

L'INNOVAZIONE DA DECATHLON

CARTELLA STAMPA

SOMMARIO

¹ QUANDO DECATHLON FA RIMA CON INNOVAZIONE

- 1.1 Accessibili
- 1.2 Ingegnosi
- 1.3 Pratici
- 1.4 Esclusivi

² TUTTI ATTORI DELL'INNOVAZIONE

- 2.1 Immaginare
- 2.2 Creare
- 2.3 Condividere

³ CONTATTI STAMPA

1

QUANDO DECATHLON FA RIMA CON INNOVAZIONE

Da DECATHLON l'innovazione è pragmatica: rendere lo sport accessibile a tutti, qualunque sia il livello di preparazione e la disciplina praticata. Lo sportivo è al centro di ogni attività e i team si concentrano sulle innovazioni d'uso per proporre prodotti accessibili, ingegnosi, pratici ed esclusivi.

1.2 Accessibili



La promessa di offrire a tutti gli sportivi, di qualsiasi età e di qualsiasi livello di pratica, la possibilità di equipaggiarsi si rispecchia nei prodotti DECATHLON. La completa integrazione dell'attività di progettazione e di produzione (scelta oculata delle materie prime, design ottimizzato, gestione della rete di distribuzione...) permette ai team di proporre in negozio prodotti al miglior prezzo possibile.

Adesso, giocare a calcio su tutti i tipi di terreni (parco, spiaggia, campo...) con meno di 20 euro è possibile con [The Kage di Kipsta](#); una porta da calcio automontante, leggera, compatta e facile da trasportare per divertirsi dappertutto. Così come scoprire il tiro con l'arco in modo divertente e soprattutto accessibile grazie al [kit SoftArchery di Geologic](#).

“Rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone”

1.2 Ingegnosi

I prodotti DECATHLON sono il frutto finale di riflessioni approfondite dei team di progettazione (in cui lavorano ingegneri, product manager, designer, prototipisti e altre figure professionali) dallo spirito creativo. Ogni giorno lavorano per trovare le soluzioni più adatte ai bisogni degli sportivi e **per creare prodotti utili, funzionali, ingegnosi, pratici ed esclusivi, per rendere la pratica dello sport facile e confortevole.** Come il [porta-bambino di Oxelo](#), una pedana dotata di un inserto in velcro che aderisce alla tavola, pensata da un cliente che voleva andare in monopattino con il suo bambino in totale sicurezza. Oppure il 1-Tee d'Inesis, resistentissimo per evitare che si rompa e ben visibile per non perderlo.



