



Communiqué de presse

## Decathlon enrichit l'expérience client sur le mobile avec le wallet

Villeneuve-d'Ascq, Paris, le 26 août 2020 - L'enseigne Decathlon innove en offrant la possibilité à ses clients d'intégrer dans le wallet de leurs smartphones la carte Decathlon. Pour ce faire, l'enseigne a fait appel à Captain Wallet, start up pionnière et leader du mobile wallet marketing, afin de fluidifier l'expérience client sur mobile et en point de vente.

Jusqu'ici, les informations client (identité de la personne, avantages etc.) étaient uniquement accessibles dans « Mon Compte » sur le site de Decathlon ou via une carte physique. Certaines de ces informations sont désormais disponibles dans les wallet mobiles. Le client a en effet la possibilité de digitaliser sa carte, dans Apple Wallet ou Google Pay, en un clic à partir d'un email de l'enseigne (faisant suite à une transaction, une réinitialisation de mot de passe, une création de compte, une newsletter dédiée au wallet etc.).

### Identification rapide du client wallétisé

Après avoir été dématérialisée, la carte stockée dans le wallet permet un passage en caisse plus fluide et plus simple qu'avec une carte en plastique qui est souvent oubliée et/ou perdue par le client. Le code barre qui figure sur la carte contient toutes les informations du compte client. L'enseigne peut également envoyer des notifications pour informer ses clients de toute nouveauté. Ainsi, en mai dernier, dans la perspective du déconfinement, Decathlon a informé ses clients par l'intermédiaire du wallet de l'aide de 50 € accordé par l'Etat pour la réparation de leurs vélos dans les ateliers Decathlon, partenaire du dispositif « Coup de pouce vélo ».

Huit mois après sa mise en place, ce nouveau service de Decathlon 100% digital qui vise à enrichir l'expérience client rencontre un franc succès avec un taux d'installation de 64% et un taux de rétention de 99%.



*Dématérialisation de la carte Decathlon permet un accès facile au compte client.*

## Enjeu environnemental

En plus de faire gagner du temps au client, la dématérialisation de la carte Decathlon représente une alternative plus écologique à la carte plastique. Le choix du wallet s'inscrit dans la stratégie de l'enseigne préférée des Français, qui vise 100 % de produits éco-conçus en 2026. Une démarche qui consiste à intégrer l'environnement dès la conception d'un produit, en prenant en compte l'ensemble de son cycle de vie.

*« L'innovation fait partie de l'ADN de Decathlon depuis ses débuts en 1976. Intégrer le wallet dans notre stratégie marketing vise à enrichir l'expérience client qui est notre priorité. Les premiers résultats des clients wallétisés prouvent que nous sommes en adéquation avec les attentes de notre clientèle. Par ailleurs, la disparition des cartes en plastique est un enjeu important pour nous. Decathlon est déjà engagé dans une démarche de concevoir des produits plus respectueux de l'environnement », déclare Bastian Dohla, directeur compte client & programme relationnel chez Decathlon.*

## Le wallet, un puissant canal de communication sur mobile

Outre les cartes, la solution en mode SaaS de Captain Wallet permet aux marques et enseignes de dématérialiser n'importe quel support marketing sur les wallet mobiles, en quelques clics et de les connecter directement à leur CRM. Une fois la dématérialisation effectuée dans le wallet, la solution Captain Wallet permet de mettre à jour le contenu, de le personnaliser et de relancer le client avec des push notifications sur mobile. L'outil répond ainsi au besoin des marques de densifier et fidéliser la relation avec leurs clients sur l'écran le plus utilisé afin de générer du drive to store/web. Enfin, le wallet est un outil pertinent dans un contexte de crise sanitaire où prévaut toujours le sans contact.

*« Nous nous réjouissons de collaborer avec Decathlon avec qui nous partageons les mêmes objectifs, à savoir enrichir l'expérience client et supprimer les cartes en plastique néfastes pour l'environnement et moins efficaces pour communiquer avec sa clientèle. Le wallet est un levier marketing hyper simple et très efficace. On peut l'utiliser sur n'importe quel type de scénario, qu'on ait un programme de fidélité ou pas, en acquisition ou sur des logiques de CRM mais aussi sur des mécaniques de service comme le Click & Collect par exemple », observe Axel Detours, co-fondateur de Captain Wallet.*

## À propos de DECATHLON

Entreprise leader sur le marché du sport, DECATHLON regroupe deux activités : la création de produits sportifs et leur distribution en ligne et en magasins. Avec plus de 320 points de vente en France et plus de 1 600 à l'international, DECATHLON et ses équipes travaillent depuis 1976 avec une ambition constante : innover dans tous les domaines pour rester le principal partenaire de jeu de tous les sportifs.

## A propos de CAPTAIN WALLET

Fondé en 2013 par Alexandre Pichon, Bertrand Leroy et Axel Detours, Captain Wallet est leader du marketing sur wallet mobile en Europe. En un clic et sans application, Captain Wallet transforme n'importe quelle carte de fidélité, coupon promotionnel, coupon de retrait, e-réservation, badge, etc. en canal relationnel dynamique.

La société utilise pour cela les wallet (portefeuilles électroniques) pré-embarqués sur les mobiles, les mêmes qui accueillent les applications Apple Pay et Google Pay. D'où un formidable effet de levier avec le paiement mobile en pleine croissance. Captain Wallet compte une centaine de clients dont Intermarché, Conforama, Unibail-Rodamco-Westfield, Leader Price mais aussi des marques emblématiques dans tous les secteurs (luxe, PAP, food, assurance, etc.) telles que Picard, Zadig & Voltaire, McDonald's, Le Bon Marché, Guerlain, Clarins, Petit Bateau, GrandVision, MACIF, April, Lacoste, Sandro, Pimkie, Jules, Accor, Nespresso, KFC, Décathlon, Furet du Nord... La société est active dans 180 pays à travers le monde.

**Contacts presse**

**DECATHLON**

Magda Winiarczyk : +33 6 14 32 01 58 / magda.winiar@decathlon.com

**CAPTAIN WALLET**

**Ulysse Communication**

Nicolas Daniels : +33 6 63 66 59 22 / ndaniels@ulyse-communication.com

Salma Belabes : +33 6 16 83 33 20 / sbelabes@ulyse-communication.com