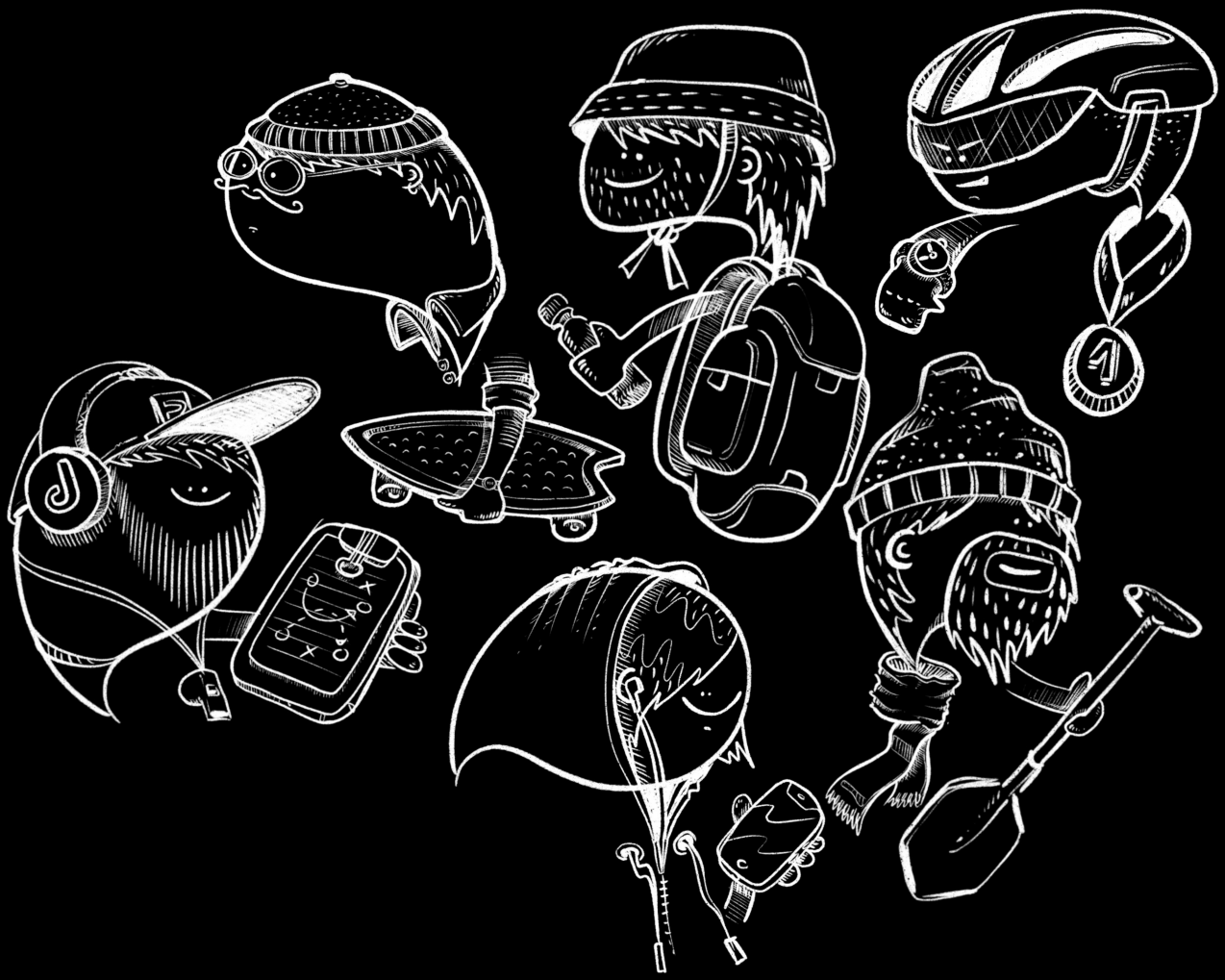
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LILLE 08.09.2020

DECATHLON

SPORTS Mates

DESIGN



LIVE DES EXPÉRIENCES THAT YOU LOVE

Cette année, les férus de design et autres curieux sont attendus à Lille, "Capitale mondiale du design". De septembre à décembre prochain, l'agglomération Lilloise accueillera de nombreux acteurs du design d'aujourd'hui et de demain.
Lille Métropole 2020, Capitale Mondiale du Design est ainsi, pour Decathlon, né à Englos, près de Lille, il y a 44 ans, une formidable opportunité pour redire son ancrage local. Cet événement de portée mondiale est non seulement une occasion de faire connaître au plus grand nombre sa vision du design mais également de développer la fierté des sportifs et de ses collaborateurs.

