

Nota de Prensa

12 marzo, 2024

EL NUEVO HORIZONTE DE DECATHLON

Decathlon, la marca deportiva multiespecialista líder a nivel mundial, **revela su nuevo propósito, "Move People Through the Wonders of Sport"**, y la estrategia que hay detrás de esta nueva y fuerte ambición de acercar el deporte innovador y sostenible. Como parte de esta evolución, Decathlon **presenta su nueva marca** que incluye una identidad energética y emprendedora, además de su nuevo logotipo "the orbit".

Desde sus inicios en 1976, Decathlon siempre ha creído en el papel vital del deporte para ayudar a las sociedades a ser más sanas y felices. Y hoy en día, las personas necesitan el deporte más que nunca.

Al comienzo de este viaje de transformación, Decathlon escribió su "North Star", **una ambición a largo plazo para acelerar su misión** por el bien de la sociedad y del planeta. Guiado por la "North Star", nació un nuevo propósito: **"Move People Through the Wonders of Sport"**.

Siguiendo este propósito, Decathlon **está adoptando una ambiciosa estrategia global**, que abarca una mejor experiencia cliente, un fuerte compromiso con la sostenibilidad y una modernización general de la empresa. El núcleo de la experiencia cliente se centra en una marca evolucionada.

Barbara Martin Coppola, CEO de Decathlon: *"El día de hoy marca un momento muy especial tanto en la historia como en el futuro de Decathlon. Ahora más que nunca, el mundo necesita el deporte. Tiene un poder unificador y puede mejorar tanto la salud física como la mental. En Decathlon, queremos tener un mayor impacto positivo en las personas, la sociedad y el planeta a través de "Moving People Through the Wonders of Sport". Estoy orgullosa de estar trabajando hacia la "North Star" -nuestra luz de guía y nuestra ambición- con nuestros equipos. Ha sido increíble ver como nuestra diversa comunidad se reunía para celebrar lo que nos hace especiales: permitir que todo el mundo practique deporte a su manera. Estoy segura de que nuestra ambiciosa estrategia, que evoluciona nuestra forma de hacer negocios, garantizará que Decathlon lidere el sector como una marca deportiva única y de confianza".*

NUEVA IDENTIDAD Y MARCAS

La nueva y sorprendente identidad de marca de Decathlon refleja la **ambición de la compañía a la vez que celebra su pasado**. Con un azul dinámico, da la bienvenida a un **nuevo logo de marca - "the orbit"**- que expresa el movimiento, la ambición de alcanzar nuevas cotas y la circularidad, en el corazón del modelo de negocio sostenible de Decathlon.

Decathlon despliega **todo el potencial de la nueva identidad de la compañía para acercar el deporte a todo el mundo** a través de una **cartera de marcas nueva y simplificada**. Con **nueve marcas especialistas**: Quechua (montaña), Tribord (agua y vela), Rockrider (ciclismo outdoor), Domyos (fitness), Kuikma (raqueta), Kipsta (deportes de equipo), Caperlan (naturaleza), Btwin (deslizamiento urbano y movilidad) e Inesis (precisión). Y **cuatro marcas expertas**: Van Rysel, Simond, Kiprun y Solognac.

UN MODELO DE NEGOCIO BASADO EN LA SOSTENIBILIDAD

Todo el bien que el deporte puede hacer por la vida de las personas y la sociedad no puede ser a costa del planeta.

Decathlon pretende ser una fuerza impulsora y se ha comprometido a ser Net Zero en 2050. Los objetivos de descarbonización de Decathlon son (alcances 1, 2 y 3):

- **Reducción del 20% de las emisiones absolutas de CO2 en 2026**
- **42% de reducción de las emisiones absolutas de CO2 en 2030 y Net Zero en 2050**

Comprometido fuertemente en alcanzar su ambición, **por segundo año consecutivo en 2023, Decathlon desvincula su crecimiento y sus emisiones de CO2**.

