

-
LES
COULISSES
-

DECATHLON

BIEN VE NU

Pour une majorité, DECATHLON est une enseigne qui propose des équipements sportifs. Pour certains, DECATHLON est LA maison du sport par excellence. Pour d'autres, quand ils pensent à DECATHLON, ils pensent à l'Innovation et à l'évolution perpétuelle de l'entreprise et, pour quelques-uns, il s'agit d'une grande famille dans laquelle on s'y sent chez soi dès que l'on entre dans l'un des magasins.

Enfin, DECATHLON, c'est surtout une entreprise avec ses valeurs, son sens, ses engagements ainsi que ses hommes et ses femmes expérimentés et exigeants, et leurs parcours qui font finalement toute sa richesse.

Bienvenue chez DECATHLON !





DECATHLONRENDRE DURABLEMENT LES PLAISIRS ET LES BIENFAITS
DE LA PRATIQUE DES SPORTS ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE**1 715**
MAGASINS DANS LE
MONDE**328**
MAGASINS EN
FRANCE**103 138** COLLABORATEURS
DANS LE MONDE**8%**DES PRODUITS BÉNÉFICIENT D'UNE
DÉMARCHE **ÉCODESIGN*****3 600**
PRODUITS CRÉÉS
PAR ANLA PROXIMITÉ & L'EXPERTISE
LES PRIX & LE SERVICE !**DES MARQUES
EXCLUSIVES
& INNOVANTES****850**
INGÉNIEURS

* L'écodesign consiste à intégrer l'environnement dès la conception d'un produit ou service et lors de toutes les étapes de son cycle de vie. (AFNOR, 2004)

SOMMAIRE

2 Éditorial

4 Chiffres

6 L'entreprise

Notre histoire

Qui sommes-nous ?

Les sports signés

16 Les coéquipiers

Chiffres clés

DECATHLON Exchange

L'actionnariat

La mesure du bien-être

Les 5 piliers

22 Les engagements

La Mission 80

La Fondation

Le développement durable

La seconde vie

30 Concepteur/Producteur

Les métiers de la conception

Le parcours d'élaboration
du produit

La logistique

44 Le commerce

L'achat facilité

Accompagner & connecter

50 L'innovation

C'est quoi innover ?

L'innovation par
nos sports signés

Comment innove t-on ?

Les Innovation Awards

Le collectif Advanced Design

Les Mates

58 La Vision

C'est quoi
avoir une vision ?

Cap sur 2030

62 DECATHLON dans le monde



1 L'EN TRE PRISE

NOTRE HISTOIRE
QUI SOMMES-NOUS ?
LES SPORTS SIGNÉS

DECATHLON, LA START-UP QUI FAIT LE TOUR DU MONDE

Depuis ses débuts, la petite Boîte Bleue a fait du chemin. DECATHLON, la start-up s'est même développée puisqu'elle est devenue internationale. Aujourd'hui, elle **accompagne, facilite et révolutionne la pratique des sportifs à travers le monde**. 5 grandes étapes pour mieux comprendre.

✕ LES GRANDES ÉTAPES

1976

NAISSANCE D'UNE START-UP QUI AIME LE SPORT

L'aventure commence sur le parking du centre commercial Auchan, à Englos, dans le Nord de la France. Ils étaient 7, rassemblés dans un bâtiment de 900 m². Leurs points communs : fous de sport et motivés par une idée novatrice : **« rassembler tous les sports sous un même toit ! »**.



La coque bleu marine du 1^{er} magasin d'Englos.

1986

LA BOÎTE BLEUE S'OUVRE AU MONDE

Un premier magasin ouvre en Allemagne. Puis, la **Boîte Bleue fait le tour du monde** et s'implante partout à l'international. D'abord l'Europe, puis l'Amérique du Sud, l'Asie, l'Afrique, l'Amérique du Nord et enfin l'Océanie. Peu importe le pays, une ambition constante et commune motive les équipes : innover dans tous les domaines pour rester le principal partenaire de jeu des sportifs.

1996

DECATHLON PREND SES MARQUES ET CRÉE SES SPORTS SIGNÉS

En plus de 40 ans, DECATHLON connaît une évolution remarquable ! **TRIBORD et QUECHUA sont les premiers sports signés créés en 1996**. Ce sont nos premiers sports passion. Puis, de nombreux autres voient le jour. Ils s'installent au plus près des lieux de pratique des sportifs pour échanger avec elles et eux et répondre à leurs besoins : innover dans tous les domaines pour rester le principal partenaire de jeu des sportifs.

2006

EN ROUTE VERS L'ECO-DESIGN

Nos premiers produits à démarche d'éco-conception arrivent dans nos rayons. Nos rayons, un premier pas vers le développement durable. **Aujourd'hui, notre ambition est claire : 100 % de produits à démarche d'éco-design d'ici 2026**.

2016

DECATHLON FÊTE SES 40 ANS !

On divise nos sports signés pour en créer de nouveaux et être au plus près des besoins de chaque sportif. On conçoit des équipements, on les distribue, on guide et accompagne leur utilisation grâce à nos sites et applis. On contribue même à leur seconde vie quand le ou la sportif·ve n'en a plus besoin. Tout ça, pour nous, c'est être **le partenaire des sportifs au quotidien**.

✘ LES FONDATEURS : LA BANDE DES 7

En 1975, **Michel Leclercq** a une idée. Il ne le sait pas encore, mais elle va révolutionner l'univers du sport et de la grande distribution. Il a 35 ans et s'émancipe d'Auchan, l'entreprise familiale, où il occupe un poste informatique.

Il rêve d'une grande surface où le sport occuperait tout le terrain. Un endroit où les sportifs et les sportives, pratiquant le football ou la course, pourraient s'équiper à des prix accessibles. À l'époque, ce type de magasin n'existe pas. Pas encore.

Michel Leclercq s'entoure de 6 coéquipiers, qu'il recrute en une semaine. **Didier Decramer, Stéphane Delesalle,**

Nicolas Dubrulle, Stanislas Ernout, Hervé Valentin, Benoît Poizat et Michel Leclercq forment une équipe motivée. Même si certains sont inexpérimentés dans le secteur de la grande distribution, ils ont deux points communs : leur détermination et leur passion pour le sport. Quand ils ne travaillent pas, ils font du sport ensemble : football, ski, vélo, voile, hockey sur gazon, et pas seulement !

Aucune règle du jeu n'est définie. Tout est à construire, les nouveaux coéquipiers sont des bâtisseurs. Ensemble, ils partent d'une feuille blanche pour penser la stratégie de DECATHLON. Michel Leclercq leur fait confiance et leur

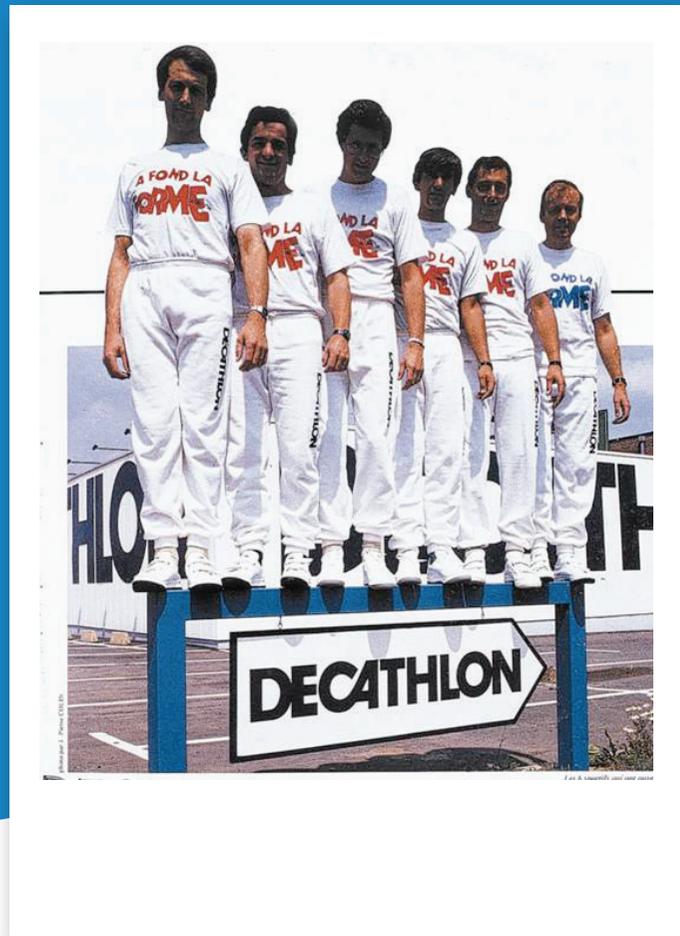
laisse une grande liberté d'initiative. Peu importe leur manque d'expérience, leur motivation sur le terrain prime. C'est un management innovant, par la confiance, toujours au cœur de notre ADN.

« Tu conseilles
les clients
comme
si c'étaient
tes meilleurs
potes. »

Michel Leclercq



DECATHLON en 4 questions :
interview d'un pionnier,
Benoit Poizat.



*Une partie des fondateurs :
Didier, Stéphane, Hervé, Benoît, Stanislas, Michel.*

NOTRE SENS

**ÊTRE UTILE AUX GENS
ET À LEUR PLANÈTE**

NOTRE MISSION

**RENDRE DURABLEMENT
LE PLAISIR ET LES
BIENFAITS DE LA
PRATIQUE DES SPORTS
ACCESSIBLES AU PLUS
GRAND NOMBRE**



Découvrez
notre mission
en image.





NOS QUATRE VALEURS



VITALITÉ

C'EST ÊTRE POSITIF ET PLEIN D'ÉNERGIE.

J'ose, j'entreprends, je m'adapte et je change si besoin. J'aime l'action. Je joue pour gagner et non pour ne pas perdre.



RESPONSABILITÉ

C'EST SE PRENDRE EN CHARGE, ET ÊTRE ACTEUR DE SA VIE.

Je dis clairement ce que je vais faire et je fais ce que je dis. Je mesure régulièrement ma création de valeurs et m'assure qu'elle progresse. Quand je fais des erreurs, je les corrige au plus vite. Je m'assure que toutes les parties prenantes sont gagnantes durablement de mes décisions.



GÉNÉROSITÉ

C'EST FAIRE LES CHOSSES AVEC CŒUR ET ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES.

Je joue collectif, j'aide si besoin. Je partage avec les autres tout ce qui peut leur être utile. Je considère toutes les parties prenantes « comme des amis ». Je prends soin de moi et des autres. Nous sommes solidaires.



AUTHENTICITÉ

C'EST ÊTRE EN VÉRITÉ AVEC SOI ET LES AUTRES.

J'ai le courage d'être moi-même. Je dis les choses simplement et j'agis avec sincérité et bienveillance. J'agis en respectant la nature et ses ressources.

NOS TROIS PRINCIPAUX PILIERS



NOS COÉQUIPIERS

Chez DECATHLON, chacun peut être acteur ou actrice, prendre des décisions et les assumer pleinement. Au cœur de nos préoccupations : le bien-être de nos coéquipiers ! Notre politique sociale et humaine le prouve. On en est convaincus : des coéquipiers heureux et engagés contribuent durablement à la performance d'une entreprise.



L'INNOVATION

L'innovation est l'un de nos axes fondamentaux. Elle fait naître nos produits et nos services. Au centre de notre démarche d'innovation : les sportifs. Notre volonté au quotidien est de rendre la pratique sportive plus accessible, en concevant des produits sportifs, responsables, complices et essentiels. Nos petites et grandes innovations sont pensées et concrétisées pour que pratiquer du sport soit toujours un plaisir !

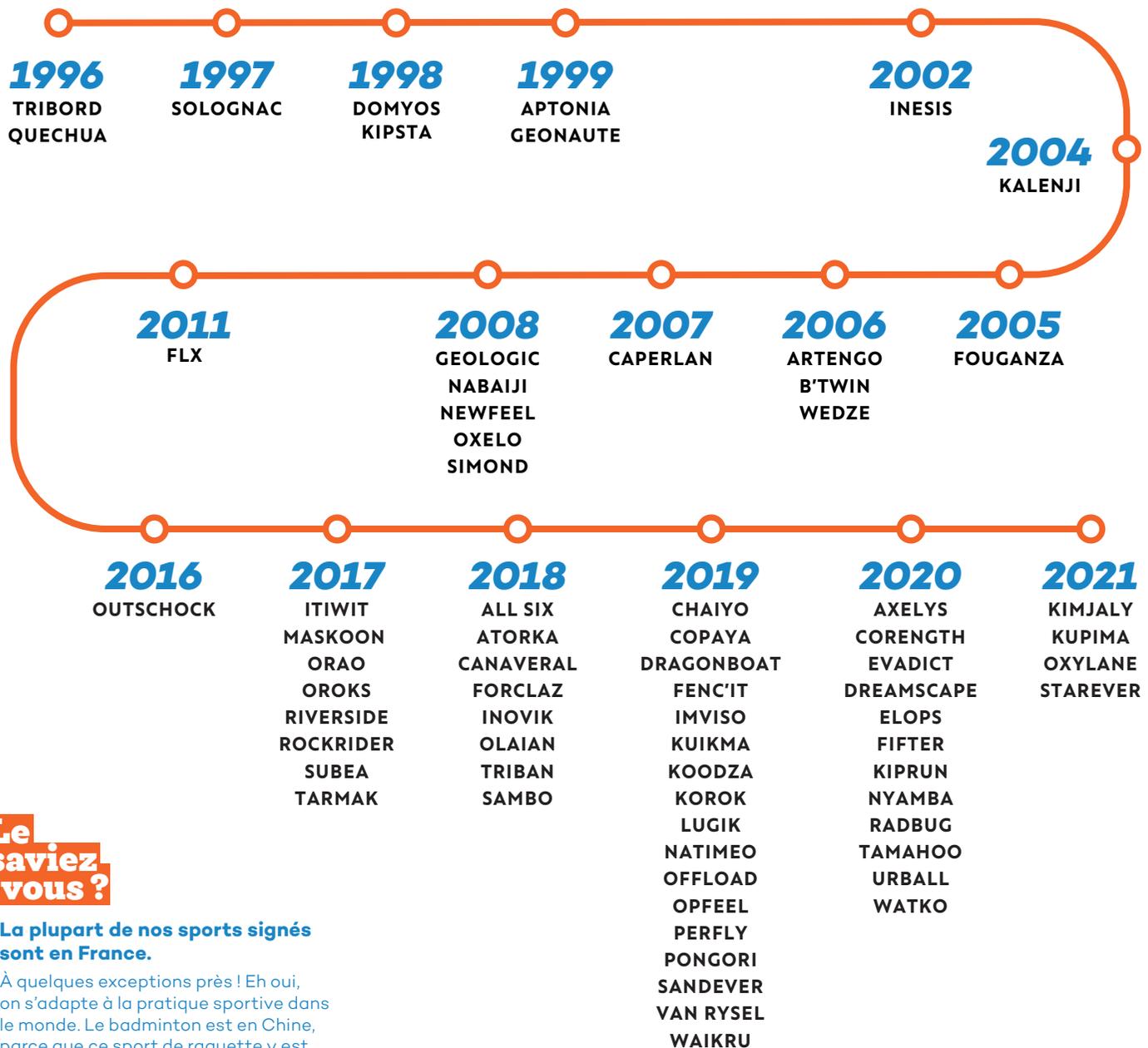


LA PROTECTION DES TERRAINS DE JEU

En tant que sportifs, on a conscience de l'impact de nos activités sur nos terrains de jeu et de notre responsabilité. Préserver notre environnement est l'un de nos engagements. C'est une valeur commune à toutes nos équipes, particulièrement celles qui conçoivent nos produits. D'ici 2026, on souhaite éco-concevoir 100 % de nos produits et réduire de 40 % l'empreinte carbone de chaque produit.