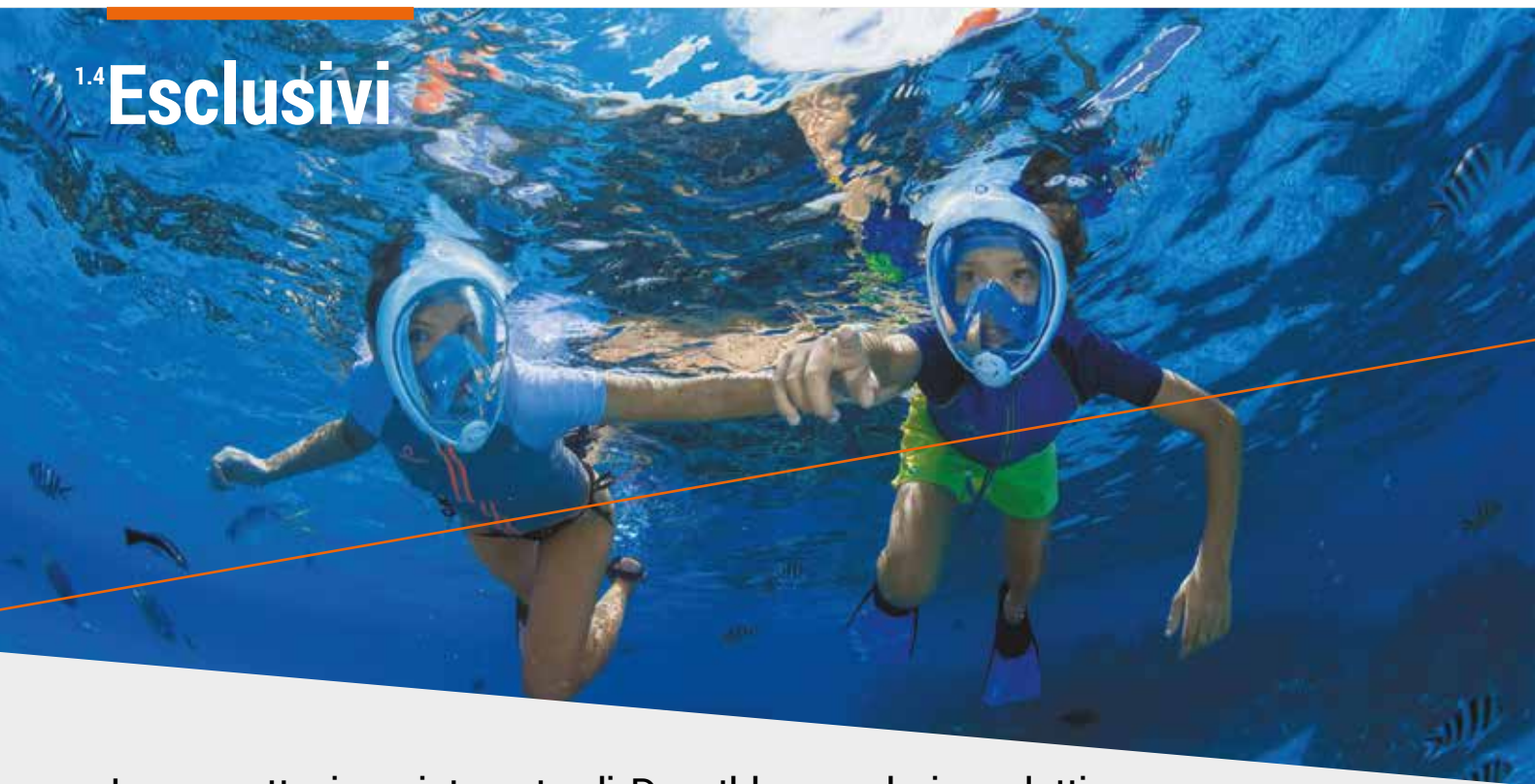
1.3 Pratici



I prodotti DECATHLON vengono progettati partendo dall'attenta osservazione degli sportivi durante la loro attività fisica. Questo consente di adattarli a tutte le esigenze che possono presentarsi, migliorandone l'uso.

[Caperlan](#) per esempio, ha messo a punto la [Ballast](#), una zavorra per la pesca in mare eco-ideata (senza piombo) e modulabile per adeguarsi a tutte le condizioni di pesca: corrente, profondità dell'acqua. Anche [Kalenji](#) facilita la vita del runner con la [Runlight](#), una lampada da posizionare sul petto che illumina il percorso davanti a sé e permette di essere visti durante la corsa notturna.

1.4 Esclusivi



La progettazione integrata di Decathlon rende i prodotti originali ed esclusivi. **Ogni team lavora costantemente alla creazione di prodotti che abbiano un'identità propria, che rispettino la promessa d'uso, la loro funzionalità, che possano garantire un'accurata selezione di materiali che li compongono e abbiano un loro design distintivo.** Tutto questo è al centro di ogni attività ed ispira ogni giorno i collaboratori DECATHLON.

[L'Easybreath di Tribord](#) che ha rivoluzionato la pratica dello snorkeling, ne è un ottimo esempio. Per la prima volta, una maschera integrale permette di respirare sott'acqua come sulla terra. Così come il [Karo di Simond](#) che ha fatto il suo

ingresso sul mercato con una promessa unica: strozzatura per bloccare la corda durante l'arrampicata del compagno, facendo riposare l'assicuratore.

2

TUTTI ATTORI DELL'INNOVAZIONE

2.1

Dietro ad ogni prodotto c'è un'idea, un bisogno, un'attesa, un'intuizione espressa da uno sportivo, da un cliente o da un collaboratore, che prende vita nello spirito dei team di progettazione, alimentando la loro creatività. Per creare circa **2800 nuovi prodotti l'anno** ci vogliono molte idee ed è necessario interrogarsi incessantemente sull'evoluzione dello sport e dell'attività sportiva. Il processo di progettazione si basa sull'ascolto e sull'osservazione degli sportivi e questo rappresenta per DECATHLON **il concetto fondamentale per apportare innovazione sui prodotti e sui servizi.**

DAGLI SPORTIVI, PER GLI SPORTIVI

Il contatto che DECATHLON mantiene con gli sportivi è fondamentale per l'innovazione dei suoi prodotti. Questo consente ai team di osservare i praticanti durante le loro attività sportive e raccogliere le loro opinioni e i loro commenti. Nei negozi e su internet, gli scambi sono continui.

