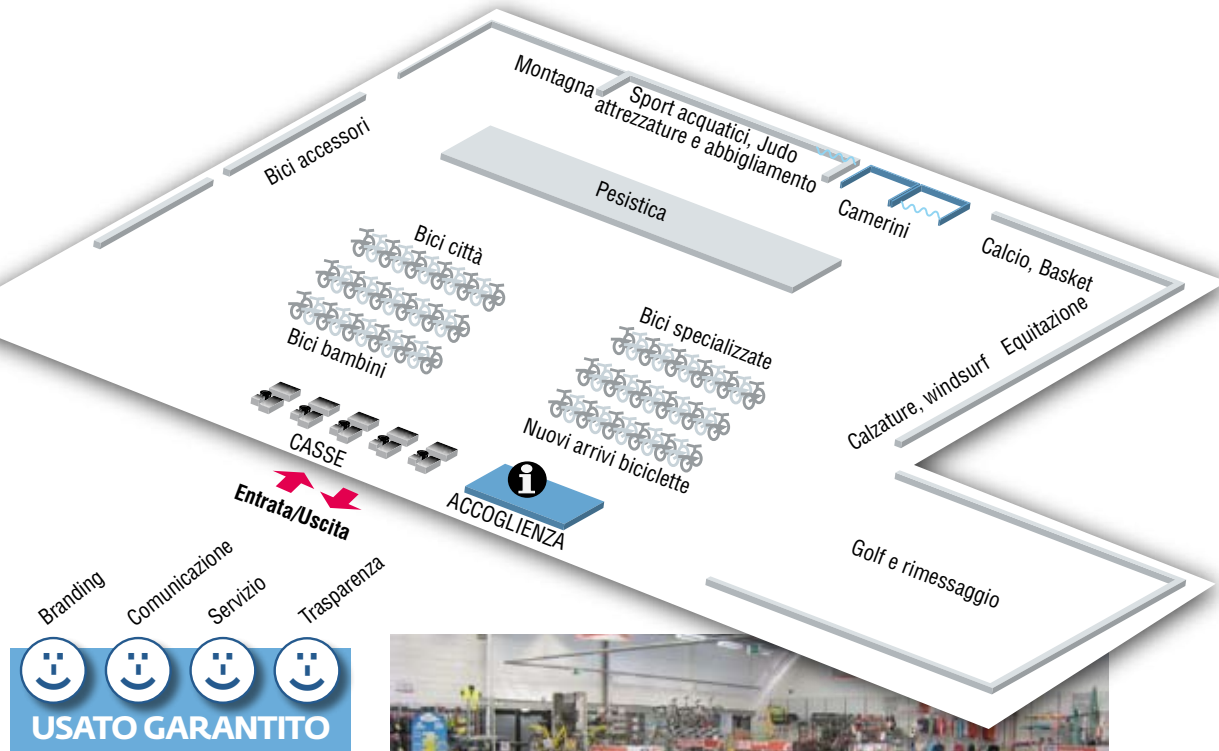
Villeneuve d'Asq, a due passi da Lille, nel nord della Francia, è un laboratorio di retail senza eguali. Nel campus dove è ospitato il più grande Decathlon, proprio sullo stesso piazzale è attiva l'insegna Ataos, dedicata alla vendita dell'usato dei

1. Un concept di frontiera che aspetta risposte esaurienti da questo primo test
2. I clienti si focalizzano su alcuni sport in alcuni momenti della stagione

prodotti acquistati in Decathlon. Apparentemente è un negozio come tutti gli altri (e questa è la novità più importante: l'usato in un negozio in sede fissa). In realtà nasconde un nuovo sistema di vendita e di rivendita, con un'anima davvero sostenibile: cerca infatti di rivendere i prodotti ritenuti dal cliente, vecchi, usati, ma ancora in grado di rispondere a determinate performance. Va ricordato che il gruppo Oxylane, di cui Decathlon fa parte, ha già testato questo concept in Val d'Isère e comunque ha una lunga consuetudine sulla vendita di prodotti usati con la doppia operazione annuale Trocathlon.