PASSION SPORT & SPORTS SIGNÉS

Si on a autant de sports signés, c'est pour mieux équiper les sportifs en leur proposant **des produits précis et techniques toujours bien adaptés à leur pratique**. 1996 : on crée nos premiers sports signés. Depuis, beaucoup d'autres ont vu le jour. Et ce n'est sans doute pas fini ! Alors, vous les reconnaissez tous ?



Le saviez-vous ?

La plupart de nos sports signés sont en France.

À quelques exceptions près ! Eh oui, on s'adapte à la pratique sportive dans le monde. Le badminton est en Chine, parce que ce sport de raquette y est beaucoup plus populaire qu'en France.

NOS CENTRES DE CONCEPTION

Un centre de conception, c'est quoi ? **C'est un lieu où sont imaginés les futurs produits.** Pour faire simple et **faciliter les échanges avec les sportifs ainsi que les essais sur le terrain**, les nôtres sont implantés sur des lieux de la pratique sportive.

C'est par exemple à Hendaye, près de la mer, que nos équipes imaginent les futures collections des sports d'eau.



DECATHLON CAMPUS
VILLENEUVE D'ASCQ (NORD)



MOUNTAIN STORE
PASSY (HAUTE-SAVOIE)



WATER SPORTS CENTER
HENDAYE (PYRÉNÉES-ATLANTIQUES)



DECATHLON CESTAS
CESTAS (GIRONDE)



DOMYOS CENTER
MARCQ-EN-BARŒUL (NORD)



INESIS GOLF PARK
MARCQ-EN-BARŒUL (NORD)



B'TWIN VILLAGE
LILLE (NORD)



KIPSTADIUM
TOURCOING (NORD)

**NOUVEAU
SITE !
OUVERTURE
EN 2021**



SAILING LAB
LA ROCHELLE (CHARENTE-MARITIME)



2 LES COÉ QUI PIERS

- CHIFFRES CLÉS
- DECATHLON EXCHANGE
- L'ACTIONNARIAT
- LA MESURE DU BIEN-ÊTRE
- LES 5 PILIERS DE NOTRE MANAGEMENT



COÉQUIPIERS : ESPRIT D'ÉQUIPE TOUT-TERRAIN

Au cœur de nos préoccupations : nos coéquipiers ! Et ça se perçoit dans notre management, bien spécifique à notre entreprise. Au sein de nos équipes, la diversité, l'égalité homme-femme et l'inclusion, sont des enjeux majeurs. Pour nous, la **mixité** et la **richesse des talents** sont une source d'innovation et de performance. Peu importe leur métier, peu importe leur terrain de jeu, nos coéquipiers jouent dans la même équipe.

74,3%

DES COÉQUIPIERS
DE L'EFFECTIF TOTAL SONT
EN CONTRAT PERMANENT
DANS LE MONDE.

AU 31/12/2019

94%

DES COÉQUIPIERS PRENNENT
DES DÉCISIONS SUR LES SUJETS
QUI LES CONCERNENT.

AU 31/12/2019

75

FORMATIONS SONT DISPONIBLES
ET CONCERNENT TOUS LES
MÉTIERS DE L'ENTREPRISE.

AU 31/12/2019

DECATHLON

EXCHANGE

→ NOTRE ÉCOLE DE
LA RESPONSABILITÉ

2005 : Jean-Marc et Amélie, coéquipiers DECATHLON, ouvrent une « école du management ». C'est le début de DECATHLON Exchange.

Son rôle principal : renforcer l'innovation managériale et garantir la transmission de notre culture d'entreprise, en continuant à mettre les femmes et les hommes au cœur de nos projets.

Son ambition : favoriser le développement personnel de chaque coéquipier, partout et tout le temps. C'est possible grâce aux formateurs et formatrices internes, à nos partenaires passionnés et à nos formations dans les locaux de DECATHLON Exchange ou en ligne.



Le bâtiment de DECATHLON Exchange à Villeneuve-d'Ascq (Nord, France), lieu de transmission et de formation au management.

→ En savoir plus : decathlon-exchange.decathlon.com

✘ L'ACTIONNARIAT CHEZ DECATHLON

DECATHLON n'est pas coté en bourse. Le groupe est détenu par un actionnariat familial composé de 3 collèges : la famille de Michel Leclercq, l'ex-président fondateur, la famille Mulliez et les salariés. Au début, l'actionnariat, c'est une dizaine de cadres français de DECATHLON. Puis, il grandit, se développe et devient accessible à l'ensemble des coéquipiers en France. Et partout dans le monde, un peu plus tard.

1987 : Michel Leclercq propose aux coéquipiers de devenir associés, en étant actionnaires. C'est une opportunité pour les équipes d'investir dans leur entreprise, de prendre part à l'aventure commune. Et de mieux comprendre le fonctionnement économique et financier de l'entreprise, de se sentir plus impliqués, plus responsables, mais aussi de se constituer un patrimoine.

2001 : l'actionnariat s'ouvre au monde entier. Aujourd'hui, plus de 40 pays sont actionnaires de DECATHLON avec près de 60 000 coéquipiers actionnaires.



Soirée organisée pour l'ouverture de l'actionnariat au Canada 2019.

1993 : Michel LECLERCQ explique sa volonté de partager l'actionnariat avec les coéquipiers.



✘ LA MESURE DU BIEN-ÊTRE EN INTERNE

DECATHLON TEAMMATES BAROMETER

Depuis 2002, on organise chaque année le **DECATHLON Teammates Barometer**. Qu'est-ce que c'est ? Une enquête qui mesure le degré de plaisir, de bien-être de l'ensemble des coéquipiers partout dans le monde. À partir des résultats, les leaders échangent avec leurs équipes sur des thématiques humaines. Cela leur permet de faire le point sur ce qui va bien et de réfléchir à ce qu'il faut améliorer.

GREAT PLACE TO WORK

Depuis 2010, Great Place to Work, un organisme externe, mesure le bien-être au travail chez DECATHLON, dans la catégorie « + de 2 500 coéquipiers ».

2010 → 7^e place
2011 → 10^e place
2012 → 10^e place
2013 → 5^e place
2014 → 12^e place
2015 → 4^e place
2016 → 4^e place
2017 → 1^{ère} place
2018 → 1^{ère} place*
2020 → 2^e place

Depuis 2018, on a choisi de participer à ce palmarès tous les 2 ans.

**Great
Place
To
Work®**

✘ LES 5 PILIERS DE NOTRE MANAGEMENT

1

VIVRE SA PASSION, TOUS LES JOURS

On partage toutes et tous la même passion : le sport. **Qu'on soit débutant ou expert, le sport rythme nos journées.** On bouge. On joue. On n'a pas le temps de s'ennuyer !



Les histoires sportives de nos coéquipiers en podcast.

3

LA CONFIANCE AVANT TOUT !

Chacun peut avoir un impact au sein de l'entreprise. Peu importe son poste ou sa place sur le terrain, chaque voix compte ! **Les missions évoluent au rythme des ambitions et des compétences.** Chaque coéquipier est bien entouré et accompagné dans ses challenges quotidiens. **L'esprit d'équipe et la solidarité,** on y croit fort !

2

UNE PLACE POUR CHACUN

Le plus important pour nous : la passion du sport, des autres et d'entreprendre. Ce sont les **personnalités** qui nous intéressent, pas seulement les diplômes. **L'envie, l'engagement, la générosité, la sincérité** font toute la différence.

4

LE DROIT D'OSER ET DE SE TROMPER

On aime les initiatives. On aime les valoriser. Eh oui, chaque jour est pour nous une nouvelle ligne de départ, une nouvelle occasion de changer les règles du jeu. Alors, on a le droit d'essayer, parfois de se tromper et de réessayer. Avec une règle qui ne change jamais : **prendre du plaisir tout au long de la partie.**

5

ACTEUR ET ACTRICE DE SON PROJET

On pense initiatives, personnalisation et évolution. On croit en la singularité de chacun. **Chaque coéquipier peut changer de métier ou de mission, sans changer d'entreprise et trouver le job qui lui correspond à 100 %.** Chacun peut inventer son projet, sa mission, toujours pour rendre le sport plus accessible à toutes et tous.



Pascal nous présente
le projet Eliott.



3

LES ENGA GEM ENTS

LA MISSION 80

LA FONDATION

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA SECONDE VIE

NOS ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

Chez DECATHLON, nous sommes passionnés de sport. Nous savons combien l'activité physique ou sportive fait du bien à soi-même, physiquement, mentalement. Mais aussi comme elle peut avoir des effets bénéfiques pour nos proches, nos communautés, notre pays.

Les valeurs du sport comme le respect, la confiance et la solidarité participent au bien-vivre ensemble.

✕ LA MISSION 80

Parce que nous avons la volonté d'aider au développement du sport en France, **notre ambition est qu'en 2030, 80 % des français aient une activité physique ou sportive régulière, soit au moins une fois par semaine.** Nous l'appelons la **Mission 80**.

Aujourd'hui, ils ne sont que 51 % environ.

La **Mission 80** ne sera réussie qu'avec des partenaires extérieurs, privés, publics, des collectivités territoriales, et tous ceux qui partagent le sens de notre ambition.

Nous avons défini 3 axes d'implication :

1. AMENER LE SPORT LÀ OÙ IL N'EST PAS

Depuis toujours, pour pratiquer du sport, les français doivent se rendre sur les lieux de pratique : stades, salles, piscines, etc. Nous souhaitons en parallèle amener l'activité physique et sportive là où ils sont. Dans les habitats où ils vivent, dans les entreprises où ils travaillent, là où ils se reposent ou partent en vacances.

2. SOUTENIR LES ACTEURS HISTORIQUES DU SPORT EN FRANCE

Nous avons tous et toutes appris ou découvert le sport grâce à des éducateurs, des bénévoles, des clubs ou des fédérations. Nous souhaitons soutenir tous ces acteurs du sport :

- **En développant leur visibilité** auprès de nos clients (nous organisons depuis 26 ans le Vitalsport).

- **En les aidant financièrement.** Depuis 2020, nous sommes partenaires de la Fondation du Sport Français, au travers de l'opération « Soutiens ton club ».

3. AMENER LE SPORT AUPRÈS DE CEUX QUI EN SONT PRIVÉS OU POUR QUI C'EST PLUS DIFFICILE

Au travers de projets concrets d'innovation sociale, nous souhaitons contribuer positivement à l'éducation, la cohésion sociale et la santé. Ces actions sont menées avec des partenaires externes.

→ **Au travers de la Mission 80 et de leur participation à des projets d'innovation sociale, tous les DECATHLONIENS sont fiers de s'engager auprès de nos concitoyens.**





✕ LA FONDATION DECATHLON

AUX ORIGINES DE LA FONDATION

La Fondation DECATHLON, c'est **le projet de nos coéquipiers** depuis 2005. Un projet qu'ils portent encore fièrement aujourd'hui. À l'origine, un sondage a été lancé en 2004 pour leur demander leurs avis sur la création d'une fondation. L'engouement est unanime ! La Fondation DECATHLON voit le jour. Sa mission principale est évidente : **accompagner les plus fragiles, faire du sport un vecteur d'insertion, ainsi qu'un moyen de rester en bonne santé**. Tout ça, en menant des actions concrètes partout dans le monde.

QUELLES MISSIONS ?

Avec la Fondation DECATHLON, nos coéquipiers s'impliquent pour faire bouger les choses. Ils et elles portent haut et fort notre mission principale : **« Rendre durablement le plaisir et les bienfaits de la pratique des sports accessibles au plus grand nombre »**. Du sport partout, pour toutes et tous !

Le rôle de la fondation est aussi d'accompagner les coéquipiers déjà engagés dans des projets solidaires et de susciter de nouvelles initiatives individuelles ou collectives. L'objectif est d'avoir un impact positif sur notre écosystème local, sur notre planète et dans nos rapports avec les autres.

Avant tout, **l'humain est au cœur de notre mission**. Celles et ceux qu'on accompagne à travers nos projets sont nos voisins. Comme nous, ils aiment le sport. À nous de favoriser le partage et de faire en sorte que le sport soit pour chacun **un moyen de gagner en confiance, et d'être en meilleure forme physique et morale**.

Projet « Gol De Letra ». Insérer des jeunes issus des favelas à travers le sport à São Paulo, Rio de Janeiro (Brésil), depuis 2005.

