

## Nota de Prensa

09 julio, 2024

### Decathlon transforma la primera tienda en España con su nueva imagen de marca

- **San Sebastián de los Reyes será la primera tienda en España en estrenar al completo su nueva imagen de marca, junto a otras 9 tiendas en Europa**
- **El nuevo modelo de tienda, no solo permitirá a los clientes comprar y descubrir productos, sino también sumergirse en un entorno deportivo atractivo y actualizado, creando una experiencia de compra única**
- **Como parte de la transformación digital se han implementado etiquetas electrónicas que llegarán al 100% de las tiendas en septiembre de 2024**

[Decathlon](#), la marca deportiva mundial multiespecialista, rediseña y moderniza sus tiendas con el objetivo de mejorar y redefinir la experiencia de los clientes a través de una fuerte puesta en valor de sus productos, acompañados de nuevos y mejores servicios, más allá de la aplicación de conceptos arquitectónicos y tecnológicos. Siguiendo el nuevo propósito **“Move People Through the Wonders of Sport”**, anunciado el pasado 12 de marzo, Decathlon está adoptando una ambiciosa estrategia global, que abarca reformular la experiencia cliente, un fuerte compromiso con la sostenibilidad y una modernización general de la empresa.

La **interacción**, la **personalización**, la **circularidad** y la **innovación** son los pilares sobre los que se ha basado Decathlon para crear una nueva experiencia cliente en las tiendas y la de San Sebastián de los Reyes, en Madrid, junto a otras **9 más en Europa**, han sido elegidas para ser las primeras donde implementar estos cambios con el fin de poder marcar el camino del cambio del resto. Dicha transformación se llevará a cabo en **23 tiendas más a nivel nacional próximamente**.

En cuanto a la **transformación digital**, y como empresa comprometida con reducir el impacto medioambiental y aumentar la eficiencia de sus equipos, Decathlon ha realizado una importante inversión en la **implementación de etiquetas electrónicas**, que estarán disponibles en el 100% de las tiendas a finales de septiembre y que permitirán poder garantizar siempre al cliente precios actualizados e información relevante sobre los productos

*“En Decathlon, creemos que el deporte desempeña un papel vital para ayudar a la sociedad a ser más saludable y feliz. Sobre las bases del nuevo propósito: **Move People Through the Wonders of Sport**, hemos desarrollado una nueva estrategia para evolucionar en diferentes áreas de nuestro negocio. Esto incluye reformular la experiencia cliente, acelerar el movimiento hacia nuevos modelos circulares y modernizar nuestra empresa, de principio a fin. Con este nuevo formato de tienda ofrecemos una mayor puesta en valor de nuestros productos, descubriendo una oferta para todos los niveles, acompañados de*

nuevos y diferenciadores servicios y un excelente asesoramiento de la mano de nuestros expertos”, añade Borja Sánchez, CEO de Decathlon España.

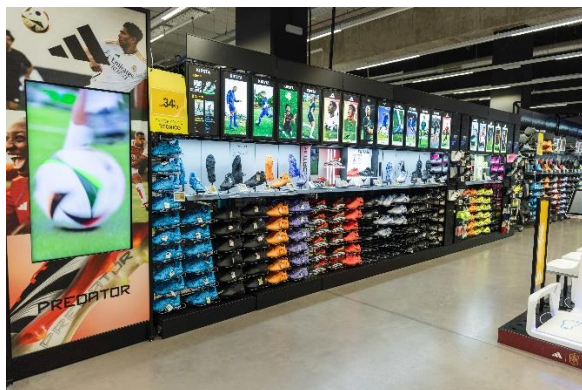


### Identidad de marca unificada: desde los elementos visuales hasta la experiencia de compra

Con el nuevo concepto, la tienda de San Sebastián de los Reyes con una **superficie de 8.000 m<sup>2</sup>**, busca **unificar la experiencia de los clientes**, tanto física como digitalmente, utilizando materiales durables y el característico, aunque renovado, color azul de la marca.

Gracias a este nuevo modelo de tienda, con más de 100 referencias de *layout*, no solo permitirá a los clientes comprar y descubrir productos, sino también sumergirse en un entorno deportivo atractivo y actualizado, creando una experiencia de compra única. Además, la **integración de un recorrido circular** permitirá generar espacios más amplios para las colecciones y lineales más limpios y eficientes.

*“La **modernización** de las tiendas es sin duda, una iniciativa estratégica clave para estar al día en un mercado tan exigente como el del retail deportivo y por ello, no se ha limitado solo a la arquitectura y la tecnología, sino que pretende redefinir la experiencia del cliente de manera coherente con los valores y propósito de la marca, desde la fachada hasta la recepción, zonas de pago, probadores o la identificación de los deportes”* afirma **María González**, líder del concepto.



Otra de las características clave de este formato son los **puntos de contacto con los clientes**, más fáciles de identificar gracias al nuevo color azul.



Como la **zona de bienvenida y recogida de pedidos**, que invitan al cliente a formar parte del universo Decathlon desde el minuto uno, la **zona de probadores**, rediseñada para ser más acogedora, con suficiente espacio de espera para los acompañantes.



O los **espacios de exposición** donde descubrir las últimas novedades a lo largo de la tienda generando inspiración en torno a productos y servicios icónicos. También contará con espacios “comparadores” para ayudar a los clientes a explorar, analizar y comprar con mayor facilidad.



Además, se ha integrado la tecnología **SafeSize's footscan**, una solución que permite aconsejar a los clientes basándose en un prototipo 3D del perfil y planta de su pie en el momento.



Y, por último, otra de las novedades que encontramos es el **pago en efectivo securizado** para mejorar la experiencia de los clientes garantizando su autonomía y aumentando su satisfacción.

### La economía circular, dentro del modelo de negocio

La compañía lleva años apostando por incorporar la **economía circular** dentro de su modelo de negocio, con el objetivo de promover la accesibilidad, la sostenibilidad y brindar iniciativas adicionales a sus clientes. Con el nuevo rediseño de las tiendas, la compañía ha querido **incorporar un espacio exclusivo** donde asesorar y atender a los clientes que busquen estos servicios, ubicado en la entrada del establecimiento. Desde su reconocido servicio de **Segunda Vida**, a través del cual los clientes pueden comprar y vender aquellos productos deportivos que ya no utilicen, o la **reparación y el mantenimiento**. Gracias al servicio de taller completo para **alargar la vida útil de los productos** al que los clientes pueden acceder bien en su tienda más cercana o a través de la página web. Hasta su **servicio de alquiler por suscripción**, o por días, con los que poder disfrutar de material deportivo de alta calidad para realizar deportes como esquí, paddle surf o ciclismo.

### **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.*

### **CONTACTOS DE PRENSA**

Diana EXPÓSITO - Directora Comunicación Corporativa  
[diana.exposito@decathlon.com](mailto:diana.exposito@decathlon.com)  
91 657 37 67

**Omnicom PR Group**  
Marta García / Cristina Gómez

[equipo.decathlon@omnicomprgroup.com](mailto:equipo.decathlon@omnicomprgroup.com)  
689 333 623 / 679 231 058