

DECATHLON

UNE ENTREPRISE EN MOUVEMENT

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

S O M M A I R E

RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

Intro

Les faits marquants

L'infographie chiffrée

RÉTROSPECTIVE FRANCE

Intro

Les faits marquants

Focus sur...

L'infographie chiffrée



DECATHLON

RÉTROSPECTIVE **INTERNATIONALE**

CONTACTS PRESSE DECATHLON UNITED

XAVIER.RIVOIRE@DECATHLON.COM | MATTEO.DENEUX@DECATHLON.COM
ONEBLUETEAM.COM

Decathlon poursuit son évolution. Les chiffres et les résultats de l'entreprise attestent de cette dynamique, en 2019, avec une croissance mondiale de 9 % et un chiffre d'affaires de 12,4 milliards d'euros.

Au regard des performances habituelles, l'année 2018 avait été décevante (+5 % de croissance CA dans le monde, -5 % en France). **En 2019, Decathlon est resté fidèle à sa philosophie** en s'appuyant sur ses femmes, ses hommes, collaborateurs répartis dans 69 pays ; **en continuant d'oser et d'innover**. Certaines erreurs commises ont ainsi été corrigées et la marche en avant a repris. Il reste beaucoup à faire, mais l'horizon s'élargit de nouveau en grand pour Decathlon.

Pour une enseigne qui reste solide sur ses bases hexagonales (+3 % de croissance CA) et ses savoir-faire historiques — la conception et la distribution de produits et services sportifs techniques et abordables —, évolution a souvent rimé avec disruption en 2019. Ainsi, **Decathlon a su allier ses compétences avec celles d'autres acteurs majeurs du sport**, comme avec Alltricks, leader en ligne du running, du cyclisme et des sports de plein air ou encore avec E-Liberty, qui devient Decathlon.ski.

Au sein d'une enseigne qui agit avec détermination pour préserver son aire de jeu, notre planète, 93 000 coéquipiers prennent au quotidien et localement des initiatives qui servent leurs clients sur les cinq continents. Depuis 44 ans et sa naissance à Englos (Nord), en 1976, **Decathlon rend le sport accessible en investissant dans son capital humain, la première de ses richesses, et s'engage pour la préservation du capital naturel.**



RÉTROSPÉCTIVE INTERNATIONALE

LES FAITS MARQUANTS

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

LES FAITS MARQUANTS

En Algérie, une ouverture qui est un succès populaire



C'est le 29 juin 2019 que l'inauguration du premier magasin Decathlon en Algérie s'est tenue. Decathlon était déjà bien connu du public algérien avant l'ouverture mais a pu alors offrir, dès le premier jour de commerce, 14 000 produits référencés répartis dans 55 sports. 60 collaborateurs sportifs locaux ont été recrutés. L'ouverture de ce lieu de vie et de vente a suscité un véritable engouement populaire avec un magasin rempli de clients dès l'ouverture.



En Allemagne : une croissance remarquable



16 nouveaux magasins ont été ouverts outre-Rhin en 2019, ce qui porte à 80 le total de Decathlon allemands, avec 4 600 coéquipiers, et près de 17,5 millions de clients ! Dans huit villes, le service de livraison est désormais assuré le jour même. Un centre de formation « Decathlon Exchange » a aussi été inauguré, ainsi que des entrepôts de logistique entièrement automatisés.



Au Kenya, une notation des clients quasi parfaite



45 000 clients kenyans ont accordé, en 2019, un 4,7 / 5 étoiles au Decathlon de Nairobi. Le magasin est situé dans un centre commercial, à Karen. Il a été ouvert le 17 novembre 2018, il est « cashless » et « mobile payment » uniquement. Le premier collaborateur a été recruté en mars 2018, puis 22 autres l'ont été en octobre de cette année-là (30 coéquipiers à ce jour).



RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

LES FAITS MARQUANTS

En Inde, des collaborateurs heureux



96 % des collaborateurs de Decathlon en Inde ont déclaré être « heureux » d'aller au travail en 2019. Decathlon, en Inde, sera un levier de croissance majeur pour le groupe en même temps qu'un réel acteur de l'emploi dans ce pays, passant de 500 collaborateurs en 2014 à 5 000 l'an passé. L'enseigne s'appuie sur trois piliers intangibles : des collaborateurs, des clients et des partenaires satisfaits. Un effort particulier a été mis sur la production et l'approvisionnement, avec réduction de CO₂, de plastique et préservation de l'eau.



Au Japon, un nouveau magasin bientôt à Tokyo



Le premier magasin nippon de Decathlon, Nishinomiya, entre Kobé et Osaka, a été ouvert en mars 2019. En réalité, l'enseigne est présente sur l'archipel depuis 28 ans, grâce au sourcing mené à Osaka pour Subea, Wedze et B'Twin, etc. Un nouveau magasin Decathlon japonais de 2 500 mètres carrés s'ouvrira à Tokyo en avril, sur le deuxième plus grand marché du sport mondial.



RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

LES FAITS MARQUANTS

Alltricks, leader naturel



En 2019, Alltricks, qui a allié ses forces avec Decathlon, a planté un arbre pour tout vélo vendu en ligne, en partenariat avec l'association Planète Urgence. Avec 34 millions de visiteurs annuels sur Alltricks.com, ce sont 1,2 million de clients qui sont fidèles à ce leader en ligne du running, du cyclisme et de l'outdoor. Alltricks livre des clients dans plus de 70 pays. La barre des 100 000 avis clients soulignant "l'excellence" a été franchie (source: Trustpilot).

Decathlon.ski en toute simplicité



Le 15 novembre 2019 a été officiellement lancé Decathlon.ski, né d'un partenariat entre e-Liberty et Decathlon. Cette plateforme permet à tous les clients français et internationaux Decathlon de simplifier l'achat du forfait de ski, la location d'un équipement et la réservation d'un cours de ski. En trois clics, il est désormais possible d'organiser son séjour aux sports d'hiver, d'où que l'on parte, où que l'on aille....

Les produits textiles en coton plus durable



Dès 2019, Decathlon a franchi le cap de 95% d'utilisation de coton issu de sources plus durables dans ses produits textiles, en pur ou en mélange. Ce pourcentage est le signe d'un haut niveau de maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur, en amont du produit, depuis la conception jusqu'à la confection finale. Deux exemples de cette compétence des fournisseurs de Decathlon et des composants utilisés : le leggings yoga doux femme en coton issu de l'agriculture biologique et le T-shirt homme Sportee 100% coton gris foncé, fait avec du fil recyclé.

DECATHLON

RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

L'INFOGRAPHIE CHIFFRÉE

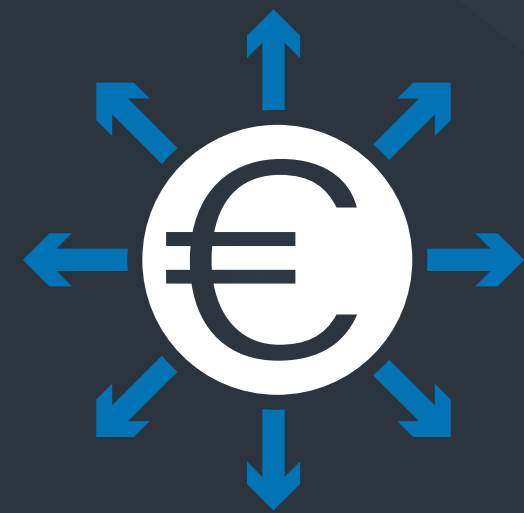
DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019



C.A. MONDE
12,4 MILLIARDS



+9% **CROISSANCE (HT)**
DE DECATHLON UNITED



534 MILLIONS
D'INVESTISSEMENTS



428 MILLIONS
DE TRANSACTIONS

 **+8%**



3 800 000
AVIS CLIENTS DÉPOSÉS
DANS LE MONDE



68% **TAUX**
"D'ENCHANTEMENT"
des clients Decathlon
concernant leur expérience d'achat