« le sport
a tant à nous
donner. »



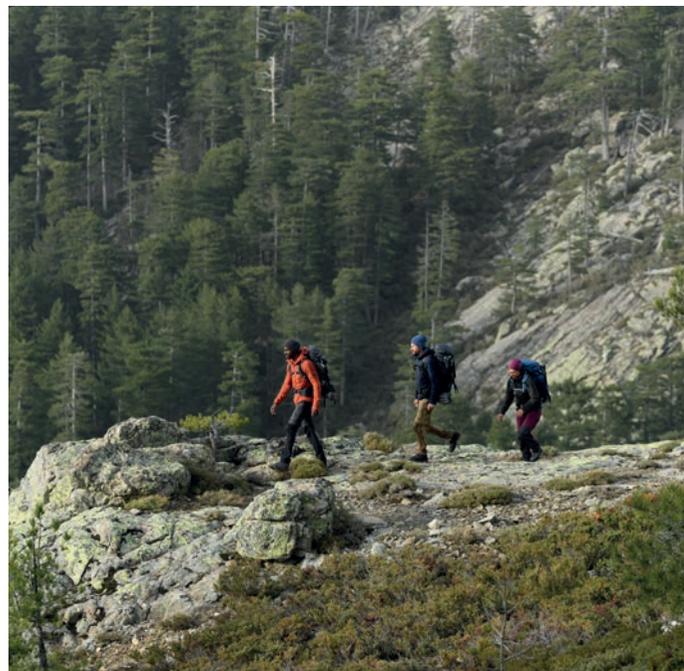
Découvrez le site
de la Fondation DECATHLON

FONDATION
DECATHLON

✕ LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

C'est un modèle qui vise **une performance économique**, mais aussi **sociale** et **environnementale**. Le système respecte la planète, les femmes, les hommes et leur permet d'être acteurs en créant de la valeur. Il va dans le sens de DECATHLON : être utile aux gens et à la planète.



POURQUOI DECATHLON S'ENGAGE ?

En tant que sportives et sportifs, **le monde est notre terrain de jeu, on se doit donc de le protéger**. Nous avons conscience de l'impact de nos activités sur l'environnement et des enjeux climatiques de notre planète. C'est pourquoi, **il est de notre responsabilité d'agir et de le faire vite**.



Plus d'informations sur nos engagements et les objectifs de notre plan de transition.

ALORS, ON S'ENGAGE À QUOI CONCRÈTEMENT ?

1

DÉVELOPPER L'HUMAIN

Égalité homme-femme, formation et accompagnement, respect des droits humains, épanouissement au travail, etc.

2

PRÉSERVER LA NATURE

Réduction de notre empreinte carbone, énergie renouvelable, produits et matières premières éco-conçus, réduction des déchets, économie circulaire, etc.

3

CRÉER DE LA VALEUR DURABLE

Choix de critères de performances durables et extra-financières, intégration d'une mesure carbone à nos outils de décision, etc.

QUELQUES BELLES ACTIONS DE NOS COÉQUIPIERS



→ Réduction du packaging de certains de nos produits.



→ Installation de ruches sur le toit de notre magasin de Saint-Malo en Bretagne (Ille-et-Vilaine, France).



→ Développement d'un tee-shirt anti-UV fabriqué à partir de bouteilles en plastique recyclé.



→ Prestations de couture dans nos ateliers pour réparer les sacs à dos, le textile, etc.



→ Réduction de nos déchets et collaboration avec des entreprises de revalorisation ou des associations et ressourceries proches de nos magasins et entrepôts. #ZEROPRODUITJETE



→ Arrêt de la vente de bouteilles en plastique dans certains magasins, et installation de fontaines à eau.

ZOOM SUR L'ECO-DESIGN

L'ECO-DESIGN, QU'EST-CE QUE C'EST ?

De la fabrication à la distribution en passant par le transport et à l'utilisation d'un produit, l'objectif est de remplacer, voire **d'éliminer certaines étapes ou composants** pour réduire l'impact environnemental du produit **tout en conservant ses fonctions d'usage**. Un produit sportif pensé avec une démarche eco-design reste avant tout un bon produit sportif !



CONCRÈTEMENT, COMMENT ÇA MARCHE ?

L'eco-design s'applique sur différents paramètres du produit : sa matière, son procédé de fabrication, son design.

POUR ALLER PLUS LOIN

Aujourd'hui, l'eco-design ne concerne que 5,1 % de nos produits, on avance pas à pas et de manière transparente. Notre objectif : adopter une démarche écodesign sur 100 % des produits sportifs et techniques DECATHLON d'ici 2026.



Les enjeux de l'eco-design expliqués par nos concepteurs.

✕ LA SECONDE VIE DE NOS PRODUITS

Un produit pour toujours : plus qu'un rêve, une ambition pour nous ! Concevoir des produits de sport, c'est notre métier depuis plus de 40 ans. On souhaite que nos produits servent le plus longtemps possible. Prolonger leur durée de vie, c'est aussi une action concrète pour réduire notre impact

environnemental. Et contribuer à la neutralité carbone d'ici 2030. Parce que la vie d'un sac à dos ou d'un vélo ne s'arrête pas quand on n'en a plus besoin ou quand il est abîmé, **on propose des solutions pour prolonger l'histoire de nos produits.**

NOS ATELIERS DE RÉPARATION

Depuis nos débuts, nos ateliers sont présents en région et en magasin pour accompagner les sportifs en les aidant à entretenir et réparer leur matériel. **Au total, 400 services différents sont proposés aux sportifs.**

Dans les ateliers DECATHLON, nos techniciens soignent les deux-roues, mais pas seulement ! Si 83 % des demandes concernent le vélo, on répare aussi des produits pour la randonnée, le fitness, les sports de pagaie, l'escalade, l'équitation, et bien plus encore !

En France, grâce au savoir-faire de nos 800 techniciens, **80 % des produits qui reviennent en magasin retrouvent une seconde jeunesse** et retournent sur le terrain !

ATELIER

DECATHLON



Réparation d'une doudoune dans nos ateliers.



Entretien des skis par nos techniciens spécialisés.

3

MILLIONS

C'est le nombre de réparations réalisées en 2019 dans nos ateliers.

NOTRE ASSISTANCE SAV

Un peu d'aide pour monter, entretenir ou réparer votre vélo ou votre tapis de course ? On a pensé à vous ! On a même **un site entier consacré au SAV**. Au programme : plus de 250 tutos, mais aussi 2 500 pièces détachées compatibles, des notices et des informations techniques. Aucune excuse pour ne pas s'y mettre !



En quelques clics, notre plateforme SAV vous aide à entretenir votre vélo.



Notre plateforme SAV accompagne les sportifs pour monter, entretenir et réparer leur matériel.

DECATHLON OCCASION

La seconde vie du produit, ça se passe sur DECATHLON Occasion : **des bons plans en magasin, en ligne ou lors de nos événements Trocathlon partout en France**. Parce que donner une autre vie à un produit quand on n'en a plus besoin ou qu'on n'en a plus envie, c'est du bon sens ! Le grand plus : nos produits d'occasion sont garantis, eh oui !



Vélos proposés lors d'un Trocathlon organisé au magasin de DECATHLON Campus.

LOCATION À LA CARTE

La location se développe dans nos magasins et en ligne. Des vélos ou des skis sont proposés à la location. Plus besoin d'investir dans une panoplie de ski pour une seule saison. La location est une nouvelle façon de proposer nos produits et ainsi, de **valoriser la consommation collaborative** et donc **l'économie circulaire**.

« D'ici 2030,
30 % du chiffre
d'affaires du
camping pourra
se faire par la
location. »

Céline, cheffe de produit. QUECHUA

4

CONCEP TEUR/ PRODUO TEUR

LES MÉTIERS DE LA CONCEPTION

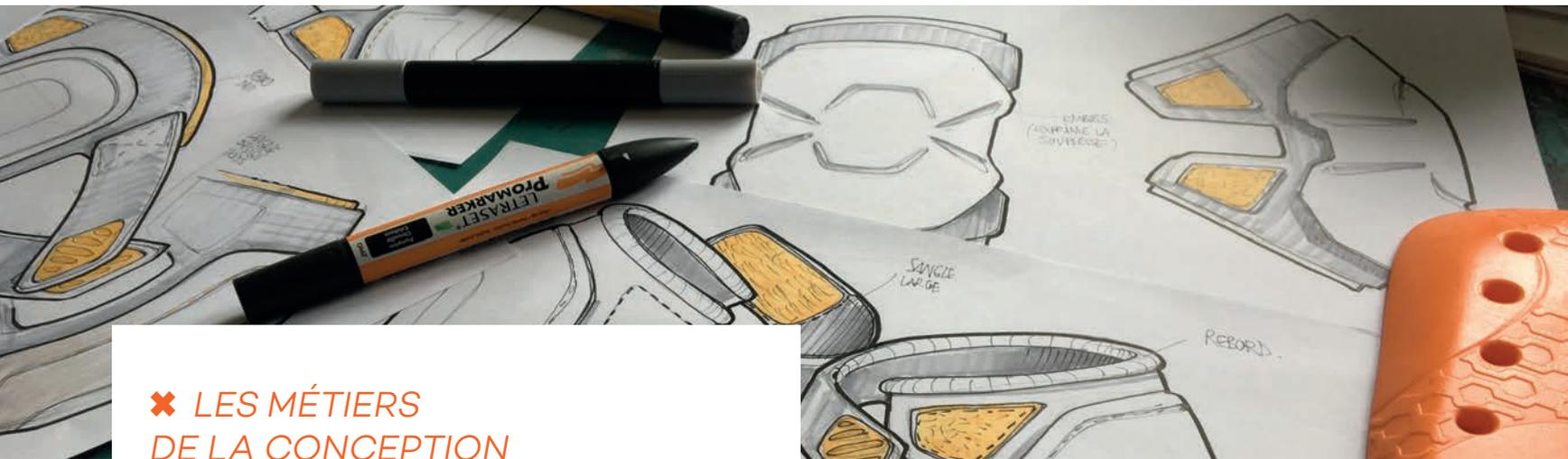
LE PARCOURS D'ÉLABORATION DU PRODUIT

LA LOGISTIQUE

TOUR D'HORIZON DE NOS MÉTIERS DE LA CONCEPTION

Vous ne le savez peut-être pas, mais on ne vend pas seulement des produits sportifs, on les conçoit. Eh oui ! **La plupart des produits vendus dans nos rayons sont conçus par nos équipes.**

Concevoir un produit, c'est un métier. C'est même tout un tas de métiers. Et si on vous les présentait ?



✘ LES MÉTIERS DE LA CONCEPTION

CHEF DE PRODUIT

Son rôle : observer les sportifs pour créer et améliorer les produits. À partir de ses observations, il rédige un cahier des charges qu'il transmet aux équipes de conception puis il accompagne toutes les étapes du développement du produit. C'est aussi lui qui analyse les avis et les retours des clients !

« Dans mon métier, je n'ai pas l'impression de travailler. Je m'éclate tous les jours avec mes collègues et mes clients. »

Giuliana, cheffe de produit, NABAIJI



Giuliana nous parle du métier de chef de produit

DESIGNER PRODUIT

Son rôle : explorer les tendances mondiales pour proposer des concepts produits en garantissant fonction et esthétisme. Il imagine un concept produit qui doit être fonctionnel et répondre aux besoins de l'utilisateur et de son environnement. Il co-développe et co-valide le concept produit.

« Il faut avoir la tête dans les nuages et les pieds sur terre quand on est designer. »

Pascal, designer, DECATHLON



Marion nous parle du métier de designer produit

DESIGNER 3D

Son rôle : modéliser le produit en 3D grâce à des outils de conception assistée par ordinateur. Il coordonne ensuite son développement avec les autres acteurs et actrices du projet. C'est le garant de l'aspect esthétique du produit. Il doit s'assurer que les intentions et les attentes de l'équipe design soient bien respectées.

« Ce que j'aime le plus, c'est le travail « d'interface » entre designers, ingénieurs et fournisseurs ; adapter le style, challenger la technique, intégrer les notions de qualité perçues au service d'un meilleur produit. Le meilleur moment étant la réaction des premiers clients, quand le produit arrive en magasin pour la première fois ! »

Cyrille, designer, DECATHLON

INGÉNIEUR PRODUIT

Son rôle : élaborer un cahier des charges technique à partir du cahier des charges d'usage et sélectionner les matériaux et composants pour optimiser le rapport qualité-prix. C'est aussi lui qui s'assure que les réglementations liées à l'humain et à l'environnement sont respectées. Une fois le produit en magasin, son rôle n'est pas fini : il reste à l'écoute des retours pour garantir la meilleure qualité.

« Ce que j'aime dans mon métier d'ingénieur produit, c'est de concevoir et développer des produits nouveaux, innovants, et ce, de l'idée même du produit jusqu'à son implantation en magasin ! »

Quentin, ingénieur produit, DECATHLON



Quentin nous parle du métier d'ingénieur produit

INGÉNIEUR MÉTHODE

Son rôle : faire le lien entre les équipes de conception et de fabrication du produit pour optimiser la qualité et les coûts. C'est lui qui calcule les moyens techniques et humains nécessaires à la fabrication d'un produit et propose aux fabricants des améliorations pour adapter leurs machines aux évolutions technologiques.

« Ce que j'aime dans mon métier d'ingénieure méthode, c'est de pouvoir faire le lien entre les équipes de conception et de production, en les formant pour que chacun puisse bien réussir ses projets et optimiser le produit fini en termes de coût, qualité et délais. »

Astrid, ingénieure méthode, DECATHLON

INGÉNIEUR CONCEPTION MÉCANIQUE

Son rôle : concevoir des produits adaptés aux besoins des sports et garantir la faisabilité industrielle, ainsi que l'équilibre coût, qualité et impact environnemental, en utilisant la modélisation numérique.

« Ce que j'aime dans mon métier d'ingénieure conception mécanique, c'est le plaisir de créer des produits de qualité pour nos clients, en concrétisant les idées du groupe projet, grâce à une conception assistée par ordinateur. »

Virginie, ingénieure conception mécanique, DECATHLON

Le saviez-vous ?