Le sedi di DECATHLON sono costruite secondo una logica di scambio. Intorno al negozio che permette di equipaggiarsi, si trovano vasti spazi naturali (mare, fiume, montagna, bosco...) o artificiali (campi da golf, da calcio, da tennis o da pallacanestro...), i laboratori e gli uffici dei team.

Il Kipstadium, vicino a Lille, propone 45.000 mq di terreno per gli sport di squadra, il Mountain Store delle marche di montagna è situato ai piedi del Monte Bianco, Tribord e Nabaiji, le marche degli sport acquatici, sono situate a Hendaye vicino all'oceano. In Francia ci sono 10 Villaggi Decathlon dedicati completamente allo sport e frequentati da milioni di persone che ci vanno per praticare.

Questi luoghi di incontro rappresentano un ottimo punto di partenza per osservare, ascoltare e immaginare insieme dei prodotti migliori.





Cosa possiamo fare per aiutare i genitori a montare facilmente e rapidamente un canestro da basket?

Quale soluzione possiamo apportare all'escursionista per montare e smontare il suo accampamento in un batter d'occhio?

Come possiamo migliorare la visibilità dei nuotatori in tutte le condizioni?

Oltre alle informazioni raccolte sui luoghi di pratica, DECATHLON permette a tutti di esprimere opinioni e idee sui prodotti. Sul sito internet mette a disposizione uno spazio in cui ognuno può valutare la propria esperienza con un particolare prodotto, esprimendo un voto (che va da 0 a 5 stelle) e commentarla: sottolineare il buon ammortizzamento di una scarpa, la rapidità di montaggio di una tenda, la solidità di una racchetta, segnalare un tessuto non traspirante o non impermeabile e anche la complessità di un prodotto connesso. Questo contribuisce a migliorare i prodotti tenendo in considerazione i suggerimenti dei clienti. [Fouganza](#) ha così progettato una coperta dotata di un sensore termico che permette di conoscere la temperatura del cavallo in tempo reale. [Artengo](#), la marca degli sport di racchetta, ha realizzato un pantalone con cerniere laterali per cambiarsi facilmente dopo il riscaldamento e senza sporcarsi.

Tutte queste idee s'integrano in una strategia di eco-ideazione, indispensabile nel processo di innovazione dell'Insegna. Idee che alimentano la riflessione dei team, soprattutto quella dei 180 designer di DECATHLON che esplorano il mondo e s'ispirano agli usi, alle tendenze e ai comportamenti dei popoli e dei mercati per trasformare delle intuizioni collettive in oggetti concreti.

II CORPO UMANO È IL PRIMO STRUMENTO A DISPOSIZIONE DEGLI SPORTIVI

Se i team di progettazione si concentrano sugli utilizzatori e i loro bisogni, il centro di Ricerca e Sviluppo **DECATHLON SportLab**, si focalizza sul funzionamento e i bisogni del corpo umano. Insieme progettano prodotti innovativi che facilitano l'uso e assicurano il benessere e la sicurezza degli sportivi. Il Centro di Ricerca e Sviluppo di DECATHLON è composto da 780 persone in tutto, di cui 50 ingegneri e ricercatori che hanno un ruolo determinante.

DECATHLON SportLab dispone dei più recenti strumenti di analisi e di diversi professionisti divisi per area di specializzazione: scienze affettive, scienze del movimento, morfologia e test termico. I team ricercano le cause del fastidio, della mancanza di comfort e del rischio di lesioni. I ricercatori collaborano anche con le Università e i laboratori per sviluppare prodotti innovativi e condividere le competenze. È così che è nato il concetto **K-Only di Kalenji**, una collaborazione durata più di tre anni tra il Luxembourg Institute of Health (LIH), Decathlon SportLab e kalenji.

La sinergia di conoscenze diverse sui bisogni d'uso e sui bisogni fisiologici degli sportivi permette a DECATHLON di rispondere a tutte le esigenze e immaginare i prodotti più adatti ad ogni attività sportiva.

i test. I prodotti subiscono un miglioramento continuo finché non vengono convalidati in modo definitivo e arrivano al processo di industrializzazione.

DAR VITA ALLE IDEE

Il team di Ricerca e Sviluppo ha un ruolo determinante all'interno dell'azienda perché contribuisce al miglioramento dei prodotti: studia i componenti di ogni prodotto, sia esso un costume da bagno, un pantalone, il rivestimento di una giacca, la suola di una scarpa oppure il rivestimento di un pallone o la tomaia di una canna da pesca.

I designer danno forma, colore, consistenza ai prodotti immaginati. È un processo collaborativo che si basa sulle conoscenze e le competenze dei Product Manager, dei ricercatori, degli ingegneri...

