

**Decathlon Netherlands BV**  
Arena Boulevard 83-95  
1101 DM Amsterdam

Rohan Uijlings  
+31 (0)6 5278 6278  
rohan.ujlings@decathlon.com

KVK 343066 85  
BTW NL 811065 352B01

Gemeente Haarlem  
Projectteam Gebiedsontwikkeling Haarlem Oost  
T.a.v. ing. J. van Vliet Msc. mcd  
Postbus 511  
2003 PB HAARLEM

Betreft: Reactie Decathlon op marktconsultatie  
Project: Gebiedsontwikkeling Stationsomgeving Haarlem-Spaarnwoude  
Datum: 14 september 2015

Geachte heer Van Vliet,

Met veel interesse hebben wij kennisgenomen van de stukken betreffende de marktconsultatie gebiedsontwikkeling Stationsomgeving Haarlem-Spaarnwoude. Ter introductie op onze reactie en voorafgaand aan de beantwoording van de door u gestelde vragen geven wij graag een toelichting op wie Decathlon is en wat Decathlon drijft.

#### **Decathlon**

Decathlon is een Frans familiebedrijf dat in de jaren '70 in toevoeging op haar supermarktformule Auchan, een nieuw retailconcept introduceerde. Belangrijkste doel van deze nieuwe formule was het creëren van een sportretailformule die "sport toegankelijk maakt voor iedereen". Dit is vandaag de dag ook nog steeds het belangrijkste doel: het laten ervaren door iedereen, jong en oud, van het plezier van sporten op een eenvoudige en betaalbare wijze. Tegenwoordig is Decathlon actief in 24 landen en zal eind 2015 de teller op circa 1000 winkels staan met meer dan 70.000 medewerkers. Enkele essentiële onderscheidende kenmerken van Decathlon zijn (zie ook de bijlage):

- Decathlon biedt 65 sporten aan "onder 1 dak";
- Met behulp van "try&buy zones" krijgt de klant zowel binnen als buiten de winkel de mogelijkheid om sport direct te proberen en te ervaren;
- Meer dan 80% van de sportproducten zijn eigen merken welke voortkomen uit de eigen R&D faciliteiten in Frankrijk;
- Jaarlijks worden nieuwe sportproducten en innovaties geïntroduceerd waarbij voorop staat dat vernieuwde en slimme productie zich vertaalt in lagere verkoopprijzen;
- In nauwe samenwerking met sportverenigingen en scholen organiseert Decathlon lokaal sportevenementen in en om de winkel om sport nog meer onder de aandacht te brengen;

In Nederland staat de teller momenteel op vijf vestigingen. Ons doel voor Nederland is om op termijn iedere Nederlander de mogelijkheid geven om binnen 20 autorijdminuten een Decathlon-vestiging te bezoeken. Specifiek voor Haarlem zou Decathlon een concept-store ontwikkelen van circa 4.000 a 5.000 m2 bruto winkeloppervlakte met bijbehorende sportvelden en parkeervoorzieningen. Graag beschrijven wij onze ambitie voor Haarlem onderstaand waarbij wij tegelijkertijd ook de vragen zullen beantwoorden.

Uitgangspunt in de beantwoording is in eerste instantie de inzet op een Decathlon concept-store, zonder partners en andere functies.

**Reactie Decathlon iz Kavelontwikkeling naast NS-Station Haarlem-Spaarnwoude**  
**Vraag 1**

*Welke programmatische mogelijkheden ziet u voor de kavels en kunt u deze motiveren?*

Het Decathlon programma voor de kavel naast het NS-Station zullen wij invullen met een Decathlon concept-store. Onze uitgebreide ervaring wereldwijd heeft ons inmiddels geleerd dat het standaard concept uit 1976 niet voor iedere vastgoedopgave inpasbaar is. Derhalve zijn er een aantal aangepaste varianten ontworpen welke wij specifiek voor deze kavel kunnen toepassen. Opgebouwd vanaf maaiveld zou het programma bestaan uit:

- Grondgebonden parkeren onder de eerste bouwlaag met stijpunten voor bezoekers en stijpunten voor logistiek → uitgangspunt is circa 12.000 m2 grond met voor circa 350 parkeerplaatsen;
- Eerste laag (verdieping 1) zal bestaan uit circa 5.000 m2 bvo winkel met voor en buiten de winkel circa 1.000 m2 sportvelden en test-zones;
- Gelet op het feit dat de locatie momenteel intensief wordt gebruikt als P+R kan in toevoeging op deze variant een extra laag parkeren op maaiveld worden gerealiseerd zodat de P+R-functie in stand kan worden gehouden;
- *Het uitgangspunt is omschreven hierboven. Echter is Decathlon zich bewust van het feit dat zowel verticaal als horizontaal "slim" moet worden omgegaan met de ruimte om de kwaliteit te verhogen, locaties en functies te verbinden en het perspectief en het potentieel optimaal in zetten. Hier werken en denken wij graag aan/in mee.*

**Vraag 2**

*In welke mate is de Nota Grondprijzen daarvoor wat u betreft marktconform?*

De Nota Grondprijzen geeft (bewust) geen indicatieve grondprijzen aan. Er wordt in de Nota terecht gewezen op het feit dat het vaststellen van de grondprijs maatwerk is. Dit geldt ook voor Decathlon.