Plus de 300 designers participent à la conception de nos produits, ce qui fait de DECATHLON le plus grand employeur de designers en France !

INGÉNIEUR ESSAI TERRAIN

Son rôle : tester les concepts produits sur le terrain et vérifier, via des protocoles et avec un panel de testeurs, le respect du cahier des charges. Puis, il analyse les résultats des tests avant de les communiquer à l'équipe conception, qui les prend en compte pour réajuster le concept produit.

« Ce que j'aime dans mon métier, c'est pouvoir associer mes compétences techniques et ma passion pour le sport en accompagnant la création, le développement et l'optimisation des produits. »

Théo, ingénieur essai terrain, TRIBORD



Théo nous parle du métier d'ingénieur essai terrain

INGÉNIEUR ESSAI LABORATOIRE

Son rôle : évaluer la qualité, la sécurité et la performance du produit en réalisant lui-même les essais en laboratoire. C'est lui qui analyse les résultats et garantit la fiabilité des résultats d'essais.

« Ce que j'aime dans mon métier de responsable labo, c'est la bonne ambiance qui règne dans l'équipe, mais également de me rendre compte tous les jours que ce que l'on fait a un réel impact sur la sécurité de nos utilisateurs. »

Kévin, responsable laboratoire

INGÉNIEUR COMPOSANT & TECHNOLOGIE

Son rôle : développer et proposer des composants exclusifs au meilleur rapport qualité-prix. Il compose lui-même le catalogue de composants et contrôle leur provenance, leur impact écologique, les conditions de fabrication et la durabilité. Son objectif : choisir des composants qui respectent nos engagements humains et écologiques.

« Ce que j'aime dans mon métier c'est la recherche de composants pour le bon usage sportif. Et aussi la polyvalence qu'il requiert : élaboration d'un cahier des charges technique, analyse, travail en groupe projet, communication internationale et organisation. »

Laura, ingénieure composant et technologie, B'TWIN



Laura nous parle du métier d'ingénieur composant & technologie



MODÉLISTE

Son rôle : participer à la conception d'un produit textile en transformant les dessins du designer en patronage. Il garantit que les vêtements s'adaptent à toutes les morphologies et préconise un mode d'emploi aux fournisseurs pour que le produit textile soit fabriqué comme on l'a imaginé dans nos centres de conception.

« Ce que j'aime dans mon métier de modéliste, c'est être au contact du produit, créer, concevoir et modéliser les idées du styliste et du chef de produit. »

Lucille, modéliste, DECATHLON



Lucille nous parle du métier de modéliste

PROTOTYPISTE

Son rôle : faire un prototype fonctionnel et esthétique avec des machines à coudre industrielles pour proposer une première version du concept produit. Le prototypiste travaille directement avec le modéliste et avec l'ingénieur méthode qui fabrique les produits en atelier. Son autre rôle : valider la conformité des prototypes réalisés en usine.

« Mon métier de prototypiste, c'est avant tout un métier de passion. J'adore toucher la matière et lui donner vie, tout travailler du maillot de bain à la combinaison de ski en travaillant main dans la main avec la modéliste. »

Ilda, prototypiste, DECATHLON

INGÉNIEUR RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT SPORTSLAB

Son rôle : étudier le corps des sportifs et ses mouvements. Il utilise des outils de pointe pour observer et analyser l'influence du produit sur le corps des sportifs et collabore avec les équipes de conception pour améliorer le produit.

« Ce qui me motive et me rend fier, c'est que grâce à mon travail, les jeunes joueurs de tennis bénéficient d'un amorti optimal pour jouer plus longtemps et avec moins de risque de blessure. »

Alexis, ingénieur recherche et développement, DECATHLON SPORTSLAB



Alexis nous parle du métier d'ingénieur recherche & développement Sportslab



LE PARCOURS D'ÉLABORATION DU PRODUIT DECATHLON

Concevoir un produit qui répond aux attentes des sportifs, ça prend du temps. Et ça nécessite du talent. Bonne nouvelle : nos coéquipiers n'en manquent pas ! Eh oui, **de l'idée à la commercialisation du produit**, il n'y a pas qu'un pas. On vous dit tout ce qui se cache derrière un produit DECATHLON.

✘ ÉTAPE 1 : OBSERVER

On conçoit des produits pour les sportifs. Alors, ça nous semble logique d'aller à leur rencontre, de leur demander leurs avis et de les écouter. Pourquoi ? Parce que ce sont elles et eux les premiers concernés.

COMMENT ON OBSERVE LES SPORTIFS ?

→ On prend en compte les avis laissés sur [decathlon.fr](https://www.decathlon.fr). Oui, tous les avis, surtout ceux qui sont négatifs, parce qu'ils nous permettent d'améliorer nos produits. S'ils ne répondent pas aux attentes de nos clients, certains articles sont améliorés voire retirés de nos rayons.

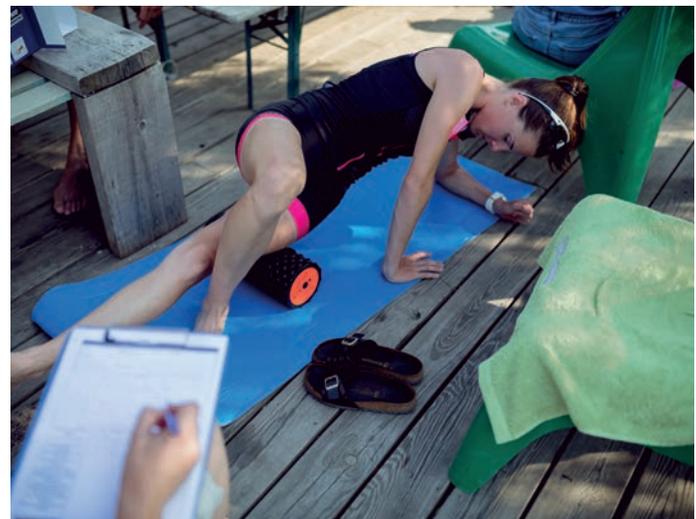
→ On rencontre régulièrement nos équipes internationales. Elles connaissent les habitudes et les besoins des sportifs qui ne sont pas les mêmes dans tous les pays. Un coureur à Lille ne s'équipe pas comme un coureur à Bangkok tout simplement parce que la météo n'est pas la même.

→ Nos vendeurs, chefs de produit, designers et ingénieurs se déplacent. Ils et elles vont sur le terrain pour percevoir et analyser les problématiques et les besoins des sportifs. Ensuite, ils et elles imaginent les produits qui répondent à ces besoins et facilitent la pratique, le confort, le plaisir et la sécurité.

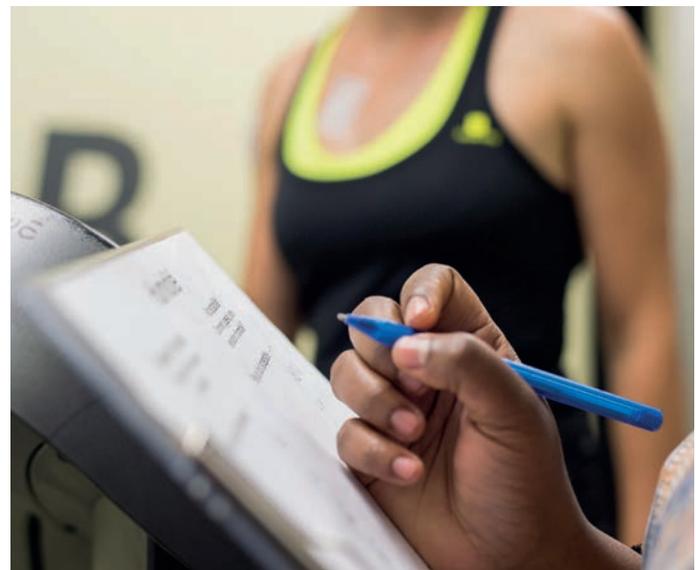
Le saviez-vous ?

Plus qu'un produit, une panoplie !

On ne fait pas un produit, mais une panoplie de produits. Qu'est-ce que ça veut dire ? Que l'on conçoit tout l'équipement (textile, matériel, accessoires, etc.) de façon cohérente, pour chaque sport passion et pour chaque type d'utilisateur (débutant, confirmé ou expert).



Séance d'observation sur l'utilisation du rouleau de massage 500 Modular par les équipes d'Aptonia.



Sur le terrain, nos équipes observent les sportifs dans leur pratique et récoltent leurs besoins pour créer les produits de demain.

✕ ÉTAPE 2 : CONCEVOIR

Maintenant qu'on a observé le sportif, on connaît ses envies et ses besoins et on peut donc commencer la phase de création. Oui, avant d'arriver dans nos rayons, nos vêtements ou équipements de sport passent par pas mal d'étapes. Au début, ce ne sont d'ailleurs que des concepts. On parle de « concept produit ».

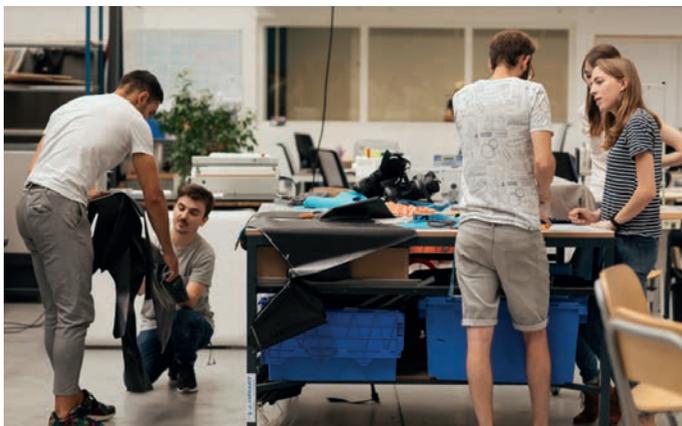
LE CAHIER DES CHARGES D'USAGE : FIL DIRECTEUR DE LA CONCEPTION DU PRODUIT

Une fois les besoins définis, on rédige un cahier des charges d'usage. **Il résume très clairement les qualités que doit avoir le futur produit** : pour qui il est conçu, comment il va être utilisé, quels doivent être ses avantages et caractéristiques, son prix, ses étapes de conception et de production et les ressources humaines et technologiques nécessaires. On ne sait pas encore à quoi va ressembler le produit, mais on sait à quelle problématique il doit répondre.

Le cahier des charges d'usage, c'est le fil conducteur de notre projet. Ça nous permet de ne pas perdre de vue toutes les caractéristiques du futur produit. On le consulte à toutes les étapes de sa création.

BRAINSTORMINGS & ATELIERS : ON IMAGINE LE CONCEPT PRODUIT !

Le cahier des charges d'usage est prêt. On lance la phase de création : recherche, débats, idées, etc. **Notre objectif : définir un concept produit viable qui doit répondre à un besoin précis.** Par exemple : un coureur a besoin d'être vu dans le noir. Quelle pourrait-être la solution ? Quel pourrait-être le bon produit ? Pour être créatifs, on combine nos idées. Des brainstormings et workshops sont organisés. On garde les meilleures propositions. Et on commence à imaginer le concept produit.



Atelier de création pour réfléchir au futur produit.

MONSTRES ET PROTOTYPES : LE CONCEPT PRODUIT PREND FORME !

Le concept produit a l'air viable. On concrétise. **On fabrique un prototype.** Ce n'est pas une version définitive du produit, mais c'est plus concret qu'un croquis et ça nous permet de valider certaines caractéristiques : formes, couleurs, composants, utilisation dans la pratique, etc.

D'abord, on fabrique, souvent **avec des matériaux de récupération, un premier prototype qu'on appelle « monstre ».** Il sert à illustrer le concept produit.

Puis on en crée une dizaine d'autres en moyenne pour peaufiner et valider les fonctions de chaque produit, quelle que soit sa nature : textile, chaussure, matériel, accessoire, etc. On parle de prototypes de conception. Si tout va bien, on poursuit le développement du produit. Si ça ne marche pas, on réfléchit à d'autres possibilités.

Quand on prototypage, on pense également à **la production en série du produit.** Nos prototypistes s'assurent que les opérations manuelles ou sur les machines sont facilement duplicables dans les usines de nos sous-traitants. Le but est aussi d'optimiser les méthodes d'assemblage, de réduire les coûts, de garantir la sécurité et la qualité des produits.

On réalise très souvent nos prototypes **en interne, dans nos ateliers de prototypage.** C'est un gain de temps important, parce qu'on limite notamment les allers-retours chez le fournisseur. Et pour finaliser le produit, on fait faire quelques prototypes industriels. Ils sont réalisés en usine, dans des conditions réelles de fabrication, sur les machines qui seront utilisées pour la production en série.

Le saviez-vous ?

Au total, on a **25 ateliers de prototypage**, dont 21 en France. Chacun a ses spécificités et se spécialise dans un ou plusieurs processus (textile, métal, plastique, etc.) ou produit(s) (vélo, ski, chaussure, etc.). En fonction des besoins, ces ateliers interviennent aux premières étapes du développement du produit et d'autres au moment de l'industrialisation.



La co-création, on y croit, et on la met en œuvre à toutes les étapes de la conception de nos produits. Comment ? En vous demandant votre avis ! Ça se passe en ligne, sur notre site dédié à la co-création.

✘ ÉTAPE 3 : TESTS

Savez-vous combien de fois est testé un produit avant d'être validé ? Eh bien, nous non plus. Mais une chose est sûre, on ne néglige pas la phase de tests en labo ou sur le terrain. D'ailleurs, on ne néglige aucune étape de la conception d'un produit.

TESTS EN LABORATOIRES

On a nos propres laboratoires. C'est plutôt pratique pour tester nos produits à toutes les étapes de leur vie : prototype, démarrage de la production, etc. Et pour faire des tests toujours plus précis, on a **deux types de labos** : les uns consacrés à la **connaissance du produit**, les autres dédiés à **l'observation du corps humain**. Quand le produit a besoin d'une certification, ça se passe dans un laboratoire partenaire qui valide qu'il est aux normes ! On a 120 labos partenaires, répartis dans 16 pays.

