



COMUNICATO STAMPA

Lissone, aprile 2018

Decathlon apre un nuovo negozio a Brescia

CONTATTO STAMPA : Nicoletta La Torre

nicoletta.latorre@decathlon.com

Press Room: <https://it.decathlon.press/>

@Decathlonitalia @Nicoletta_LT #CondiVivi

E' un concept tutto nuovo quello che si presenterà a maggio agli sportivi.

Su una superficie di 125 mq, ubicato nella galleria della Stazione di Brescia, si sviluppa un nuovo modello di vendita per Decathlon Italia.

Da sempre una Mission: rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone. E non cambia, pur nelle sue dimensioni ridotte.

L'offerta che copre infatti 240 discipline sportive resta valida grazie alla possibilità offerta agli sportivi di accedere all'intero catalogo on line, ordinabile anche dal punto vendita tramite una postazione connessa (www.decathlon.it).

La stazione di Brescia, crocevia di connessioni con i suoi 11 binari, si inserisce in una valorizzazione del territorio ed una promozione convinta e convincente della mobilità sostenibile: colonne di ricarica elettrica, bike park, rastrelliere, bike sharing.

"La città di Brescia e la Stazione rappresentano un territorio fertile per lo sviluppo della nostra Mission. La forte vocazione sportiva della città, le aree verdi e il piano Brescia Mobilità sono un campo ideale per la diffusione dello sport.

E' una città in un territorio dalla forte vocazione sportiva con molte aree verdi, sarà un terreno ideale per la diffusione dello di

molteplici pratiche sportive e di vita attiva". Queste le parole di Claudio Manzoni, Area Manager.

Il nuovo punto vendita rispetterà due promesse:

- La comodità di avere un punto di riferimento in centro città e più precisamente nel cuore del flusso studentesco\pendolare\turistico



- Una rotazione più alta rispetto agli altri punti vendita, per offrire al viaggiatore e sportivo di passaggio una "vetrina" sempre rinnovata.

Saranno altresì garantiti servizi utili : Finanziamento di materiale sportivo, Carta Decathlon, Assicurazione sportiva. Senza dimenticare l'accesso all'intero catalogo on line tramite postazioni connesse wifi e la guida di uno sport advisor.

Nel rispetto della Mission sono previsti diversi eventi, che coinvolgeranno gli sportivi.

Il punto vendita sarà aperto dalle 6.30h alle 19.30h.

Per questo punto vendita sono stati coinvolti i collaboratori dei vicini negozi di Roncadelle, Castenedolo e Orzinuovi per cui non sono previste nuove assunzioni.

Company Profile, risultati 2017

Presente da oltre 40 nel panorama dell'offerta sportiva e più precisamente da 25 sul territorio italiano, Decathlon non ha mai cambiato la sua mission: rendere accessibile al maggior numero di persone il piacere ed i benefici dello sport.

Con questa premessa alla base di tutte le sue iniziative, l'Azienda si muove nel territorio della ideazione, produzione e distribuzione di articoli sportivi.

Nel 2017 abbiamo ripercorso strade già tracciate a volte, a volte segnato nuove traiettorie, sempre nella direzione del Senso d'Impresa.

I "completi" per praticare sport (attrezzatura ed abbigliamento) vengono ideati per livello di pratica sportiva (principiante, regolare, esperto) e per oltre 240 pratiche, spesso anche tra le meno diffuse (cross training, triathlon...).

I punti vendita sono diventati luogo di esperienza sportiva ove proporre non sono l'offerta più adatta alla pratica, il test dei prodotti prima dell'acquisto ma anche la possibilità di praticare sport, attraverso l'organizzazione di eventi gratuiti (www.eventi.decathlon.it) o l'opportunità di seguire corsi o di convertire i punti della propria fidelity card in esperienze sportive (<https://esperienzasportiva.decathlon.it>) in circa 1500 strutture convenzionate per un totale di 9500 attività prenotabili.

Lo sviluppo e la soddisfazione del capitale umano passa attraverso un'organizzazione che favorisce ed incoraggia la presa di decisione in locale,

affinché ogni collaboratore sia autonomo per accompagnare al meglio gli sportivi sul proprio terreno di gioco.

Nell'indagine 2017 sul clima aziendale, l'86% dei collaboratori ha dichiarato di venire volentieri a lavoro.

Prosegue il nostro impegno ambientale, per la conservazione dei terreni di gioco.

Che si tratti di produzione, di ideazione, di trasporto o di espansione. Tutti gli ambiti sono coinvolti.

Per rafforzare il nostro impegno e lavorare con trasparenza, ogni anno redigiamo un report di sostenibilità, che mette a nudo il nostro impegno.

In questo ambito, nel 2018 siamo partiti con una campagna di comunicazione esterna su una iniziativa storica, il Trocathlon, fornendo una chiave di lettura nel senso dell'economia circolare.

Il percorso omnicanale è cominciato da tempo, per accompagnare la trasformazione digitale dell'Azienda e rispondere al meglio alle nuove esigenze degli sportivi. Lo sviluppo del click&ritira, l'ottimizzazione delle condizioni di consegna, la semplificazione degli ordini on line con consegna a domicilio e in negozio e le postazioni on line sui punti vendita per facilitare la consultazione dell'intera collezione su ogni disciplina sportiva sono solo alcuni esempi.

Nel 2017 Decathlon registra una crescita del 7,2% del fatturato pari a 1.602.605.291 € di vendita omnicanale, con 43.524.138 milioni di scontrini omnicanali (pari ad una crescita del 7,4% rispetto all'anno precedente).

Profitti economici importanti, segno della soddisfazione apportata ai clienti. I dati sono figli dell'afflusso di visite nei negozi Decathlon e nel sito web decathlon.it.

Le soluzioni offerte da Decathlon, confermano il successo dell'e-commerce. La cifra d'affari digitale aumenta per raggiungere il 3,5% del fatturato generato da Decathlon in Italia (3,25% nel 2016).