Ataos si regge su questi capisaldi:

- I prodotti provengono dai clienti o da presentazioni delle



marche passioni a un prezzo inferiore del 30%.

- I prezzi sono decrescenti a seconda del periodo di deposito nel punto di vendita.
- La comunicazione della formazione del prezzo e delle garanzie è molto trasparente. ■



## Vista di insieme

Entrando nel negozio non deve sorprendere l'ingombro visivo delle biciclette: visto il numero di bici che il negozio è in grado di smaltire (e il ciclo di vita commerciale del prodotto lo conferma) la bicicletta è solo uno dei prodotti presenti. Ataos ha un numero di **categorie** eguali a quelle presenti nel Decathlon normale.

## Lista degli articoli venduti

Come detto **l'assortimento** di Ataos è identico a quello di Decathlon, cioè, in pratica, un cliente può tentare di mettere in vendita qualsiasi prodotto. Saranno gli addetti alla vendita che suggeriranno la modalità adatta e verificheranno lo stato merceologico del prodotto.



## Trasparenza 1.

Il prodotto, per essere felicemente venduto deve essere tecnicamente e **oggettivamente** valido. Ataos si impegna a verificare una serie di parti funzionanti vitali. L'operazione va a garanzia della successiva vendita e del successo dell'operazione commerciale.



## Trasparenza 2.

Questo cartello, ben visibile, divide in tre parti lo stock in vendita. La prima parte è classificata come "Occasioni a prezzi fissi". La seconda come "Occasioni a prezzi **decrementi**". Ciò: si parte da un prezzo ritenuto ideale e si scende.



## Trasparenza 3.

Il concetto di trasparenza e di veridicità delle politiche di vendita è, come si vede, massimo in questa insegna. Questo cartello invita i clienti a vendere la bicicletta e **assicura** che mediamente la bicicletta sarà venduta in 6 giorni.



## Trasparenza 4.

Il prodotto del cliente è in vendita a un certo prezzo. Da quel giorno in poi il prezzo subisce un ribasso **progressivo** che il venditore può monitorare quando vuole. Il prezzo definitivo si verifica quando il cliente che vuole acquistare si manifesta (modello E-bay).



## Comunicazione

I prodotti destinati a essere venduti vengono ospitati in attrezzature identiche a quelle di Decathlon (forse questo è sbagliato). Il prodotto è **accessibile** nell'area di vendita da chiunque. Le soluzioni adottate sono semplici ma complicate da organizzare.



## Garanzia

Dopo essere stato controllato con ben 11 operazioni il prodotto è messo in vendita e viene munito di 3 mesi di garanzia. Ovviamente la **garanzia** varia da categoria a categoria merceologica. Ma la garanzia è l'indice di serietà e di trasparenza di Ataos.



## Informazione

Lo sport di occasione, è il pay off dell'insegna, la sua vision e la sua mission contemporaneamente. Sono stati aggiunti, in alcune categorie, anche prodotti **nuovi** per permettere un acquisto completo, come per esempio le camere d'aria nel caso di acquisto di una bicicletta.



## Experience

Gli elementi di experience o di **servizio** sono pochi. A giudizio di **MARK UP** è un errore perchè, a maggior ragione in un momento di vendita ridotto, andrebbe aumentata la quota di experience per non banalizzare più di tanto l'approccio alla vendita. Tuttavia qualche elemento sopravvive.



## Anche calzature

Nel caso dell'equitazione sono messi in vendita alcuni tipi di calzature, come gli stivali. Le calzature sono una **merceologia delicata** che si scontra con l'intensità di utilizzo, ma, in questo caso non è difficile ipotizzare che si disporrà della massima qualità.



## Vendita professionale

Decathlon si sta cimentando anche nella vendita di prodotti professionali e prodotti usati in situazioni estreme o **affittati** per stagioni a termine. Questi stock si possono trovare in vendita da Ataos, ovviamente a fine stagione. In questo modo il cliente dovrebbe aumentare la frequenza di visita.