→ CONNAISSANCE DU PRODUIT

Avant d'arriver dans les rayons, un produit doit valider des tests et prouver qu'il répond à un certain nombre de normes internationales ou locales. Bonne nouvelle : nos standards de validation vont plus loin que les normes en vigueur. Ils sont plus exigeants. On crée même nos propres standards, les « **DECATHLON standards** », quand il n'y en a pas. Et nos propres machines pour valider ces nouveaux standards. La plupart de ces tests se passent dans nos laboratoires internes. Au total, on en a 32 partout dans le monde, dont 18 en France.



Laboratoire Tech'Off du B'Twin Village. Les machines jaunes, créées par nos soins, valident nos « DECATHLON standards ».

→ OBSERVATION DU CORPS HUMAIN

On a notre propre centre de recherche dédié au corps humain : le **SportsLab**. En fait, ce n'est pas un mais quatre laboratoires : un laboratoire confort thermique, un laboratoire des sciences du mouvement, un laboratoire de morphologie et un laboratoire des sciences sensorielles et du comportement. Tous sont équipés d'outils de mesure et d'analyse pour explorer le fonctionnement et les besoins du corps dans chaque environnement.



Découvrir le rôle et les missions du SportsLab en vidéo.

→ ET SUR LE TERRAIN, AVEC LES SPORTIFS !

Le chef de produit et les ingénieurs essai terrain organisent des tests en conditions réelles de pratique, dans l'environnement du sportif, parce que ce sont elles et eux les plus concernés par nos produits. Pour nous, ce sont les meilleurs testeurs. Deux types de tests complémentaires sont réalisés.

- **Les missions tests** : ce sont des tests en condition d'usage, souvent sur une durée relativement longue. Concrètement, comment ça se passe ? On prête le produit à quelques sportifs qui le testent sur leurs terrains favoris, parfois en conditions extrêmes.

- **Les tests de terrain** : ce sont des tests réalisés sur des fonctions spécifiques du produit, l'adhérence des gants de gardien de foot sur un ballon par exemple. Des testeurs sont invités à donner leurs avis sur le produit, en situation. On teste également l'adhérence des gants en laboratoire, mais c'est essentiel pour nous d'avoir le ressenti des sportifs pour améliorer le produit.



Tests et débriefs des planches après une session de surf.

✘ ÉTAPE 4 : CHOIX TECHNIQUES & SENSORIELS

Concevoir un produit, c'est faire beaucoup de choix, en essayant de toujours faire les meilleurs. On vous en dit un peu plus sur nos choix techniques, sensoriels et esthétiques !

FAISABILITÉ DU PRODUIT : EST-CE QUE ÇA VA LE FAIRE ?

Nos équipes de conception concrétisent le futur produit. Il a déjà ses principales caractéristiques, grâce à la conception assistée par ordinateur (CAO). Et avec le dessin 2D / 3D et les premiers prototypes, on a aussi vérifié sa conformité au cahier des charges.

Dernière étape : évaluer sa faisabilité. Pour ça, on se pose plusieurs questions sur **l'esthétique, les composants, les compétences techniques, le juste prix de production, les brevets, etc.**

Une fois qu'on a tout checké soigneusement, deux options : on y va ou on y va pas ! Si la faisabilité est validée, c'est parti. On lance les premiers prototypes. Si elle n'est pas validée, on repense le produit ou certains aspects du produit et sa conception pour poursuivre le projet.



La CAO nous aide à concrétiser les premières esquisses du produit.

CHOIX TECHNIQUES : COMPOSANTS DU PRODUIT

Si le produit est faisable, l'équipe conception commence **les choix techniques**. Parmi eux, les composants du produit, c'est-à-dire ses matières. Grâce à des équipes dédiées qui le développent au quotidien, on a notre propre **catalogue de composants spécifiques et exclusifs**. Ça nous permet de garantir toutes les étapes de leur fabrication.

CHOIX SENSORIELS : SENS ET SENSATIONS

Déterminer les **choix sensoriels**, c'est s'interroger sur les besoins des sportifs pour choisir les bons matériaux. Pour ça, on se pose des questions autour des 5 sens : la matière doit-elle être rugueuse, douce, lisse, brillante, mate, moelleuse, etc ? Pour faire simple : quelle doit-être la sensation quand on utilise le produit ?



Un coéquipier évalue la douceur des composants pour choisir celui correspondant le mieux au futur produit.

CHOIX ESTHÉTIQUES : COULEURS, FORMES ET GRAPHISMES

Une fois les aspects techniques validés, le designer passe à l'esthétique du produit de la future collection. Pour faire les bons choix, il est épaulé par une équipe experte. Ensemble, ils déterminent la bonne gamme de couleurs, les graphismes et interviennent pour le choix des composants ainsi que sur les tendances à suivre.

Le designer s'entoure aussi des sportifs pour valider ses choix. Il fait parfois appel à un panel d'utilisateurs et reste toujours à l'écoute de leurs préférences.

Le produit doit plaire aux sportifs et **déclencher une émotion**. Il doit aussi bien s'accorder au reste de la collection. L'idée c'est d'avoir une belle cohérence quand tout est en ligne ou en rayon et de mettre en avant les bénéfices du produit grâce à son esthétique. Il doit aussi être : **sportif, responsable, complice et essentiel pour coller à nos valeurs !**

Le saviez-vous ?

On travaille avec des entreprises qui analysent les tendances mondiales. Ça nous permet de faire matcher ces tendances et les codes de nos sports passion pour fournir aux concepteurs un cahier des tendances 2 ans à l'avance.

✘ ÉTAPE 5 : FORMALISATION

Les choix techniques, sensoriels et esthétiques sont validés. Le concept produit est fonctionnel, il a les bonnes matières, les bonnes couleurs, le bon graphisme, etc. Le prix et le lieu de production ont été décidés par nos équipes. Étape suivante : formaliser la demande et fournir un dossier technique au fournisseur pour lancer le prototypage industriel.

Chaque membre de l'équipe participe à la rédaction du dossier technique. Quelques exemples :

→ **L'ingénieur produit** complète la liste des composants du futur produit. Dans le jargon, on parle de BOM : Bill Of Materials. Avec cette liste, envoyée aux équipes DECATHLON dans les différents pays, on peut obtenir des infos précises sur le prix, le temps de production, etc.

→ **L'ingénieur packaging** crée l'emballage et donne tous les détails techniques pour sa réalisation en série. Bon à savoir : le prototype industriel inclut le produit et son packaging. Plus pratique pour anticiper les coûts de production et ne pas perdre de temps.

→ **Le modéliste** formalise le patronage quand il s'agit d'un produit textile. Il ou elle crée la notice d'assemblage et ajoute les règles de conception à respecter. Tout ça, en collaboration avec l'ingénieur méthode et le ou la prototypiste.

→ **L'ingénieur conception mécanique** conçoit les plans en 3D du moule nécessaire à la réalisation du prototype. Il fournit la documentation technique détaillée pour la fabrication du moule.

→ **Le designer** formule ses intentions esthétiques, ce à quoi il veut que le produit ressemble. Les meilleures intentions esthétiques sont sélectionnées, avec les autres membres de l'équipe. Puis il prépare une fiche technique avec, entre autres, les dimensions, les couleurs, en binôme avec l'ingénieur produit.

Une fois la correspondance au cahier des charges validée, on envoie les éléments au fournisseur. Ensuite, on patiente jusqu'à l'arrivée du prototype industriel !

Le saviez-vous ?

Pas question de bâcler la conception d'un produit ! Si toutes les étapes n'ont pas été validées dans les délais, on repousse le produit à la saison d'après.

✘ ÉTAPE 6 : PROTOTYPAGE INDUSTRIEL

Notre équipe de concepteurs a formalisé la demande de prototype industriel. Le dossier technique est prêt. Étape suivante : rencontrer nos fournisseurs pour échanger et faire le point sur les derniers détails avant de lancer les protos industriels et la production.

À LA RENCONTRE DE NOS FOURNISSEURS

Le temps est précieux quand on conçoit un produit. Pour éviter d'en perdre, **nos équipes vont à la rencontre de nos fournisseurs pour leur présenter le dossier technique.** Ça permet de bénéficier de savoir-faire mutuels, d'améliorer le produit et de prendre en compte la réalité de production. Sur place, on rencontre également les équipes DECATHLON qui travaillent à l'industrialisation des produits. Ils gèrent les liens directs avec nos fournisseurs et garantissent le respect de notre charte sociale qui comprend des critères humains, de sécurité et d'environnement.



Les premiers prototypes de gilets de sauvetage sont montrés à l'équipe de conception dans un bureau du fournisseur.

LES PREMIERS PROTOTYPES INDUSTRIELS SONT LÀ !

Quelques semaines d'attente, et voilà les premiers prototypes industriels. Ils sont conformes au dossier technique et ressemblent au produit fini. **C'est le moment de les tester encore et encore en laboratoire et en usage, c'est-à-dire sur le terrain.** Une longue série de tests commence ! On passe au crible tous les aspects techniques et autres.

✘ ÉTAPE 7 : SÉLECTION

On a les prototypes industriels, nos ingénieurs les ont testés en labo et sur le terrain. On passe à la sélection, une pour chaque sport et chaque saison : couleurs, organisation des rayons, prix, etc. Ça se passe entre 6 mois et un an avant le lancement de la collection en magasin pour anticiper le temps de production et de livraison.

CECI N'EST PAS VRAIMENT UN MAGASIN

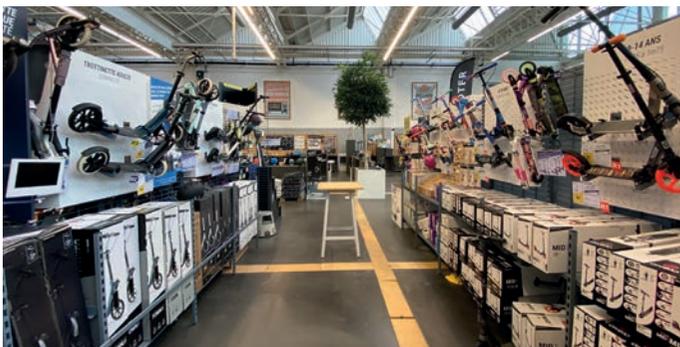
Dans les bureaux des équipes de conception, un grand local qui ressemble à un magasin. Mais qui n'en est pas un. Pourtant tout y est : rayons, produits, etc. C'est là que se passe la sélection. On imagine et met en scène ce que les clients verront lors du lancement de la nouvelle collection. Dans le jargon, on parle de « magasin fantôme » ou « ghost ». Dans ce faux magasin, on vérifie tout. C'est un travail d'équipe ! Notre mission : être sûr que nos clients auront toutes les informations pour choisir le produit qui leur correspond.

→ **Le merchandiser** valide l'agencement des produits dans le rayon, les images, les fiches descriptives des produits, etc.

→ **Le responsable de la communication** s'occupe de la réalisation des shootings visibles en magasins, ainsi qu'en ligne et sur les réseaux sociaux. Il crée le plan de communication et choisit quels produits seront mis en avant dans la presse, à la radio, sur le web et les réseaux sociaux ou encore dans les rayons des magasins.

→ **Le chef de produit** valide la cohérence des informations visibles en magasin et en ligne pour chaque produit.

→ **L'ingénieur produit** qui a validé les éléments techniques transmet les derniers choix à nos équipes des différents pays. Il leur indique, entre autres, quelles couleurs ont été choisies. Derniers pas avant le lancement de la production !



L'équipe de conception peut se réunir dans le « ghost » (magasin fantôme) qui permet de tester comment les produits seront présentés dans les magasins.

✘ ÉTAPE 8 : INDUSTRIALISATION & PRODUCTION

Les fonctions et les aspects esthétiques du produit sont validés. On passe à l'une des dernières étapes avant son arrivée dans rayons : l'industrialisation. On va le produire en grande quantité avant de l'acheminer vers les entrepôts et les magasins DECATHLON.

L'INDUSTRIALISATION DU PRODUIT, QU'EST-CE QUE C'EST ?

L'industrialisation, c'est tout le processus de fabrication : du prototype à la production en série. Ce processus permet de passer d'une production artisanale ou manuelle à une production en grande quantité. Comment ? Tout simplement en utilisant des machines industrielles.



La fabrication en usine d'une chaussure de tennis.

PRODUCTION : LE PRODUIT EN SÉRIE !

La production est lancée ! Elle est confiée à tout un panel d'usines. **Au total, on travaille avec plus de 1 000 sous-traitants industriels dans plus de 45 pays !** Et on suit de très près toute la chaîne de production de nos produits.

Sur place, nos équipes des bureaux de production se chargent de la relation avec l'ensemble des usines, au quotidien. Leur rôle est multiple : commander les composants, garantir l'implantation des nouveaux produits au bon coût, dans la bonne qualité et les bons délais, gérer le réapprovisionnement des produits déjà en magasin, réaliser des contrôles réguliers pour assurer la qualité.

TRANSPORT & LOGISTIQUE

La production est terminée, c'est l'étape de l'acheminement des produits vers nos entrepôts et magasins. On a notre propre réseau de logistique : **69 entrepôts dans le monde**. En Europe, 5 000 coéquipiers sont répartis dans **6 entrepôts continentaux**, dont 4 en France, et **27 entrepôts régionaux**, dont 10 en France. Gérer notre logistique nous permet de réduire les délais d'acheminement et les coûts. Et ça se voit sur le prix du produit.

✘ L'ACHEMINEMENT DU PRODUIT VERS NOS MAGASINS

Les usines de production desservent **les entrepôts continentaux**. Puis les entrepôts continentaux, qu'on appelle aussi CAC (centre d'approvisionnement continental), acheminent les produits vers les **entrepôts régionaux** ou CAR (centre d'approvisionnement régional).

Les CAR sont les réserves des magasins et les livrent quotidiennement, voire plusieurs fois par jour. Eh oui, c'est pour ça que nos magasins n'ont pas de réserve ! Ça permet une meilleure gestion des stocks, disponibles pour les magasins qui en ont besoin.