Participer à Lille Métropole 2020, Capitale Mondiale du Design, c'est une magnifique opportunité pour faire connaître ses designers, ses ingénieurs ainsi que partager avec le public nordiste et international son savoir-faire de concepteur de produits sportifs, essentiels, complices et responsables.
A cette occasion, Decathlon présentera en exclusivité son projet : "Sports Mates Design". Une histoire retraçant les contours du sport et ses communautés à travers ses affinités et ses envies, grâce à 6 catégories inédites : les Mates.

DECATHLON, LE DESIGN ET LE SPORT

Decathlon investit depuis des années dans le design, apport de valeurs ajoutées fortes. Dans ce domaine, l'enseigne nordiste est le premier employeur en France et l'un des plus importants à l'international, avec une équipe de 300 designers. Les ingénieurs complètent ce contingent puisqu'ils sont plus de 600 ingénieurs dédiés aux produits, composants et tests.
La valeur principale apportée par le design est souvent perçue comme un simple apport de valeur de style et de séduction. Or le design industriel appliqué chez Decathlon a pour volonté d'apporter du style, certes, mais qu'il soit surtout parfaitement adapté à un usage sportif. Il est également porteur de l'identité de la marque propre de Decathlon qui le signe. Chez Decathlon, le design est l'expression des besoins des utilisateurs et leur apporte une solution fonctionnelle et émotionnelle.
L'enseigne Decathlon est en effet le sujet même du projet. L'objectif à moyen terme : fédérer les marques propres au sein d'une même entité, Decathlon, avec un logo clair, discret et lisible, apposé sur tous les produits à partir de 2021.

Cohérence, esthétique, pertinence d'usage, cette volonté signe un nouveau virage fort pour Decathlon.

Au delà de la volonté d'apporter de la clarté dans son offre, Decathlon a souhaité aller plus loin et dessiner un lien entre sport, design et sociétal. Les équipes se sont donc mobilisées pour aboutir au projet "Sports Mates". Une démarche unique, inattendue dans un monde sportif très stéréotypé par catégorie de pratique.
Ce projet est volontairement lisible et compréhensible pour tous les publics. Il était capital de "dépoussiérer" et simplifier un langage design parfois trop technique et excluant. L'inclusivité, présente dans l'ADN de Decathlon, a ainsi guidé tout le projet de "Sports Mates", en proposant des concepts de demain. Zoom sur l'histoire de "Sports Mates".

LA GÉNÈSE DU PROJET "SPORTS MATES"

Le postulat est en effet le suivant: au delà du sport, qu'est ce qui motive les utilisateurs ? Ces derniers peuvent-ils être liés par des connexions autres que la pratique du sport elle- même ? A travers leurs motivations, leurs souhaits, leurs déterminations ?
Pour affiner leur recherche, l'équipe projet a fait appel à tous les sports de Decathlon, en leur demandant de situer leurs utilisateurs sur un graphique, une "map de motivation".
Ce ne sont pas moins de 150 personnes qui ont été sourcées en interne et en externe et qui ont travaillées sur ce projet.
Le bien-être, la performance, l'esprit d'équipe et le désir d'évasion sont quatre grands curseurs qui ont permis d'identifier clairement en fonction des retours, 6 communautés aux appétences bien distinctes.

A la manière poétique des "Soul Mates", les "Sport mates" se retrouvent et s'accordent sur une même motivation, une même façon de dialoguer ou encore les mêmes couleurs adorées...
L'Advanced profite de cette opportunité pour souligner les différentes étapes du process de création et offre à chaque Mate l'occasion de présenter une de ces étapes.

WING MATE
L'OBSERVATION UTILISATEUR

CEUX QUI SE JOUENT DE LA VILLE

La ville est le terrain de jeu de cette communauté. Ou comment joindre l'utile à l'agréable en laissant aller sa créativité.

