



Decathlon eletta Migliore Insegna 2025 nella categoria Abbigliamento sportivo e tempo libero



Decathlon si aggiudica il titolo di Migliore Insegna 2025 nella categoria Abbigliamento sportivo e tempo libero ottenendo un grande risultato soprattutto nei parametri "Tipologia di casse", "Disponibilità di parcheggio" e "Rapidità alle casse".

Giunge alla sua quinta edizione Migliore Insegna, l'indagine promossa da Largo Consumo e condotta da Ipsos, che ha coinvolto 7.500 interviste ed è supportata dalla retail community e dalle associazioni di categoria. L'indagine fornisce una misura della qualità della relazione tra i consumatori e le insegne. Per la realizzazione di "Migliore Insegna 2025" sono state 34.000 le esperienze d'acquisto su cui si sono espressi i consumatori, fornendo un punteggio ad oltre 50 parametri di interesse che coprono tra gli altri: il rapporto qualità/prezzo, l'assortimento, l'assistenza all'acquisto, l'aspetto dei negozi fino ad arrivare alle modalità di pagamento e ai programmi di fidelizzazione.

Fabrizio Sormani, Chief Business Development Officer per Decathlon Italia, afferma: *"nel 2024, abbiamo rivisto il layout o rinnovato completamente 17 negozi, continueremo ad investire in questa direzione nei prossimi anni per offrire una customer experience omnicanale, moderna, che risalti la nostra offerta di prodotti sostenibili e servizi di economia circolare.*

La tecnologia migliora l'esperienza d'acquisto grazie all'integrazione della tecnologia RFID e delle casse automatiche, che rendono il processo di acquisto più rapido ed efficiente. Il sistema RFID inoltre garantisce un tracciamento del prodotto in tutta la catena del valore, che in termini di sicurezza è un vantaggio eccezionale".

*"Giunta alla quinta edizione, Migliore Insegna si è affermata come benchmark di mercato sulle esperienze di acquisto presso le reti retail e i loro negozi online - spiega **Armando Garosci, direttore di Largo Consumo** -. La scelta di sviluppare un'indagine nazionale solida e affidata a un partner scientifico come Ipsos è diventata una garanzia di mercato per disporre di dati chiari e rappresentativi. Ottenere il primato in questa graduatoria ha senso solamente se l'insegna se lo merita; a differenza di altri contesti dove le insegne inducono i propri clienti a valutarle trasmettendo così una scarsa credibilità che non permette alle stesse catene di conoscere al meglio i propri fattori di successo o aree di miglioramento. L'indagine riflette la cultura di indipendenza, di affidabilità e credibilità di Largo Consumo, che si conferma una piattaforma informativa in grado di rispondere alle esigenze delle insegne e dei loro fornitori avendo un'immagine sempre aggiornata delle aspettative dei clienti e di trend di consumo."*



DECATHLON

Decathlon, un brand sportivo globale multispecialista rivolto ai principianti e agli atleti di punta, è un produttore innovativo di articoli sportivi per tutti i livelli. Con più di 100.000 teammates e 1.700 negozi in tutto il mondo, Decathlon e i suoi team lavorano dal 1976 per realizzare un'ambizione costante: Move people through the wonders of sport, per aiutare le persone a essere più sane e più felici in un futuro sostenibile.

MEDIA CONTACT

Nicoletta LA TORRE - External & Corporate Communication Manager
nicoletta.latorre@decathlon.com