Un coéquipier DECATHLON manipulant de lourdes charges à l'aide d'un chariot élévateur.



Notre entrepôt de Rouvignies veille à l'approvisionnement de nos magasins de manière qualitative, quantitative et responsable.

Le saviez-vous ?

Dans l'ensemble de nos entrepôts, on mise sur **l'automatisation** pour faciliter le quotidien des coéquipiers. Les machines ne remplacent pas les hommes, elles sont à leur service. Ça nous permet aussi de réduire les temps de livraison et de baisser les coûts. Et donc de proposer des produits au juste prix à nos sportifs.

✘ LA LOGISTIQUE POUR RÉDUIRE NOTRE IMPACT CARBONE

Grâce à la maîtrise de notre logistique, on peut agir pour réduire notre impact environnemental. Depuis 2017, le transport de produits est repensé pour être plus écologique. Comment ? On limite les distances parcourues par nos articles, on favorise plusieurs modes de transport quand c'est possible. Et on maximise le chargement des camions et notre mode de conditionnement.

Le saviez-vous ?

Pour réduire nos émissions de CO₂, **88 % des emballages sont issus de ressources plus durables**. Et on les limite au maximum. Pas d'emballage superflu quand ce n'est pas nécessaire !

ZOOM SUR NOTRE « RAIL'VOLUTION »

2017 : NOTRE LOGISTIQUE PREND UN TRAIN D'AVANCE !

On teste un premier train « block ». Il est chargé exclusivement de produits DECATHLON. Le trajet dure 20 jours pour rejoindre notre entrepôt de Dourges (Nord, France) depuis celui de Wuhan (Chine). Le train consomme 201 kg CO₂/tonne. Par voie maritime, le trajet dure 41 jours, et la consommation de CO₂ s'élève à 337 kg CO₂/tonne.

Depuis 2018, on achemine également des conteneurs sur des trains publics.

Ça nous permet de réduire nos émissions de CO₂. Aujourd'hui, le trajet depuis la gare de départ de Wuhan (Chine) vers la gare d'arrivée en Allemagne dure entre 14 et 17 jours. À ça, on ajoute le délai de post-acheminement entre l'Allemagne et nos entrepôts en France : environ 6 jours.

On souhaite développer le transport par train, parce qu'il présente deux avantages principaux : **délaï plus court que le transport maritime et coût moins élevé que le transport aérien**. Il est aussi plus écologique !



Le 1^{er} train Block, c'est-à-dire chargé des mêmes conteneurs du départ à l'arrivée - en provenance de Chine.

20 jours de voyage

36% de CO₂ en moins que par bateau

4 jours : gain de disponibilité produit en magasin

630 000 articles

41 conteneurs

45 000 colis



5 LE COMM ERCE

L'ACHAT FACILITÉ
ACCOMPAGNER & CONNECTER

ECATHLON

NOS PETITS PLUS QUI FACILITENT L'ACHAT

Nos produits sont commercialisés via 2 canaux : notre **site e-commerce** et nos **magasins**. Qu'elle démarre sur mobile ou à la porte du magasin, on souhaite que le client vive une belle expérience au moment de l'achat. RFID, Mobistore, Borne Plus ou encore Test and Buy, focus sur nos petits plus qui facilitent le passage en caisse et les achats en ligne.

✘ LE CRC : NOTRE CENTRE DE RELATION CLIENT

1999 : on crée le CRC, notre Centre de Relation Client.

Au début, on collecte les retours clients uniquement par téléphone. Aujourd'hui, notre CRC est omnicanal. Notre cliente peut joindre un-e conseiller-ère par téléphone, par mail, sur le chat. Et même via nos réseaux sociaux. Le CRC, c'est 400 000 contacts traités chaque année !

Nos conseillers ont tous une longue expérience en magasin. Ils et elles sont passionnés de sport. Leur rôle n'est pas de convaincre, mais de proposer le produit adapté à la pratique de chacun. Le plus : chaque retour négatif est transmis aux bons interlocuteurs pour être corrigé rapidement, pour améliorer en continu l'expérience de nos clients !

✘ LE RFID : PASSAGE EN CAISSE ÉCLAIR !

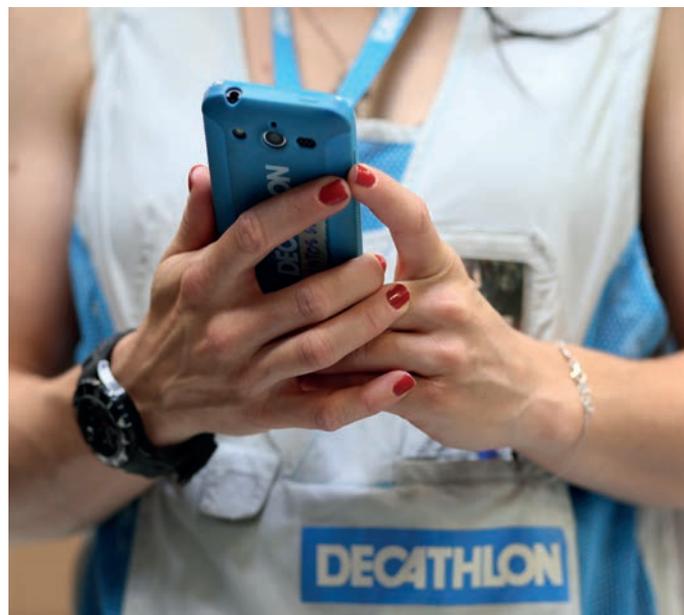
L'innovation commence par un petit objet tout simple : **une étiquette « révolutionnaire » avec une puce intégrée**. Et un système RFID : « Radio Fréquence Identification ». Une fois à la caisse, inutile de scanner les articles, on les dépose dans le bac. **Grâce à la puce intégrée, le montant des achats s'affiche instantanément**. Bonus : la puce se désactive après paiement. Finies les alarmes anti-vol qui sonnent à la sortie !



Grâce à la RFID, les « raquettes d'inventaire » assistent les coéquipiers en magasin et permettent de réaliser des inventaires précis et complets.

✘ MOBISTORE : L'OUTIL QUI RAPPROCHE DECATHLON DU CLIENT

Qu'est-ce que le Mobistore ? **Un bras digital prolongeant celui du ou de la vendeuse !** C'est une application lisible et accessible sur un outil relié à la wifi, en magasin. À tout moment de la journée, et à tout endroit du magasin, **une base complète d'informations sur les produits mais aussi et surtout sur l'état des stocks** et la disponibilité dans les magasins, est accessible. Les déplacements des vendeur-euse-s sont réduits et cela améliore leur **disponibilité auprès du ou de la cliente pour rendre son passage en magasin plus rapide et agréable**.



En deux clics sur son téléphone, le ou la vendeuse consulte l'état des stocks en magasin sur n'importe quel article.

✘ E-RÉSERVEZ, CLIQUEZ, RETIREZ, C'EST PAS COMPLIQUÉ !

Rendez-vous sur [decathlon.fr](https://www.decathlon.fr) ou sur l'appli DECATHLON pour **rechercher des produits, les comparer, et vérifier leur disponibilité dans le magasin de son choix. Si l'article est dispo, on réserve et on passe le chercher.** C'est pas plus compliqué !



✘ TEST AND BUY : TEST ET ACHAT (OU PAS) !

Savez-vous qu'on peut **tester les produits DECATHLON, à la maison, sans les acheter** ? Eh oui, certains magasins DECATHLON proposent de les emprunter 7 jours. Une fois la semaine terminée, libre à chacun de décider de garder ou de rendre l'article. Si on le garde, pas besoin de se déplacer, le paiement est automatique, par empreinte bancaire. Si on ne le garde pas, le produit est nettoyé, puis remis en vente ou intégré dans une filière de réemploi ou de recyclage.



Le test avant l'achat, pour être sûre de choisir le produit adapté à sa pratique !

✘ ET APRÈS ? SATISFAIT OU SATISFAIT C'EST NOTRE PRIORITÉ !

Oui, on prend en compte les avis de toutes et tous ! Quand un retour est fait sur l'un de nos produits ou de nos services, il est transmis aux équipes concernées. On s'engage à répondre à tous les avis, surtout ceux qui sont négatifs. Parce qu'on en est sûrs, c'est un bon moyen de toujours nous améliorer. Et d'imaginer les futurs produits.



Le saviez-vous ?

DECATHLON est l'enseigne de sport préférée des français en 2019 et 2020 !*

*Résultat de l'étude sur l'attractivité des enseignes menée par OC&C Strategy Consultants. Sur 91 enseignes, DECATHLON termine sixième au classement général.

ACCOMPAGNER ET CONNECTER LES SPORTIFS

On aime le sport. On a envie de vous motiver à en faire et de vous guider dans votre pratique. Pour ça, on a imaginé et mis en ligne **plusieurs sites et applications**, tous adaptés aux besoins et aux envies des petits et des grands sportifs.

✘ **CONSEIL SPORT : ASTUCES MULTISPORT**

Découvrir un sport ou plusieurs, améliorer sa pratique, bienvenue sur CONSEIL SPORT ! **Le site pour se motiver et parfaire ses connaissances sportives.** Depuis peu, on propose aussi des podcasts, des conseils à écouter pendant une séance de sport.



Vous prendrez bien un petit conseil sport ?



Découvrez nos podcasts ici !

✘ **DECATHLON COACH : LE COACH DE POCHE !**

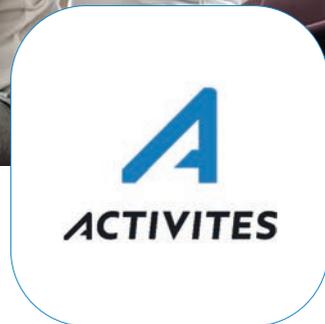
Des objectifs sportifs en tête ? On a un plan. Et un coach ! Ça se passe sur notre appli mobile : DECATHLON COACH. On installe l'appli et on se laisse guider par le coach vocal. On peut même mesurer son activité en suivant le détail des séances. Bonus : c'est gratuit, eh oui !



Depuis **decathloncoach.com**, retrouvez l'historique et les statistiques de vos activités pour les analyser tranquillement après vos séances.

✘ DECATHLON ACTIVITIES : FAIRE MATCHER LES SPORTIFS

Rejoindre d'autres sportifs pour s'entraîner, trouver une activité à faire solo ou en famille, c'est à portée de main avec DECATHLON ACTIVITIES. Et ça va plus loin : des coachs, des rencontres, DECATHLON ACTIVITIES fait matcher les sportifs !



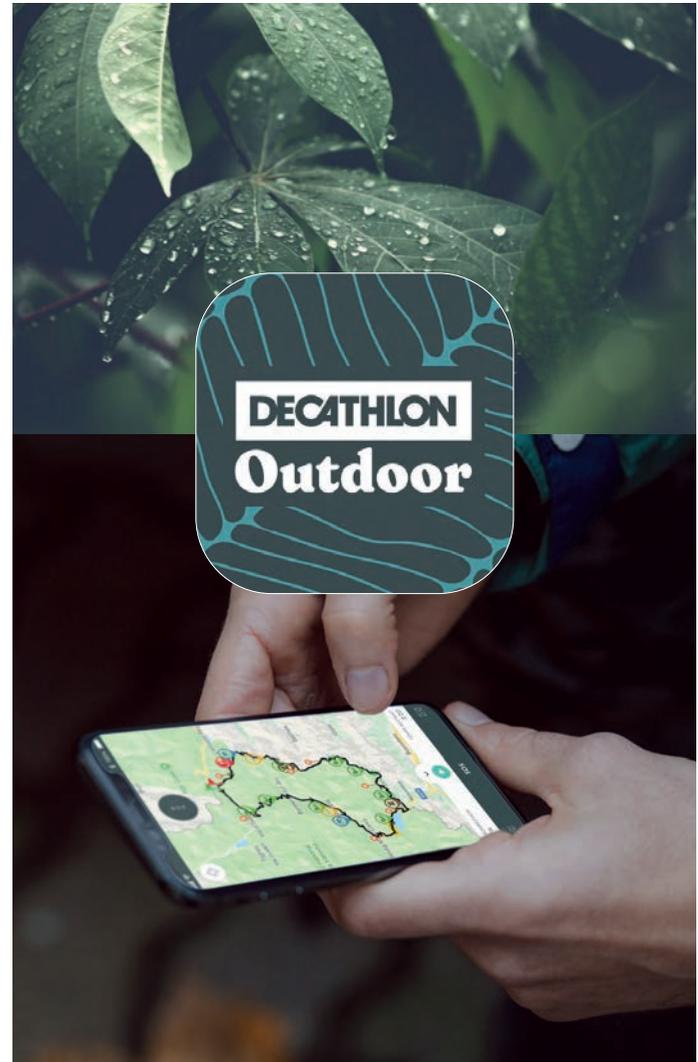
Toutes les activités sport et bien-être, c'est par là !

Le saviez-vous ?

Chaque année, en septembre, on organise le **Vitalsport**. C'est quoi ? Un événement unique pour découvrir le sport. **Au programme : plus de 100 magasins français participants, des dizaines de sports, des ateliers encadrés par des éducateurs diplômés.** L'événement est gratuit, ouvert à toutes et à tous et fait partie du dispositif « Sentez-vous sport », mis en place par le ministère des Sports. Vitalsport, c'est un bon moment de partage pour découvrir les clubs et associations de sa région et choisir son sport de l'année !

✘ DECATHLON OUTDOOR : VOS PLUS BELLES MINUTES DEHORS

DECATHLON OUTDOOR : le guide des frissons nature, une grande communauté où l'on parle, on échange. On partage **idées et bons plans pour partir à l'aventure à deux pas de chez soi**. Un grand bol d'air, un vol en parachute, et même une rando pour se faire de nouveaux potes, tout y est ! Il y en a pour tous les goûts, toutes les envies de nature.



La nature à deux pas de chez soi !



6 L'INNOVATION

C'EST QUOI INNOVER ?

L'INNOVATION PAR NOS SPORTS SIGNÉS

COMMENT INNOVE T-ON ?