KICK OUT THE JAM

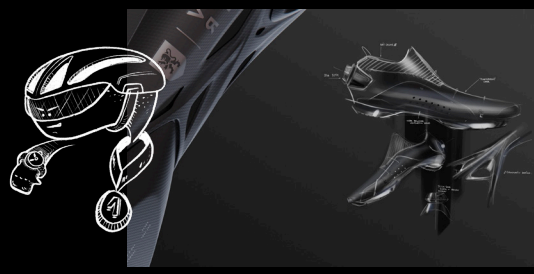
SOUL MATE
LE SCÉNARIO D'USAGE

CEUX QUI PROFITENT DE LA NATURE

Pour cette communauté, c'est l'osmose avec la nature qui compte. Se reconnecter avec soi, les autres et l'environnement.

COME TOGETHER

CHALLENGER MATE
LA CO-CONCEPTION



CEUX QUI EN VEULENT TOUJOURS PLUS

La compétition, avec eux mêmes compris, est le maître mot.

HARDER BETTER FASTER STRONGER

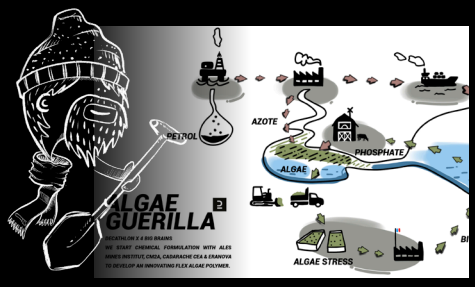
TWIN MATE
PROTOTYPAGE & TEST

SPORT & BIEN-ÊTRE AU QUOTIDIEN

Ici, la dimension sociale est la clé. Le sport n'est plus planifié, on le vit normalement, sans compétition ni contraintes, avec les autres.

BLURRED LINES

BOLD MATE
UP-CYCLING



CEUX QUI REPOUSSENT LES FRONTIÈRES

Le désir d'aventure, les frissons garantis, l'envie de vivre des expériences inédites où rien n'est planifié, c'est l'esprit de la communauté "Bold mate".

BORN TO BE WILD

COACH MATE
RENDRE LE SPORT ACCESSIBLE

SPORTS DE RÈGLES ET DE TRADITIONS

Pour cette communauté, les codes et les règles sont faits pour être respectés, ils sont l'essence même du sport.

SMELLS LIKE TEAM SPIRIT

SPORTS Mates DESIGN

"SPORTS MATES" PENDANT LA DESIGN WEEK, ET APRÈS ?

L'événement a été pensé comme une véritable expérience, à vivre physiquement et virtuellement. COVID oblige, l'année 2020 pousse à repenser les modes de transmission et de partage.
L'exposition sera ainsi présente au coeur du Tripostal de Lille, avec un bureau des designers sous la forme d'un laboratoire. Sur 100m2, les visiteurs pourront se plonger dans la philosophie proposée par "Sport Mates" et s'amuser eux mêmes à définir leur catégorie.

Cet espace permettra de rencontrer les designers et les équipes, afin de mieux s'imprégner du concept global du projet, destiné à être pérenne. L'exposition 100% mobile fait donc son entrée par la grande porte à l'occasion de l'événement design de fin d'année, et se veut mobile afin d'être partagée par la suite aux quatre coins du monde.

Cette exposition prévue du 10 au 18 Octobre est donc la première étape pour "Sports Mates". Son histoire va également s'écrire à travers un site internet dédié, mise en ligne à compter du 10 octobre pour tous.

L'objectif de ce site est de proposer la même expérience que les visiteurs du Tripostal : sonore, visuel, le voyage des sens à travers "Sports Mates" sera identique. Ce site permettra également de suivre l'agenda du projet. A l'image du bureau des designers, la page d'accueil représentera le labo, avec un ton décalé et soigné, comme l'ensemble de "Sports Mates".
Ce site internet, ainsi que l'exposition physique, survivra à Lille Métropole 2020, Capitale Mondiale du Design et a vocation à devenir l'espace d'expression privilégié de l'histoire des Mates. C'est ainsi que "Sports Mates Design" écrit le premier chapitre de cette aventure des communautés sportives.

Pour aller plus loin, un questionnaire visant à déterminer «Quel Mate êtes-vous ?» sera proposé au travers de quelques questions, un moyen de cartographier les visiteurs des expositions, tant en physique qu'en digital !

contact : pierrick.deniau@decathlon.com ou media@decathlon.com

SPORTS Mates DESIGN