

# **“Donde el deporte se hace realidad”, la nueva campaña de Navidad de Decathlon**

**17 noviembre 23**



*Madrid, 17 de noviembre de 2023.* **Decathlon** ha lanzado su nueva campaña de Navidad, «Donde el deporte se hace realidad», que muestra el proceso de concepción de sus productos, la pasión de sus expertos equipos y las emociones que viven sus clientes al disfrutar del deporte; todo ello a través de la ilusión de un niño y la tan esperada Navidad.

En la campaña “Donde el deporte se hace realidad”, realizada por Ogilvy Madrid, Decathlon pone de relieve las tres etapas clave en el diseño de sus productos: la observación, la concepción y el desarrollo. Por ello, la compañía ha decidido que el concepto central sea una combinación entre emoción y tecnicidad. A través del pequeño protagonista de la campaña -fuente de

inspiración para las tres etapas clave del diseño- Decathlon pone de manifiesto el orgullo de contar con un equipo de ingenieros expertos quienes trabajan siempre bajo la escucha activa de sus clientes.

Lorena Lara, Content Manager de Decathlon España, afirma que «en Decathlon tenemos deportistas apasionados que trabajan cada día para que el deporte y los sueños se hagan realidad. Desde la observación y la escucha, ponemos todo nuestro conocimiento y experiencia para que las personas disfruten al máximo de su práctica deportiva, ya sean principiantes o profesionales».

Conectar con personas de 26 países

“Donde el deporte se hace realidad” muestra la ilusión de un niño por compartir más tiempo con su hermana y acaba demostrando cómo un producto de Decathlon lo hace realidad.

Jesús Rasines, director creativo ejecutivo de Ogilvy Madrid, afirma que “como agencia estamos muy contentos de presentar nuestra primera campaña global de Navidad para Decathlon. Para nosotros, era todo un reto ayudar a la marca a conectar con personas de 26 países, con culturas y maneras de vivir estas fechas muy diferentes”.

Por su parte, Félix Carral y José Izaguirre, directores creativos de Ogilvy Madrid, expresan que “esta historia responde al principal reto que teníamos: poner en valor la cultura innovación y la creación de productos que lleva a cabo Decathlon y conectar todo ello al espíritu y al carácter propios de la Navidad”.

La campaña estará presente en otros 26 países del Grupo Decathlon entre Europa y Latinoamérica a través de TV, digital, exterior y las tiendas de la compañía.