



NOTA DE PRENSA

## Decathlon incrementa un 30 % sus ventas online

- Solo en 2018, la compañía ha invertido en España 35 millones de euros en acelerar la transformación y mejorar la experiencia omnicanal
- Decathlon España supone el 14 % de la facturación global del Grupo, lo que sitúa a nuestro país como su segundo mercado más importante, solo por detrás de Francia

**Madrid, 13 de junio de 2019.-** Decathlon ha cerrado el año 2018 con una regresión en su facturación (3 %) alcanzado los **1.898 millones de euros (con IVA)**, en un año de **cambios estratégicos**.

Decathlon España ha **invertido 35 millones de euros, solo en 2018**, para acelerar la transformación y dar respuesta a las expectativas de los clientes, cada vez más omnicanales. De hecho, la compañía ha incrementado un **30 % las ventas** a través de sus canales online.

En palabras de Javier López, director general de Decathlon España, *"Nuestra voluntad es hacer accesible los beneficios del deporte al mayor número de personas, y para ello hemos acelerado ciertos cambios estratégicos, que en algunos casos han desorientado al cliente y han tenido impacto en nuestros resultados. Lo importante es que lo hemos identificado y estamos trabajando para impulsar el crecimiento como en años precedentes"*.

*"Asimismo, en 2018, y dentro de nuestra firme apuesta por la omnicanalidad, hemos realizado un importante esfuerzo en mejorar día a día la experiencia de compra en todos nuestros canales, lo que se ha traducido en un incremento del 30 % en nuestras ventas online,"* añadió Javier López, director general de Decathlon España.

Asimismo, Decathlon España continúa siendo el **segundo país del mundo**, después de Francia, que aporta una mayor facturación al Grupo. En concreto, la compañía en nuestro país supone el **14 % de la facturación global del Grupo**.

*"Nuestros colaboradores son nuestro mejor valor. Todos ellos trabajan cada día sobre la base de su pasión por el deporte, la confianza y la responsabilidad, con el objetivo de satisfacer las*



## NOTA DE PRENSA

*necesidades de sus clientes deportistas. Ellos son los mejores embajadores de Decathlon y de nuestros productos”,* ha añadido Javier López, director general de Decathlon España.

**En 2018, la compañía ha compartido 5,6 millones de euros en acciones entre sus colaboradores,** continuando así con la voluntad de asociar cada vez más a sus equipos por el valor que crean y que, como accionistas, se movilicen y sean ganadores por el resultado de Decathlon en el largo plazo.

De este modo, el proceso de transformación también ha involucrado a todos sus colaboradores, a través de **formaciones especializadas en dominar los nuevos procesos y herramientas de digitalización** implantadas tanto en las tiendas y centros logísticos, como en todos los ámbitos de la compañía. En total, Decathlon ha llevado a cabo más de **62.000 horas de formación en 2018**. Todos los colaboradores de Decathlon son apasionados en su deporte, lo que repercute directamente en ofrecer la mejor experiencia de comprar a sus clientes deportistas.

### **Aceleración digital y omnicanalidad**

*“En Decathlon estamos obsesionados con ofrecer a nuestros clientes el mejor y más completo servicio omnicanal, adaptándonos, e incluso adelantándonos a sus necesidades. Para ello, en 2019 hemos puesto en marcha una inversión de 41 millones de euros, siempre con el objetivo de llevar el deporte al mayor número de personas”,* ha añadido Javier López, director general de Decathlon España.

Decathlon España ha dado por finalizado el proceso de implantación del RFID con la puesta en marcha de esta tecnología en **la totalidad de sus productos y puntos de cobro de sus tiendas**. Se trata de una de las principales iniciativas en términos de transformación digital que ha llevado a cabo la compañía, y que ofrece beneficios tanto para los clientes como para los colaboradores.

La tecnología RFID permite, por un lado, **ahorrar tiempo a los clientes en su paso por caja, mejorando así el proceso de compra** en la última etapa. Y, por otro lado, reducir a la mitad el tiempo dedicado a los inventarios, garantizando **mayor fiabilidad del stock**, y permitiendo a colaboradores **ofrecer una atención más personalizada**.

