

Het Decathlon-concept

1.1. Decathlon

Decathlon is onderdeel van de internationale Oxyane groep. De activiteiten van Oxyane bestaan enerzijds uit het onderzoeken, ontwerpen en produceren van sportproducten, en anderzijds uit logistiek en detailhandel. De detailhandel betreft vooral de Decathlon-formule, met ongeveer 750 winkels in 23 landen, ongeveer 53.000 medewerkers en een omzet in 2012 van 7 miljard euro.

Onze missie is: 'Sport toegankelijk maken iedereen'. Iedereen dient een kans te krijgen om te sporten. De basis en het bestaansrecht van Decathlon zijn gefundeerd op het principe dat onze klanten alle sporten (ongeveer 70) bij ons kunnen vinden en zoveel als mogelijk producten moeten kunnen uitproberen, testen en beleven voordat ze tot koop overgaan. Door de winkelruimte, binnen en buiten, optimaal in te zetten als testgebied, kunnen klanten op een eenvoudige en laagdrempelige manier sport direct ervaren.

De sportproducten die wij aanbieden worden ontwikkeld binnen de eigen R&D afdelingen in Frankrijk. De eigen sportmerken en componentmerken (stoffen, technologie, materialen etc.) maken het mogelijk dat Decathlon jaarlijks honderden nieuwe producten en innovaties kan lanceren. Ruim 80% van de aangeboden producten is door onszelf ontwikkeld en geproduceerd. Daarbij ligt de focus puur op de sport en de bijbehorende techniek, een eventueel modieus karakter is ondergeschikt.

1.2 Ruimtebehoefte Decathlon-winkel

Voor onze winkels hebben wij veel ruimte nodig en om die reden is vestiging in de periferie voor ons een logische wens. Die ruimtebehoefte volgt onder andere uit de volgende punten:

a) Het grote sportaanbod

In tegenstelling tot andere sportwinkels bieden wij ongeveer 70 verschillende sporten aan. Dit is een belofte van Decathlon aan haar klanten die internationaal wordt nagekomen in alle (nieuwe) vestigingen. We verkopen dus louter artikelen die de sporter ondersteunen in het beoefenen van zijn of haar sport. De producten in de winkel zijn ontwikkeld vanuit de technische behoefte van de sporters, niet vanwege het modieuze/vrijetijds karakter.

b) Volumineuze artikelen

Een volledig sportaanbod betekent dat wij ook een groot assortiment volumineuze zaken voeren, zoals tafeltennistafels, kajaks, kano's, surfplanken, fitnessapparaten, ski's, hengels, etc. We bieden niet alleen de ruimte voor deze artikelen, maar zorgen er ook voor dat ze op voorraad zijn in de winkel en dat ze eenvoudig vervoerd kunnen worden. De omvang van de producten brengt naast een grote ruimtebehoefte van onze winkel zelf, ook eisen met zich mee voor wat betreft bereikbaarheid, ook voor aanhangers of bestelauto's, en voor wat betreft parkeren, waar in binnenstedelijke omgevingen moeilijk aan te voldoen is. Ook de logistiek van onze winkels kent door deze omvangrijke producten en de dagelijkse bevoorrading eisen die lastiger inpasbaar zijn in een binnenstad.

c) Try & buy zones

Een van de belangrijkste onderdelen van het Decathlon-concept, zijn de uitgebreide mogelijkheden om sport te beoefenen in en buiten de winkel. Een klant, kind of volwassenen, kan een sport het beste

ontdekken door deze ter plekke te proberen. Daarom wordt een groot gedeelte van de oppervlakte gebruikt om de klant het sportmateriaal voor de aankoop te kunnen laten testen. Deze zogenaamde try & buy zones zijn een fundamenteel onderdeel van het Decathlon concept en bieden naast het direct uitproberen van de artikelen tevens mogelijkheden voor het organiseren van evenementen (zie ook hierna). Daarnaast worden veel producten uitgesteld en gedemonstreerd op de zogenaamde expozones in en om de winkel. Het voorgaande verklaart voor een groot deel de ruimtebehoefte van een Decathlon-vestiging en de moeilijke inpasbaarheid in bestaande winkelstructuren.

d) Evenementen

De Decathlonvestigingen en hun directe omgeving zijn ontworpen om sporten te ontdekken en uit te proberen (denk aan bijvoorbeeld een basketbalterrein, een klimmuur of een inline-skatebaan). Een concept-winkel van Decathlon is dan ook direct herkenbaar aan het feit dat er een speelveld voor de deur ligt waar zo veel als mogelijk wordt gesport en uitgeprobeerd. Daarnaast zijn onze winkels ook ontmoetingsplaatsen en vertrekpunten voor allerlei sportactiviteiten (hardloopwedstrijden, fietstochten etc.) georganiseerd door de medewerkers van onze winkels, in samenwerking met lokale sportverenigingen. Voor deze evenementen wordt vaak een deel van de ruimte in en om de winkel (ook de parkeerplaatsen) gebruikt.

