PALCO23

EQUIPAMIENTO

Decathlon acelera la segmentación de sus marcas propias con el fútbol sala

El distribuidor francés de artículos deportivos ha lanzado Imviso, una firma especializada en fútbol sala que también contará con modelos específicos para la mujer.

Palco23
3 oct 2019 - 16:40

Decathlon acelera en el proceso de segmentación de sus marcas propias. El distribuidor francés de artículos deportivos ha lanzado Imviso, una firma especializada en fútbol sala, siguiendo la hoja de ruta marcada por la compañía de asociar a un deporte con cada firma.

“El fútbol sala ha registrado un notable crecimiento en los últimos años, incluyendo el fútbol sala femenino, y actualmente cuenta en nuestro país con más de 125.000 federados y más de 16.000 licencias”, explica Rubén Fernández, director de la división de fútbol sala de Decathlon España.

https://www.palco23.com/equipamiento/decathlon-acelera-la-segmentacion-de-sus-marcas-propias-con-el-futbol-sala

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Esta misma semana Decathlon anunció la creación de Fenc'it, especializada en esgrima, que sigue los últimos lanzamientos en deportes como pádel, boxeo y otras disciplinas acuáticas. Además, la compañía ha previsto dos nuevas aperturas antes de finalizar el año.

La primera será en el centro comercial de Sant Cugat (Barcelona), a la que seguirá otra en Jaen y una relocalización del Decathlon City de Gran de Gracia, que operará un local de mayores dimensiones en la misma calle, según informa *CMD Sport*. De esta forma, rebasará las 170 en España en 2019.

El gigante francés redujo un 3% sus ventas en el mercado español en el ejercicio 2018 registrando una cifra de negocio de 1.559 millones de euros. Se trata de la primera caída de los ingresos del grupo en país en siete años. La empresa hundió también su beneficio neto en España un 19%, pasando de 120 millones de euros en 2017 a 96,6 millones de euros en 2018.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.