Asimismo, en 2018 la compañía ha ampliado su **red logística** con la apertura de un segundo **centro de distribución en Getafe**, que ha supuesto la creación de **180 nuevos puestos de**



## NOTA DE PRENSA

**trabajo** y que soportará un volumen de gestión de **28 millones de artículos al año**. A cierre de 2018, Decathlon España contaba con **5 centros logísticos regionales y 2 continentales**, a los que se ha sumado un **nuevo centro logístico en León**, inaugurado en el segundo trimestre de 2019.

Decathlon ha centrado también sus esfuerzos en mejorar la experiencia omnicanal y los servicios con la puesta en marcha de un **test de entrega en 2 horas<sup>1</sup>**, por el que los clientes deportistas recibirán los productos que han comprado en su tienda Decathlon directamente en su domicilio en este plazo. La prueba ha arrancado en Valencia, Vigo y Tenerife y se extenderá, próximamente, a Madrid y Barcelona.

Además, la expansión continúa siendo fundamental en la estrategia omnicanal de la compañía, que se materializa en las **7 nuevas tiendas** inauguradas en 2018. Decathlon España cerró el pasado ejercicio con **170 tiendas** en nuestro país, en las que los usuarios deportistas pueden encontrar no solo la más amplia oferta deportiva, sino un **asesoramiento especializado gracias a los colaboradores expertos deportistas**.

### La sostenibilidad en el centro del negocio

Para Decathlon, la sostenibilidad es un **elemento clave y transversal** a todo el modelo de negocio, tanto en el proceso de creación, diseño y producción de un producto, como en todo lo referido a la distribución, incluidas las tiendas.

Uno de los principales focos es la reducción de las emisiones de CO2, que se han reducido gracias a iniciativas como la certificación de que el **100% de la energía consumida en sus tiendas y centros logísticos procede de fuentes renovables**, o la implantación del **ticket digital**, que evitará la emisión de un total de **520 toneladas de CO2** cada año.

Asimismo, Decathlon ha anunciado la **eliminación de todas las bolsas de plástico y de papel de las líneas de caja de todas sus tiendas** en España, con lo que la compañía conseguirá retirar de la circulación 338.000 kilos de plástico al año y reducirá **un 45 % las emisiones de CO2 derivadas de las ventas de las mismas**, al mismo tiempo que promoverá la cultura de la reutilización y el cuidado de la naturaleza. Como alternativa, Decathlon ha desarrollado bolsas confeccionadas a partir de los excedentes textiles de sus productos. De hecho, la compañía

---

<sup>1</sup> Entrega en 2h y en franjas de 2h, a petición del cliente y del stock en tienda.



## NOTA DE PRENSA

cuenta con **3.000 productos ecodiseñados**, muchos de ellos hechos a partir de materiales reciclados, sustituyendo materiales de alto impacto ambiental, y con procesos innovadores en la producción.

Por último, Decathlon España llevó a cabo, en el marco de su **Jornada de Voluntariado Ambiental**, un total de **93 actividades simultáneas** que contaron con la participación de **6.000 voluntarios**, entre colaboradores y clientes, y en las que se recogieron más de **32.000 kilos de residuos** y se plantaron **5.500 árboles**.

### *Sobre Decathlon*

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución de material deportivo y, actualmente, está presente en 54 países, en más de 850 ciudades y posee más de 1.500 tiendas.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 12.000 colaboradores y más de 165 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.

El objetivo principal de la compañía es hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. Accesibilidad mediante nuestras marcas propias y su área de I+D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de nuestros propios productos, de más de 110 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a nuestros usuarios una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación técnica-precio. Mayor accesibilidad gracias también a nuestra red logística, a nuestros servicios y a nuestros equipos de apasionados deportistas al servicio de los usuarios y clientes.

### **Más información:**

#### **DECATHLON**

Diana Expósito  
Responsable Comunicación Corporativa y Deportes  
[diana.exposito@decathlon.com](mailto:diana.exposito@decathlon.com)  
91 657 37 67

Paola Aguilar  
Comunicación Corporativa y Deportes  
[paola.aguilar@decathlon.com](mailto:paola.aguilar@decathlon.com)  
91 657 37 67

#### **Ketchum**

Marta García  
[marta.garcia@omnicomprgroup.com](mailto:marta.garcia@omnicomprgroup.com)  
91 204 42 19

Beatriz Zabala  
[beatriz.zabala@omnicomprgroup.com](mailto:beatriz.zabala@omnicomprgroup.com)  
91 788 32 83