

Foot Locker (Barcelone)

En Europe, le géant américain n'a pas l'habitude d'ouvrir ce type de magasins qui met en avant de la technologie, sa prise en compte de l'environnement et de la communauté locale.

Ce contenu est protégé par le droit d'auteur de sport-guide.com et sa réutilisation sans autorisation de sport-guide.com est passible de poursuites au titre de la contrefaçon.

Sur un peu plus de 500m2, sur la célèbre et centrale Plaza de Catalunya, Foot Locker propose une nouvelle expérience client. La surface de vente est décorée, notamment dans l'espace enfant, avec des peintures murales, graffitis et autres créations des artistes locaux Dirty et Nuria Yubia.

Une House of Hoops améliorée a été implantée, en partenariat avec Nike. Dédié aux fans du jeu, ce shop-in-shop propose des articles exclusifs sous licence NBA. Des membres de la communauté locale de basket-ball ont été embauchés pour apporter leur expérience à l'équipe du magasin. Par ailleurs, l'enseigne utilise des mannequins faits à partir de matières recyclées issues de chaussures usagées. Enfin, le distributeur a participé à la rénovation d'un terrain de basket voisin.

"Ce nouveau magasin crée un précédent pour nous en Europe, avec son expérience client améliorée", explique Susie Kuhn, la patronne de Foot Locker Europe. "Il établit également un lien plus profond avec notre communauté locale, en leur offrant un espace qui va au-delà de l'espace de vente au détail traditionnel et fait des visiteurs, des habitants et des fans de basket-ball, des participants actifs. Tout cela renforce nos valeurs d'inclusion, d'autonomisation et de durabilité, pour continuer à construire un avenir plus progressiste avec les jeunes".