Alle evenementen berusten op 3 pijlers:

- toegankelijkheid: ze zijn voor iedereen en vrij toegankelijk;
- actieve deelname: onze klanten maken zelf hun sportieve ontdekkingstocht;
- gezelligheid: samen sportplezier beleven, dat is de essentie.

e) Werkplaats

De Decathlon-vestigingen beschikken over een volledig uitgeruste werkplaats voor onder andere reparaties aan fietsen en onderhoud van ski's en snowboards.

1.2.1 voorbeeld: Decathlon Best

Onze meest recente vestiging in Best is een goed voorbeeld van hoe wij onze ruimte in en om te winkel inzetten om sport te laten beoefenen en uit te proberen. Dit is een winkel die we huren sinds 2012. Weliswaar zijn het gebouw en de omliggende ruimte niet ideaal voor ons concept, maar de winkel beschikt wel zo veel als mogelijk over kleinschalige sportfaciliteiten, zowel in als buiten de winkel. Hierdoor vinden er op weekbasis, in samenwerking met scholen en sportverenigingen, kleine en grote evenementen plaats met als doel sport in de (lokale) omgeving te promoten. Voor de grootschalige evenementen zetten wij het parkeerdek af en wordt de parkeerplaats omgebouwd tot een sportplaza. Een korte impressie van ons jaarlijks terugkerende evenement 'the Best Sport Experience' is te vinden op <http://www.youtube.com/watch?v=br2qM81eEHo>. Voor de nieuwe vestigingen die wij zullen verwerven, is gewenst dat het concept nog meer uitdragen wordt, waarbij aandacht is voor de aanwezige ruimte en de bestaande (sport) infrastructuur in de directe omgeving.

1.3 Lange termijn

Vanwege de hiervoor genoemde punten hebben wij veel ruimte nodig om onze missie (sport toegankelijk maken voor iedereen) te verwezenlijken. Mitsdien zijn voor de concept-winkels metrages noodzakelijk variërend van 2.500 tot 10.000 m² bvo. Vanwege het grote ruimtebeslag en het faciliteren

van de aanvullende functies (try & buy, evenementen), veelal buiten de winkel, is het alleen mogelijk dit concept op perifere locaties te realiseren.

Specifiek voor deze perifere locaties zullen wij in de meeste situaties de locatie en het vastgoed aankopen. Wij investeren in de toekomst en kopen locaties aan indien deze voor de lange termijn te gebruiken zijn (wij zijn een familiebedrijf met een bedrijfsfilosofie gebaseerd op een visie van 40 jaar). Op deze wijze is het mogelijk om het concept, indien de marktomstandigheden het toelaten, uit te breiden om in de behoefte van de klant te kunnen blijven voorzien.

1.4 Maatschappelijke betrokkenheid

Elke Decathlon-winkel zal de samenwerking met scholen en sportverenigingen uit de omgeving zoeken, waarbij de Decathlon vestiging zal dienen als platform voor sporters en een ontmoetingsplaats voor sport, spel en beweging. Daar zal de winkel en haar omgeving ook zo veel als mogelijk worden ingericht. Waar het kan met behulp van partners (andere aanbieders van sport of leisure).

Elke Decathlon-vestiging zal tussen de 100 en 150 arbeidsplaatsen creëren. Om de kennis en ervaring van sporters optimaal te integreren binnen alle facetten van het bedrijf ligt de focus wat betreft de werving van personeel op sportliefhebbers. Het enthousiasme van sport kan het beste worden overgebracht en “verkocht” door mensen aan te nemen die reeds een passie voor sport hebben. Een lage scholingsgraad is voor ons dan ook geen belemmering bij de werving & selectie. Elke medewerker krijgt de kans zich te ontwikkelen binnen de afdeling die het beste bij hen past. De lokale werving en selectie van over het algemeen lager geschoold personeel zal in samenwerking gaan met de scholen uit de directe omgeving. Daarbij ontstaat ook de mogelijkheid dat de betrokken sportvereniging of -club onder de aandacht komt van onze klanten, hetgeen voor een positieve impuls van de ledenaantallen kan zorgen.