

## COMMERCE

## Nolhtaced est né

Le nom n'est pas très sexy mais qu'importe, l'enjeu est ailleurs. En inversant son nom pendant un mois, Decathlon veut sensibiliser au recyclage et encourager les achats d'occasion.

Les clients des Decathlon de Gand, Evere et Namur ont dû se demander s'ils avaient la berlue ce matin ou si une visite chez l'ophtalmologue ne s'imposait pas de toute urgence. Pendant le week-end, le nom de leur magasin Decathlon favori s'est en effet inversé pour devenir Nolhtaced. Des bannières ont été tendues sur les façades et y resteront durant un mois. Pareil pour les visiteurs du site internet qui y ont découvert un nouveau logo. Raison de ce changement? Decathlon Belgique souhaite soutenir de façon choc sa nouvelle activité: l'achat puis la revente d'articles de seconde main (qu'elle aura réparé si nécessaire et qu'elle garantit). Cette action fait suite à une expérience pilote menée ces derniers mois et qui a donné d'excellents résultats. Depuis le début de l'année,

l'enseigne a mis en vente 40.000 articles de sport (26.000 ont été achetés, le solde provenant de retours et des modèles d'exposition). Parmi eux, 80 % ont trouvé acquéreur. Les plus populaires: les vélos pour enfants et les VTT.

Le principe est simple: Decathlon achète les articles de sport que vous n'utilisez plus et vous rétribue en bons d'achat suivant la valeur de l'article. Depuis le début de l'année, 593.220 euros ont été distribués de la sorte. Decathlon reprend tous les articles (même ceux achetés ailleurs, sauf les équipements de fitness) à l'exception des produits dits d'hygiène (chaussettes, maillots de bain, etc.) ou des produits trop usés.

Ce changement de nom, certes une belle action de promotion, a aussi pour but de sensibiliser les Belges au recyclage et donc à la réduction des déchets. Vu le contexte inflationniste, l'enseigne veut aussi pouvoir donner accès à des équipements de qualité à moindre coût à sa clientèle. A noter que les bannières Nolhtaced seront recyclées en sacs après l'action. **t**



## ANIMAUX DE COMPAGNIE

## Un marché de 3,5 milliards d'euros



un animal de compagnie pour 43 % en 2018. On recense aujourd'hui 1,6 million de chiens (pour lesquels chaque

maître dépense en moyenne 549 euros en nourriture par an) et 2,3 millions de chats (dont seule une grosse moitié serait pucée). Comeos évoque aussi une nette hausse dans l'utilisation des services de nettoyage et de toilettage (50 % des proprios de chiens, 25 % pour les chats) ou des services de *dogwalking* (14 % des proprios). **t**

La semaine dernière, Comeos, la fédération du commerce et des services, a sorti une intéressante étude sur les animaux de compagnie. Depuis quatre ans, le marché a littéralement explosé: il est évalué à 3,5 milliards d'euros en 2022 pour 2,46 en 2018, soit une croissance de 11 % par an! 52,8 % des Belges possèdent aujourd'hui



“**La situation des PME est déjà compliquée, difficile, mais le pire est malheureusement encore à venir.**”

PAUL DHAAYER,  
PRÉSIDENT  
DU TRIBUNAL  
DE L'ENTREPRISE  
FRANCOPHONE  
DE BRUXELLES,  
À "LA LIBRE".

## GOUVERNANCE

## Movify renforce son actionnariat salarié

Un an après avoir ouvert le capital de son entreprise à ses salariés, Louis Cornet récidive. Movify, l'entreprise de consultance digitale qu'il a fondée en 2013, accueille deux nouveaux actionnaires salariés. Ils sont désormais six copropriétaires de l'entreprise et l'intention est clairement d'élargir le système dans les prochaines années. "Je voulais tester le modèle et, après un an,

je suis absolument ravi des résultats, confie Louis Cornet. L'actionnariat crée une autre dynamique avec les collaborateurs, ils se projettent beaucoup plus loin et s'impliquent davantage dans les réflexions stratégiques." Au départ réservée aux managers, l'ouverture du capital est désormais accessible aux cadres intermédiaires de cette entreprise de 70 personnes. **t**