Creano prototipi funzionali che consentono di misurare l'interesse dei prodotti durante l'uso. Realizzano disegni e modelli per poter vedere in anteprima l'aspetto finale dei prodotti e valutare l'impressione a prima vista degli utilizzatori.

Creano un legame affettivo tra il prodotto e lo sportivo immaginando il modo più ergonomico per dargli vita, le loro fonti di ispirazioni sono sorprendenti. Come la **Tenda 2 SECONDS di QUECHUA** dotata di un sistema "pop-up" ispirato ai giocattoli per bambini; oppure l'ultimo materasso gonfiabile **AIR SECONDS**, i cui primi prototipi sono stati realizzati con i brick dei succhi di frutti.

A Villeneuve d'Ascq (nel Nord della Francia) **vengono realizzati più di 3000 prototipi l'anno**. I laboratori di prototipaggio sono a disposizione dei team per osservare e testare componenti e prodotti finiti, contribuiscono alla progettazione rapida e consentono ad ogni collaboratore di diventare attore e creatore dell'innovazione al miglior rapporto qualità/prezzo.

La scelta dei componenti e l'assemblaggio sono delle tappe fondamentali affinché il prodotto sia adatto alla pratica sportiva, duraturo ed esclusivo.



Per proporre componenti e soluzioni efficaci al team di progettazione, la produzione industriale è organizzata intorno a diversi ambiti: abbigliamento, scarpe, plastica/composito/metallo, elettronica, confezione pesante, agrochimica ed ottica. Ogni team apporta la propria competenza nella scelta dei materiali, considerando tutte le possibili restrizioni: disponibilità sul mercato, durata, know-how dei fornitori, ecc.

Così, la marca **WED'ZE** ha trovato un nuovo modo di produrre gli sci grazie al sistema arcHtec, una costruzione in 3 dimensioni lungo le lamine per garantire un'ottima presa e l'utilizzo di un composito liquido. Due innovazioni che garantiscono aderenza e maneggevolezza.

UNA VALIDAZIONE CONTINUA

Per apportare un supporto scientifico che confermi che la promessa prodotto sia rispettata e conforme alle norme in vigore, realizziamo vari test. Alcuni test sono eseguiti in laboratorio per verificare la funzionalità e validare le caratteristiche del prodotto.

Il team di DECATHLON SportLab accompagna le marche passione nel processo di validazione. Gli ingegneri e i ricercatori di termo-fisiologia e di trasferimenti termici studiano i comportamenti del corpo umano e dell'equipaggiamento usato in diverse condizioni climatiche. Le quattro camere climatiche installate in laboratorio ricreano tutte le condizioni anche quelle più estreme, pioggia, vento, freddo e temperatura che può variare da -40° a +40.

Il team del laboratorio esperto in scienze affettive, lavora su diversi aspetti, come la riduzione delle irritazioni, degli odori del sudore, i test sensoriali o la percezione dello sforzo fisico e dell'aspetto del prodotto. Si concentra sulle sensazioni, le percezioni e la motivazione dello sportivo.

Il team del laboratorio esperto in morfologia, con l'aiuto di scanner 3D può modellizzare la forma di un corpo umano e scannerizza migliaia di persone ai quattro angoli della terra (testa, mani, piedi o tutto il corpo). Queste analisi dei dati, consentono alle marche di concepire prodotti più adatti al fisico degli sportivi. **NABAIJI** ha collaborato con questo laboratorio per progettare il modello di occhialini da nuoto **BFAST**. Basandosi sui dati forniti, ha messo a punto un sistema di regolazione del ponte-naso al micrometro per adattarsi a tutti i nuotatori.

E infine, i ricercatori di scienze del movimento attraverso diversi strumenti (piattaforma di forza, sensori di pressione e di potenza, accelerometro...), lavorano sul mantenimento, la stabilità, l'aderenza e la riduzione delle vibrazioni e dei traumi trasmessi al corpo. Per progettare una scarpa adatta a tutte le falcate del runner (neutra, supinatrice o pronatrice) hanno studiato l'impatto delle scarpe sugli infortuni causate dalla corsa e hanno creato il concetto **K-ONLY**.

I test di laboratorio sono completati da test effettuati direttamente sul campo, per provare il prodotto in tutte le condizioni d'uso, spesso le più estreme. I test rientrano nel processo di miglioramento continuo del prodotto.