**Vraag 3**

*Welke bijdrage kunt u leveren aan de ruimtelijke opgave in §2.1.1 en op welke wijze?*

Het Decathlon concept en succes wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door de consistentie van het concept. De winkels zijn goed bereikbaar en zichtbaar en bieden een totaalaanbod en een beleving op locatie. Kleine sporten als judo bijvoorbeeld kunnen bij Decathlon worden verkocht omdat we op locaties gehuisvest zijn die mensen makkelijk kunnen vinden en bereiken, met andere woorden: het bereik van een winkel om een grote groep mensen te kunnen aantrekken maakt het mogelijk dat wij 65 (en dus ook kleine) sporten kunnen aanbieden.

Vanuit ruimtelijk oogpunt zullen we zichtbaar en goed bereikbaar moeten zijn en zal een ontwerp worden neergezet met een open karakter. De meeste (Franse) Decathlon vestigingen zijn stand-alone ontwikkelingen, zie ook hoe IKEA dat doet. Echter zijn wij er ons van bewust dat een locatie als deze meer geïntegreerd moet worden in het (rand)stedelijk gebied. Daarnaast ligt er vanuit de beleving die we zullen creëren en de toevoeging en functie van de sportveldjes een potentiële parallel met wellicht andere sport- of leisure-functies in de (nabije) omgeving. Dit zal een positieve bijdrage kunnen leveren aan de openbare ruimte. Wat betreft de infrastructuur zal de afwikkeling hiervan in nauw overleg met de omgeving en ontwikkeling van de belendende kavels moeten worden afgestemd. Dat geldt ook voor de parkeervoorzieningen. Voorop staat voor Decathlon dat de sportvelden een prominente rol zullen invullen zodat (potentiële) bezoekers geprikkeld worden om de locatie te bezoeken.

#### **Vraag 4**

*Welke mogelijkheden voor samenwerking met de gemeente Haarlem en andere belanghebbenden (of marktpartijen) ziet u, mede in relatie tot het geschetste ontwikkelperspectief in §4.2?*

Decathlon heeft de voorkeur om gezamenlijk met de gemeente en eventuele andere belanghebbenden uit het gebied een project aan te gaan. De keuze of Decathlon de locatie verwerft en zelfstandig ontwikkelt of dit gezamenlijk met een projectontwikkelaar oppakt en uiteindelijk gaat huren is nu nog niet te maken en laten wij graag nog open. In de meeste gevallen dat Decathlon een concept-store ontwikkelt, wordt Decathlon eigenaar. Voorbeelden zijn Den Haag, Schiedam, Arnhem en Breda. De keuze om te kopen of te huren wordt dus mede bepaald door de mate waarin het concept kan worden ontwikkeld. Belangrijk om te melden is dat Decathlon een lange termijn visie erop nahoudt voor al haar winkelopeningen. Wij kijken 30 jaar vooruit en bouwen (ontwikkelen en openen) voor de toekomst. Indien een project alle ingrediënten in zich heeft dat Decathlon daar voor de lange termijn haar sportconcept kan exploiteren dan zal het project indien mogelijk worden verworven.

De samenwerking waar hierboven naar wordt verwezen, zal dus met de gemeente Haarlem zijn maar ook met partijen als IKEA en het IKH, de NS, de regio (adviescommissies) en de provincie. Op alle niveaus zal draagvlak (en fysieke aansluiting) moeten worden gevonden om dit plan mogelijk te maken. Decathlon is zich er van bewust dat de wens om detailhandel in het buitengebied uit te oefenen (momenteel) strijdig is met de Verordening Ruimte van de provincie Noord-Holland. Daarom zal er tijd en energie worden geïnvesteerd vanuit Decathlon om alle partijen zo goed als mogelijk te betrekken en te informeren. De mogelijke werkgelegenheid (ca. 80 tot 100 medewerkers) en sport-spin-off (meer sportliefhebbers) die Decathlon kan brengen zal een stimulans zijn voor de stad maar ook voor de regio.

#### **Vraag 5**

*In welke mate bent u geïnteresseerd – en voornemens – om de gemeente Haarlem een concreet voorstel te doen?*

Decathlon kan op korte termijn een voorstel uitbrengen, maar dit wordt door een aantal variabelen beïnvloed. Decathlon ontwikkelt zich momenteel wereldwijd in rap tempo. Met alleen al circa 2 winkelopeningen per maand in China zal het ritme wereldwijd richting de 150 winkels per jaar gaan de komende jaren. De keuze om te investeren in Nederland is gemaakt en is helder. De keuze wordt echter wel beïnvloed door de snelheid waarmee het project kan worden gerealiseerd (lees: wanneer de winkelopening gegarandeerd is). De variabelen in een project die dit kunnen versnellen/bespoedigen dan wel vertragen zijn onderwerpen die voor een belangrijk deel niet beïnvloed kunnen worden door Decathlon. Denk aan het RO-traject, -procedures en benodigde vergunningen. Indien op korte termijn meer inzicht kan worden gegeven inclusief een duidelijke planning vanuit de zijde van de gemeente, dan kan Decathlon relatief snel tot zaken komen. Het interne Decathlon traject bestaat uit een aantal stappen waarbij de laatste stap is akkoord ophalen bij de investeringscommissie. Dit interne traject kan in circa twee maanden worden doorlopen.

Wij vertrouwen erop dat wij u in dit schrijven op een duidelijke wijze onze ambitie voor Haarlem en specifiek "de kansen voor Oost" hebben beschreven. Graag lichten wij u onze ambities toe in een afspraak. Voor een afspraak verzoek ik u contact op te nemen met ondergetekende.

Wij kijken uit naar het vervolg!

Met vriendelijke groet,



Rohan Uijlings  
Expansiemanager Decathlon Netherlands

Bijlage – Referenties\_Reactie Decathlon op marktconsultatie\_14,092015