LES INNOVATION AWARDS

LE COLLECTIF ADVANCED DESIGN

LES MATES

✘ L'INNOVATION PAR NOS SPORTS SIGNÉS

L'innovation est au centre de nos sports signés. Pourquoi ? Pour renforcer leur singularité et pour toujours plus répondre aux besoins des sportifs en concevant des équipements, des vêtements, des accessoires, etc, plus faciles, plus sécuritaires et plus sensationnels.



Bidons de natation synchronisée NABAJI

✘ CONCRÈTEMENT, COMMENT ON INNOVE ?

→ LE BIOMIMÉTISME : OBSERVATION DE NOS TERRAINS DE JEU

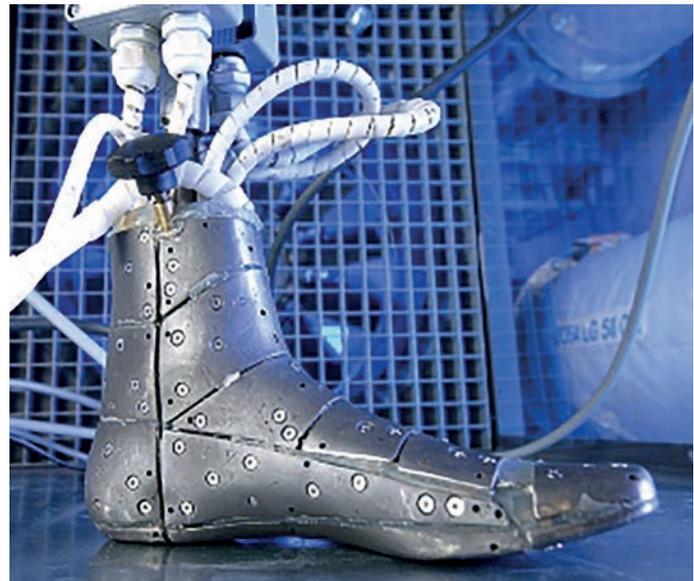
Pour innover, on observe la nature et notre environnement. On s'intéresse au biomimétisme. Comment ça fonctionne ? **On s'inspire des formes, des matières et des propriétés du vivant**, en résumé de tout ce qui nous entoure, pour créer des produits innovants, plus proches et plus respectueux de l'environnement et des sportifs.

→ L'INNOVATION FRUGALE POUR ÉCO-CONCEVOIR

L'innovation frugale, c'est quoi ? C'est concevoir avec un minimum de moyens. **De la contrainte naît la créativité**, l'innovation frugale en est un bel exemple. Elle est souvent résumée par le fait de fournir **des solutions de qualité à bas coût ou d'innover mieux avec moins**. Un exemple ? La lampe frontale Onnight 50. Au moment de sa conception, l'approche économe en matières premières a permis de diviser par 4 le nombre de pièces. Résultat : une lampe poids plume, souple qui s'emporte partout. En résumé, une idée lumineuse !

→ RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT : OBSERVATION DU CORPS DES SPORTIFS

Pour imaginer et concevoir des produits adaptés, on observe et étudie le corps humain en mouvement. À quoi ça sert ? À connaître son fonctionnement, dans les moindres détails, pour se rendre compte des problématiques ou des contraintes de chaque pratique sportive et proposer des solutions et des équipements innovants.



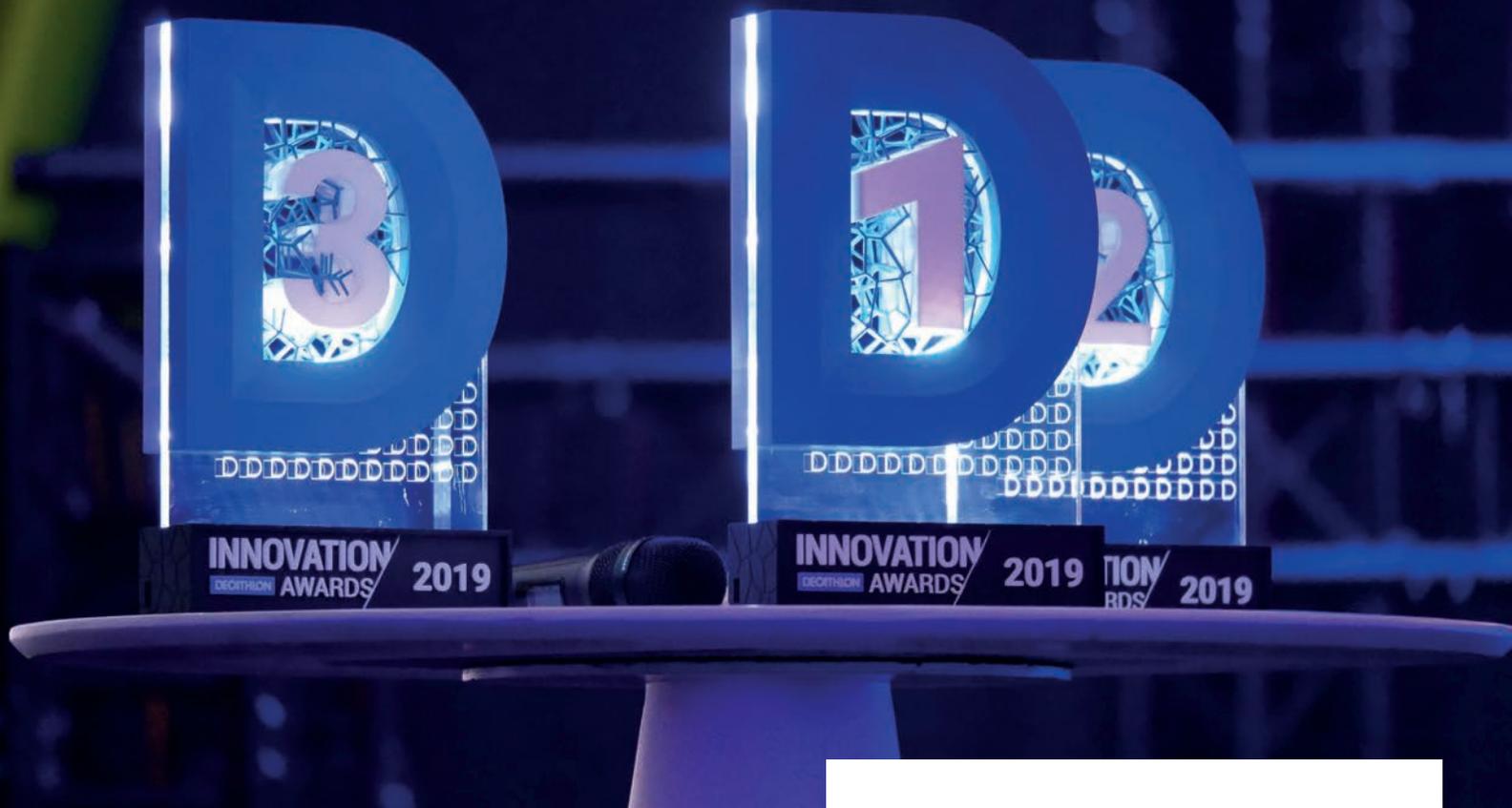
Pied thermique

→ L'INNOVATION AVEC LES SPORTIFS ET LES EXPERTS

Oui, on parle de **co-création avec nos communautés de sportifs**. Mais aussi avec **des expertises techniques, des partenaires scientifiques et technologiques**.

S'appuyer sur d'autres compétences, sortir de nos bureaux et avoir des regards externes, ça nous permet d'aller plus loin dans le processus d'innovation et d'inventer ensemble le sport de demain.

Trophée IAD imprimé en 3D, remis aux équipes gagnantes de l'édition 2019.



✘ LES INNOVATION AWARDS BY DECATHLON

2005 : on lance un concours en interne pour motiver chaque sport signé à innover. D'abord, l'événement est discret, 50 personnes y assistent dans une salle de réunion de DECATHLON Campus, à Villeneuve-d'Ascq (Nord, France). Le concept plaît, c'est le début des Innovation Awards by DECATHLON. Entre nous, on parle d'IAD.

Les IAD grandissent et rassemblent jusqu'à 3 000 personnes au Zénith de Lille (Nord, France). L'événement est suivi en ligne partout dans le monde grâce au direct. Certains pays organisent même leurs propres IAD. L'année d'après, on recommence. Puis celles d'après. L'ambition est toujours la même : **célébrer le talent de nos équipes de conception en récompensant les produits les plus innovants.**

En 2019, les IAD n'ont pas eu lieu à Lille, mais à Bouc-Bel-Air (Bouches-du-Rhône) pour se rapprocher des magasins et permettre aux coéquipiers du sud de la France d'être présents.

INNOVATION DECATHLON AWARDS



Équipe projet du produit vainqueur de l'édition 2019 : le Kayak strenfit ITIWIT, à l'annonce des résultats.

LES GRANDS VAINQUEURS DEPUIS 2005 :



2005

Tente 2 seconds QUECHUA

« La tente très rapide à monter et à démonter ».



2006

Ballon Tarmak KIPSTA

« Le ballon de basket facile à maîtriser grâce à son revêtement breveté ExtraGrip ».



2007

Cube DOMYOS

« Une salle de sport dans un cube ».



2008

Rollnet ARTENGO

« Le filet de tennis de table qui permet de jouer partout, sur tout type de table et en dehors des règles ».



2009

Roller Diabolo OXELO

« Le roller qui réinvente le freinage ».



2010

Splizer TRIBORD

« Le surf gonflable de poche pour glisser facilement ».



2011

Vélo Tilt B'TWIN

« Le vélo pliant en 1 seconde ».



2012

Sac Backenger NEWFEEL

« De la besace au sac à dos en un pas ».



2013

Masque Easybreath TRIBORD

« Le masque de snorkeling pour voir et respirer dans l'eau comme sur terre ».



2014

Trotinette B1 OXELO

« La première trotinette 3 roues qui accompagne l'équilibre chez l'enfant dès 2 ans ».



2015

Bidon double use APTONIA

« Le bidon magique qui permet de passer de l'eau à une boisson isotonique en 1 seconde ».



2016

Matelas Air seconds QUECHUA

« Le matelas qui se gonfle super rapidement ».



2019

Kayak strenfit ITIWIT

« Le kayak rigide qui tient dans un sac à dos ».



2021

Nouveau nom, nouveau concept, nouveau format.

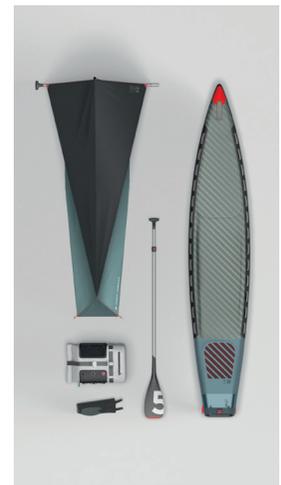
Cette année, les **REVEAL INNOVATION** se dérouleront en digital à travers le monde, toujours dans l'objectif **d'inspirer et d'encourager l'Innovation** chez DECATHLON.

✘ **ADVANCED DESIGN** UN COLLECTIF DE CRÉATIFS POUR INNOVER

L'innovation, ça compte tellement pour nous qu'en 2017, on a créé l'Advanced Design, un collectif de quelques designers. Leur rôle : promouvoir l'innovation et épauler les concepteurs dans la création de produits innovants et exclusifs.

Dès 2019, ce collectif de créatifs propose une nouvelle démarche pour imaginer les produits DECATHLON du futur. Ils se penchent sur 6 sports aux univers distincts pour imaginer 6 expériences sportives à la croisée du monde réel et de l'univers numérique.

Au cœur de ces expériences : le rêve et l'incarnation de ce que DECATHLON souhaite devenir, sans négliger les évolutions de nos sociétés, partout dans le monde. Prenant en compte ces aspects, et les besoins des sportifs, **6 panoplies composées de produits séduisants, utiles et responsables sont imaginées.** Chacune des panoplies est sublimée par des services qui garantissent la meilleure expérience pour les sportifs : de l'achat à l'utilisation, du partage à l'entretien, du regain de motivation à la revente du produit. Ces démarches engagées, parfois en rupture avec les habitudes de DECATHLON, inspirent les équipes des sports pour proposer des solutions pertinentes aux besoins exprimés par les sportifs d'aujourd'hui et de demain.



La panoplie du Bold mate basée sur l'up-cycling (faire des nouveaux produits à partir d'anciens) : stand-up paddle, tente, sac de transport.

✗ LES MATES

Les mates, c'est quoi ? Un mate, c'est un ou une pote. Souvent, on parle de sportsmates ou de personas. C'est la même chose. Au fil de ses expériences, l'Advanced Design a défini 6 mates, 6 profils de sportifs, et a imaginé une panoplie pour chacun. Chaque panoplie est associée à une étape particulière de la conception du produit.

Le saviez-vous ?

Une panoplie, qu'est-ce que c'est ?

C'est tout un équipement (vêtements, chaussures, accessoires) conçu de façon cohérente, pour chaque sport signé et pour chaque type d'utilisateur (débutant, confirmé ou expert).

Qui sont les mates ?

→ LE WING MATE : OBSERVER

Lui ou elle, c'est le fan de mobilités urbaines. Jamais loin de son skate ou de son vélo, la rue est son terrain de jeu, son habitat naturel.



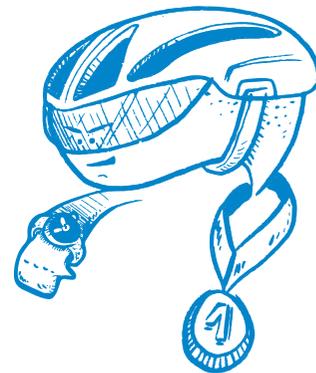
→ LE SOUL MATE : CRÉER DES ÉMOTIONS

Ici, on parle de nature, celle qui donne un maximum d'émotions, celle qui laisse de bons souvenirs. Tout au long du chemin, le soul mate, solo ou bien accompagné, ne fait qu'un avec ce qui l'entoure.



→ LE CHALLENGER MATE : CO-CRÉER

Il enchaîne les défis. Jamais loin de son chrono pour tracker sa progression, il est là pour se surpasser. Ce qui compte, c'est gagner. Et il s'en donne les moyens.