I test possono essere effettuati in condizioni d'uso reali, su campi sportivi e in ambiente naturale (il più delle volte), oppure in condizioni d'uso simulate (simulatore di pioggia per provare l'aderenza di una scarpa). **Questi test sono realizzati dagli sportivi o dai collaboratori. DECATHLON, nel suo processo innovativo coinvolge anche i clienti sportivi e a tal proposito organizza delle "mission test" cioè delle sessioni sportive in condizioni reali con i clienti. I partecipanti devono valutare i prodotti di cui sono equipaggiati, attraverso un determinato questionario scientifico. Alcuni test seguono un preciso protocollo per verificare una funzionalità specifica del prodotto.**

I leggings **SAHAPE BOOSTER di DOMYOS** sono il risultato di test completi. Delle praticanti di fitness hanno partecipato ad uno studio per valutare l'effetto del prodotto sulla pelle. Le loro valutazioni sono state confrontate con le analisi di laboratorio per verificare la reale riduzione dei cuscinetti adiposi e il rassodamento di determinate zone del corpo.

I prodotti vengono costantemente testati e migliorati fino alla convalida definitiva che culmina nel processo di industrializzazione. Al termine di tale processo in negozio troviamo prodotti adatti allo sport, esclusivi ed innovativi.

L'arrivo di un prodotto in reparto non segna la fine del processo innovativo. I team procedono all'evoluzione di gamma dei prodotti finiti, che sono regolarmente rivalutati e ottimizzati per seguire l'evolversi dei bisogni degli sportivi. B'TWIN ha così constatato che l'87% dei mountain-biker non sapeva regolare la forcella e nel 2014 ha sviluppato la forcella U-FIT, con un sistema di regolazione rapido e senza attrezzi, basato sul peso del ciclista. Molti modelli sono ormai equipaggiati con questo sistema pratico ed innovativo.

2.2

I prodotti finali di Decathlon arrivano nei punti vendita. Quei prodotti immaginati e creati dai team di progettazione vengono quindi messi a disposizione di tutti gli sportivi, che così si possono equipaggiare al meglio per praticare le loro attività.

IL NEGOZIO, UN TERRENO DI GIOCO

I negozi DECATHLON non sono semplici punti vendita ma anche luoghi in cui testare i prodotti. Oltre ai consigli dei venditori, i clienti hanno la possibilità di provare i prodotti direttamente sul campo prima di acquistarli. Anche i negozi più piccoli hanno a disposizione degli spazi dedicati alla pratica del libero accesso: una pedana per l'esame baropodometrico per testare la falcata nel running, un muro di arrampicata o una zona per provare i monopattini e gli skate-board.

UNA COMUNE PASSIONE

Da DECATHLON, clienti e collaboratori hanno una passione comune, lo sport. Per apportare le migliori soluzioni possibili, tutti i collaboratori praticano almeno uno sport, principianti oppure esperti. È un requisito fondamentale per capire i bisogni degli sportivi e per rispondere alle loro richieste. I venditori dei negozi sono appassionati di sport e talvolta anche sportivi riconosciuti che forniscono consigli utili sul prodotto e sull'attività sportiva.

Per condividere questa passione per lo sport e alimentare lo spirito d'innovazione e la creatività dei collaboratori, organizziamo tanti eventi sportivi che ci consentono di promuovere il know-how e i prodotti e di fare scoprire al grande pubblico il piacere dello sport.

Durante l'anno i nostri team organizzano gli SPORTDAYS, un'occasione unica per condividere la passione per lo sport o per scoprire nuove discipline sportive: Immersione, sport di squadra, ciclismo, camminata sportiva ed escursionismo (solo per fare alcuni esempi). Le sessioni sportive sono condotte da coach professionisti e diplomati.



Da 25 anni in Italia e oltre 40 anni in Francia, DECATHLON accompagna, facilita e rivoluziona l'attività fisica degli sportivi di tutto il mondo. Oggi conta oltre 1500 punti vendita nel mondo in 40 paesi, è un'azienda che cresce con una passione costante: apportare innovazione in tutti i campi per rimanere il principale partner di gioco di tutti gli sportivi.

DECATHLON IN POCHE PAROLE

DECATHLON, azienda francese leader a livello mondiale nella creazione, nella produzione e nella distribuzione di articoli sportivi on-line e in negozio.

Con 118 punti vendita in Italia e più di 1000 all'estero; DECATHLON e i suoi team lavorano con una ambizione costante sin dal 1976: apportare innovazione in tutti i campi per essere il principale partner di gioco di tutti gli sportivi.

DECATHLON

CONTATTO STAMPA DECATHLON

Nicoletta La Torre

nicoletta.latorre@decathlon.com

Cartella stampa e loghi scaricabili nella press room:

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

@Decathlonitalia | @Nicoletta_LT | #CondiVivi