Decathlon trabaja mano a mano con proveedores y socios para aplicar la sostenibilidad en toda la cadena de suministro. Con este enfoque colaborativo, Decathlon ha estado trabajando con los proveedores para descarbonizar los procesos y allanar el camino para nuevos modelos de negocio basados en la circularidad y el incremento de los ciclos de vida de los productos.

Esto también significa que, en toda la gama de productos, Decathlon está aumentando la vida útil de los productos y permitiendo a los clientes reutilizar, reparar y reciclar sus productos.

UNA NUEVA EXPERIENCIA CLIENTE BASADA EN UNA MENTALIDAD 'DIGITAL FIRST'

Decathlon está aprovechando la fortaleza digital con una renovación global de su página web para ofrecer una experiencia de compra fluida a los clientes en cualquier momento y lugar.

El canal online de Decathlon se ha reformulado con los mejores recursos y **algoritmos** de Inteligencia Artificial para permitir pronósticos, planificación de la oferta y **parámetros** de stock precisos. Esto ya ha dado lugar a reducciones significativas en los niveles de stock y muchas mejoras, incluida la disminución de los costes de transporte, la huella de carbono y el tiempo de entrega.

Decathlon también está abriendo camino con nuevas formas de embarcar a sus clientes en una experiencia inmersiva, incluida su aplicación 3D Shopping App en Apple Vision Pro en EE. UU.

En los próximos meses, más de 1.700 tiendas de todo el mundo se renovarán con una configuración totalmente nueva, que ofrecerá a los clientes una navegación intuitiva, una mayor visibilidad de los productos, soportes físicos y digitales atractivos y un ambiente estéticamente agradable.

LA INNOVACIÓN EN EL CORAZÓN DE UNA MARCA DEPORTIVA MULTIESPECIALISTA

Cada día, **más de 850 ingenieros y 400 diseñadores** de Decathlon inventan, crean, diseñan y prueban sin descanso nuevos materiales y productos. El resultado es un conjunto de soluciones deportivas revolucionarias, respaldadas por 900 patentes.

La organización de Decathlon está marcada por esta cultura e incluye equipos de expertos como Booster Innovation - que apoya a los equipos locales, Sports Lab - dedicado al estudio del deporte y la dinámica del cuerpo humano, AddLab - un centro de prototipado en 3D y Advanced Design - que diseña los deportes y las experiencias del futuro.

MIRANDO A UN FUTURO UNIDOS

Decathlon aspira a convertirse en **una de las organizaciones más inclusivas del mundo**.

En 2023, el equipo ejecutivo de Decathlon alcanzó la paridad por primera vez en su historia, y la empresa ha asumido compromisos sin precedentes para 2026 como medir la representación, la inclusión y la pertenencia, actuar en consecuencia y establecer estándares globales y el mejor rendimiento de su clase en DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión).

Decathlon está construyendo y reforzando comunidades como el liderazgo femenino y programas asociados, forjando asociaciones externas con expertos en DEI. En 2023, Decathlon recibió varios reconocimientos del sector, incluido un décimo puesto en la categoría de "Retail & Wholesale" de Forbes para el "Mejor empleador para mujeres" del mundo.

SOBRE DECATHLON

Decathlon, marca deportiva mundial multiespecialista destinada tanto a principiantes como a deportistas de élite, es un productor innovador de artículos deportivos para todos los niveles. Con más de 100.000 colaboradores y 1.700 tiendas en todo el mundo, Decathlon y sus equipos trabajan desde 1976 para cumplir una ambición permanente: Move People Through the Wonders of Sport para ayudarles a ser más sanos y felices en un futuro sostenible.

MEDIA CONTACT

Diana EXPÓSITO - *Directora Comunicación Corporativa*
decathlon.prensa@decathlon.com

MEDIA CONTACT

Olivier PEDRO-JOSE - *Global Head of Media & Public Relations*
international.media@decathlon.com