→ LE TWIN MATE : PROTOTYPER ET TESTER

Sport et bien-être, sans contrainte et sans pression, à la maison. Le twin mate se relaxe et prend le temps malgré un rythme à 300 à l'heure.



→ LE BOLD MATE : UPCYCLER

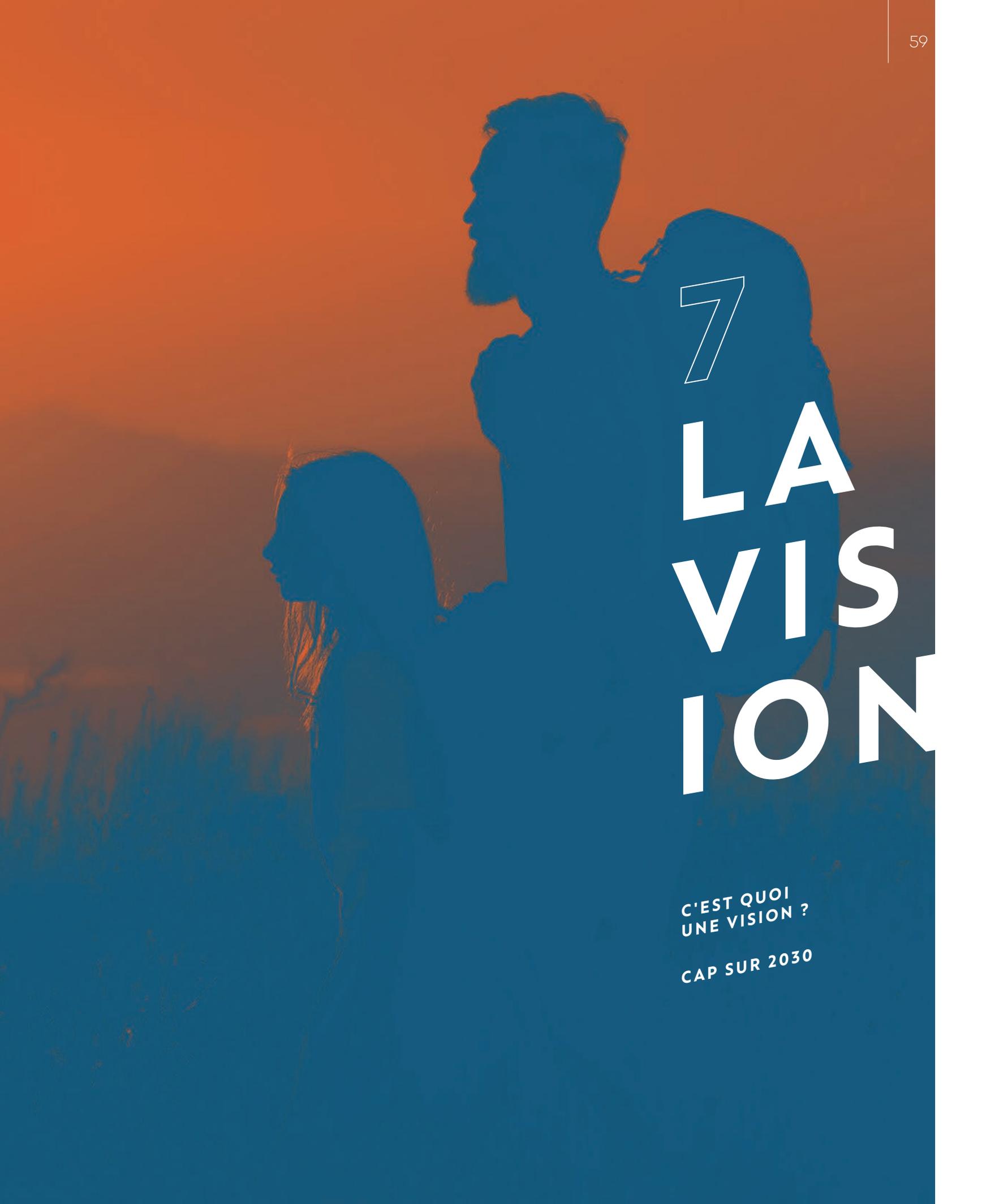
L'amoureux d'aventure, de découverte, et d'adrénaline. Celui ou celle qui n'a pas peur de l'inconnu, qui explore et retrouve toujours son chemin en pleine nature.



→ LE COACH MATE : RENDRE LE SPORT ACCESSIBLE

La force du collectif, il ou elle y croit. C'est ça, sa vraie motivation. Son rôle dans le jeu : faire matcher les individualités pour fédérer une équipe gagnante.



The background of the page features a silhouette of a man and a woman standing in a field, looking out towards the horizon. The scene is set against a warm, orange and red sunset sky. The man is on the right, taller, and the woman is on the left, shorter. Both are facing left. The overall mood is contemplative and forward-looking.

7 LA VISION ION

C'EST QUOI
UNE VISION ?
CAP SUR 2030

UNE VISION, C'EST QUOI ?

Non, rien de mystique ni de magique. Notre vision, **c'est ce qu'on veut faire du sport de demain, la direction que l'on va prendre dans les 10 années à venir.** C'est un travail de projection et d'anticipation. Pour faire simple, c'est se dire que demain commence aujourd'hui.

La vision, c'est un exercice classique pour nous. Initié par Michel Leclercq dès nos débuts, il fait partie de notre ADN. Notre vision, c'est **une direction commune pour l'ensemble des coéquipiers**, un bel exercice de cohésion d'équipe.



« C'est important d'avoir une vision dès lors qu'on devient un groupe. C'est ce qui nous rassemble, c'est ce qui nous unit. »

Michel Leclercq, fondateur de DECATHLON



« La vision est vraiment importante. Elle est là pour anticiper les métiers de demain et pour nous aider à déployer une organisation qui nous permet de rester agiles. »

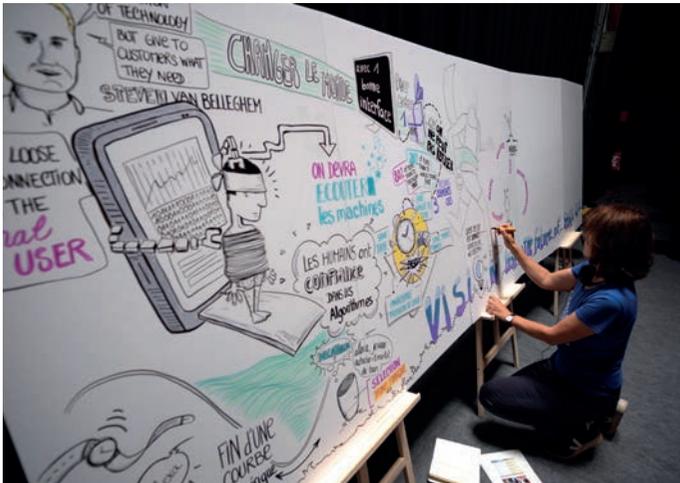
Benoit Poizat, pionnier de DECATHLON, juin 2019

✗ COMMENT ÉCRIT-ON LA VISION ?

Tous et toutes ensemble, tous les **3 à 4 ans**. Les coéquipiers se rassemblent autour de quelques thématiques pour écrire les grands traits de la vision. Puis, on pense aux stratégies les mieux adaptées pour suivre cette vision. **On a un cap à suivre pour les 10 années à venir**. Parfois, la vision n'est pas réalisée et on change de cap, parce qu'on s'adapte au monde qui nous entoure.

✗ VISION 2020 : CAP SUR 2030

2020 : pour la première fois, l'exercice de vision pour 2030 est ouvert à toutes et à tous. Tout le monde a pu prendre part à l'édition de cette année, les DECATHLONIENS, mais aussi les clients, les utilisateurs, les partenaires, etc. Ce travail collaboratif a été facilité grâce à **une plateforme d'intelligence collective**. Notre objectif : connaître les aspirations et les rêves des sportifs.



L'illustratrice met en forme les idées émises pendant la vision 2020.

ENSEMBLE, ON S'EST POSÉ ET ON VOUS A POSÉ PLUSIEURS QUESTIONS :

- « À quoi ressemblera le monde du futur ? »
- « Que souhaitez-vous pour votre famille et vos amis ? »
- « Quel rôle voulez-vous que DECATHLON joue dans le futur auquel vous aspirez ? »

ON A RÉFLÉCHI AUTOUR 3 THÈMES :

- « Future People »
- « Future of Sports People »
- « Future of Living »

ET ON A FIXÉ 5 TARGETS OU OBJECTIFS. DES AMBITIONS QUE L'ON TENTERA D'ATTEINDRE D'ICI 2030 :

TARGET #1 → SANTÉ

Les DECATHLONIENS sont vos partenaires de santé, pour une meilleure qualité de vie. Nous favorisons un mode de vie conscient grâce au sport.

TARGET #2 → TRANSPORTS

Les DECATHLONIENS rendent possible un transport propre et sain.

TARGET #3 → LA VIE LOCALE

Les DECATHLONIENS sont 100 % tournés vers la Vie Locale, et connectés au monde entier.

TARGET #4 → RÉGÉNÉRATIVE

Les DECATHLONIENS aspirent à une croissance responsable qui bénéficie à la fois aux femmes, aux hommes et à la planète, en agissant dans le cadre d'une économie régénérative.

TARGET #5 → INCLUSIF

Les DECATHLONIENS sont complètement inclusifs et ouverts à toutes et tous, nous reflétons la société dont nous voulons faire partie.

PROCHAINE ÉTAPE :

Transformer notre vision en **actions concrètes et locales**.



Découvrez DECATHLON Vision en images



Notre site DECATHLON Vision, c'est par ici !

Le saviez-vous ?

- En 2016, plus de **30 000 personnes** ont contribué à la vision de 2026.
- **La crise sanitaire** nous a contraint à mettre en place plus rapidement certaines actions. La vision 2030 est donc devenue la vision 2021. C'est aussi l'une de nos forces : rebondir en cas de difficultés.

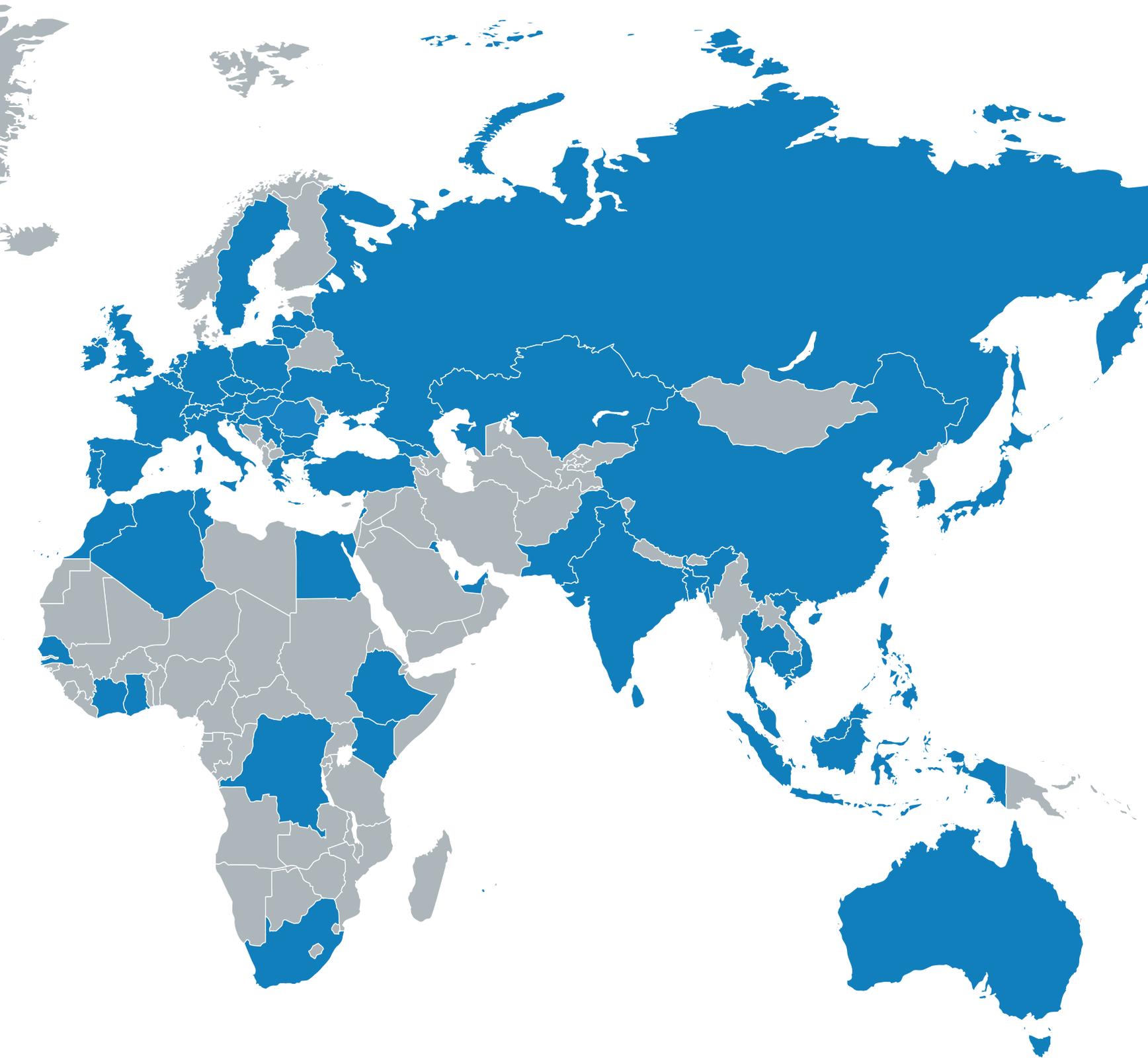


**1715
MAGASINS**

61 PAYS

**103 138
COÉQUIPIERS
SPORTIFS***

*Chiffres estimés selon le déclaratif de chaque pays. Juillet 2021.



LES
COULISSES

-
LES
COULISSES
-

LES
COULISSES

LES
COULISSES

DECATHLON