

## Decathlon, un referente en innovación desde 1976

- **Detrás de la concepción de los productos de la compañía está un equipo formado por más de 850 ingenieros y 300 diseñadores, los cuales crean una media de 3.600 productos innovadores al año**
- **La innovación y la sostenibilidad son dos de los pilares fundamentales del modelo de negocio de la compañía. Por ello, van de la mano en cada una de las nuevas creaciones poniendo en circulación alrededor de 400 nuevos productos ecodiseñados al año**

*Madrid, 30 de noviembre de 2021.* – Desde sus orígenes, en 1976, el **espíritu innovador ha sido una de las señas de identidad de [Decathlon](#)**. La compañía ha ido evolucionando a lo largo de los años de la mano de la innovación, adaptándose a las nuevas necesidades de los amantes del deporte de forma continua.

**Detrás de cada producto, hay una idea, una necesidad, una expectativa que nace de un deportista**, y que la compañía quiere hacer realidad. En ese momento, es cuando **la innovación, aparece transversalmente en todos los procesos de la cadena de valor**, desde la investigación y el desarrollo de ideas, hasta la venta de los productos, pasando por la concepción, el diseño, la producción y la distribución.

La misión de la compañía es **hacer accesible los beneficios y la práctica deportiva, de manera sostenible, al mayor número de personas**. Para alcanzarla, **Decathlon permanece de forma permanente al lado de los deportistas, escuchándolos y observándolos con el único objetivo de mejorar y facilitar la práctica de sus deportes favoritos**.

*“La escucha activa de las necesidades de los deportistas es nuestra forma de trabajar y conseguir llevar a cabo nuestro sentido y misión como compañía. Queremos que nuestros productos sean asequibles, que permitan a todos los deportistas equiparse; que sean intuitivos e inteligentes para que practicar deporte sea fácil y cómodo; prácticos, que se adapten perfectamente al uso y a las condiciones de los deportistas; sostenibles y duraderos, producidos con materiales que generen el menor impacto al entorno y con una vida útil lo más larga posible; y por supuesto singulares, con identidad propia. Como ocurre con nuestros productos más icónicos como la máscara EasyBreath o la tienda 2 Seconds Easy”, ha señalado Agustín Esbec, director Comercial de Decathlon España.*

### **La innovación, parte del ADN de la compañía**

La innovación forma parte de la historia activa de la compañía gracias al respaldo de un gran equipo de profesionales que **ponen en marcha cada año una media de 3.600 nuevos**

**productos.** Este equipo, actualmente está formado por **más de 850 ingenieros** y **300 diseñadores** que **imaginan**, gracias a la escucha y observación de los deportistas, **crean**; y **comparten** con todos los mercados en los que está presente la compañía.

Para poder alcanzar estos resultados, la compañía, además, cuenta con el **Centro de Investigación y Desarrollo Sportslab** ubicado en la ciudad francesa de Lille. Donde cerca de 50 ingenieros e investigadores contribuyen con su trabajo a la innovación y al diseño de los productos mediante el conocimiento del cuerpo humano en su entorno y juegan un papel fundamental en la I + D de la compañía. Y junto a las marcas conciben productos innovadores, facilitan el uso y aseguran el bienestar y la seguridad de los usuarios.

### **Reveal Innovation: el reconocimiento a la innovación**

En 2005, Decathlon, dentro de su firme apuesta por la innovación como parte de su ADN de compañía, puso en marcha los “Innovations Awards”. Unos premios destinados a reconocer los productos más innovadores del año de sus marcas propias, los cuales han cambiado y modernizado cientos de prácticas deportivas.

Este año el Grupo, concretamente, el pasado 21 de octubre, Decathlon celebró la 14ª edición de los premios desde Lille, Francia bajo el nombre “Reveal Innovation”, un cambio que supone una evolución de los premios hacia un formato más digital y accesible. Durante la gala, los propios colaboradores de la compañía alrededor del mundo decidieron cuáles de las 16 innovaciones finalista se alzaban con el galardón en cada una de sus cuatro categorías:

- **Innovación de diseño: Calzado TRCM Kompessor de la marca Kipsta** diseñado para principiantes, pero utilizado por profesionales 100 % reciclable. Y **Stand Up Paddle de la marca Itiwit** por convertirse en el sup más compacto jamás imaginado
- **Innovación Técnica: Tienda Techo de la marca Quechua** continúa la saga de tienda de la marca a la vez que ofrece total libertad para vivir nuevas aventuras bajo las estrellas en un automóvil.
- **Innovación responsable: Cargo Bike de la marca B'Twin** por poner en circulación productos que actúan sobre el impacto ambiental facilitando la movilidad y la vida urbana gracias a su gran capacidad de transporte.
- **Innovación de Uso: Windsurf 100 de la marca Tamahoo** por crear productos que cambian los hábitos y supone una revolución en la iniciación del windsurf gracias a que la vela y la tabla son 100 % inflables y trasportables en una mochila.

Para más información sobre los Reveal Innovation 2021, pincha [aquí](#). Y para más información sobre la innovación en Decathlon, pincha [aquí](#).

### ***Sobre Decathlon***

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución omnicanal de material deportivo y, actualmente, está presente en 60 países, en más de 850 ciudades, y cuenta con 1.700 tiendas y un equipo de 97.000 colaboradores por todo el mundo.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 11.000 colaboradores y más de 170 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.

El objetivo principal de la compañía es ser útil a las personas y al planeta; y su misión, hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas.

La sostenibilidad es un elemento clave en su modelo de negocio, desde el ecodiseño de sus productos, presente en las fases de diseño, concepción y producción; en sus tiendas mediante el uso de energía procedente de fuentes 100% renovables y la eliminación de todas las bolsas de plástico; hasta en su cadena de suministro, donde la compañía es miembro del Supplier Engagement Leaderboard por la organización sin ánimo de lucro Carbon Disclosure Project (CDP).

Accesibilidad mediante sus marcas propias y su área de I + D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de sus propios productos, de más de 150 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a sus clientes una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación tecnicidad-precio. Mayor accesibilidad gracias también a su red logística, a sus servicios y a sus equipos de apasionados deportistas al servicio de sus clientes.

### **Más información:**

#### **DECATHLON**

Diana Expósito

Directora de Comunicación Corporativa y Deportes

[diana.exposito@decathlon.com](mailto:diana.exposito@decathlon.com)

91 657 37 67

#### **Omnicom PR Group**

Marta García / Beatriz Carazo

[equipo.decathlon@omnicomprgroup.com](mailto:equipo.decathlon@omnicomprgroup.com)

91 914 29 27 / 689 333 623