PRÉSENT DANS 69 PAYS

└-----○ 57 nations

└-----○ 4 pays

└-----○ 8 contrées

└-----○ Magasins physiques en propre

└-----○ Franchises

└-----○ E-commerce et/ou production



DECATHLON

RÉTROSPECTIVE **FRANCE**

CONTACTS PRESSE DECATHLON FRANCE

PHILIPPE.DOURCY@DECATHLON.COM | MAGDA.WINIAR@DECATHLON.COM
DECATHLON.MEDIA

Plus que jamais, Decathlon France demeure une enseigne et une marque en mouvement. L'année 2019 le prouve avec une croissance retrouvée de +3 % et une progression, à magasins comparables, de +2,3 %.

Mais au-delà des chiffres, il convient de retenir plusieurs faits marquants qui vont naturellement se prolonger en 2020, comme le souligne Arnaud Gauquelin, responsable de Decathlon France.

Innover pour améliorer l'expérience des sportifs

Les produits de nos marques, créés exclusivement par nos équipes de conception, aux prix les plus justes sont un atout indéniable. L'innovation dans les produits et les services constitue notre marque de fabrique, depuis la naissance de Decathlon en 1976.

« En 2019, nous avons développé de nouveaux produits innovants et techniques pour accompagner tous les sportifs : débutants, confirmés et experts.

*Je citerai, par exemple, **Van Rysel** et ses vélos de route assemblés dans notre usine de Lille. Cette nouvelle marque créée dans le Nord par des Decathloniens passionnés est devenue depuis un an le partenaire des cyclosportifs.*

Parmi nos 83 marques en France et à l'international, citons encore **ATORKA** (handball), **KUIKMA** (padel) ou encore **OFFLOAD** (rugby). Notre objectif est d'être le plus pertinent pour satisfaire chaque pratiquant. C'est dans la même logique que nous avons créé dernièrement la marque **FENCIT** pour l'escrime. »*

Expansion et tests

L'expansion n'a pas été en reste en 2019, avec 15 ouvertures de magasins, pour répondre aux besoins des clients et accompagner les sportifs dans leur quotidien.

Nous avons poursuivi nos tests de points de contacts pour renforcer notre proximité avec nos sportifs. Les containers mon **P'tit Decat'** dans les agglomérations de Paris, Bordeaux et Marseille, à la montagne et en bord de mer, les ouvertures au cœur des villes à Reims avec un point de contact de 83 m² avec une promesse de 5 sports (la course à pied, la natation, le fitness, la randonnée et le cycle/déplacement urbain), ou à Nice avenue Jean-Médecin démontrent que Decathlon France veut – plus que jamais – accompagner les sportifs là où ils pratiquent leurs sports.

Agir pour la protection de nos terrains de jeux

« Nous avons accéléré sur la dimension environnementale avec un plan ambitieux de projets pour protéger « nos terrains de jeux ». » Nous visons d'ici 2026 de mettre en place sur 80 magasins des installations photovoltaïques pour couvrir 50 % de nos consommations d'électricité

Concernant le transport, nos accords visent à faire rouler plus de camions au biogaz ou avec du colza par exemple.

Avec « **Decathlon Occasions** » nous voulons devenir un acteur majeur de l'économie circulaire du sport . Comment ? **Les produits générés par les retours des clients et les tests gratuits sont repris, reconditionnés et reproposés en magasin avec une réduction de 10-30 %** (selon l'état du produit) principalement pour le ski et les vélos.

N'oublions pas que Decathlon a créé, il y a plus de 20 ans, **le Trocathlon** (vente de produits sportifs d'occasions) !

Le retour d'une croissance positive en France s'explique par **l'implication, la vitalité, l'autonomie et l'engagement des 23 000 collaborateurs** mais aussi par des choix forts en matière d'offre. En 2019, nous avons pris en compte les attentes de nos clients en poursuivant l'ajustement de notre offre de produits, explique Arnaud Gauquelin. Ce travail d'amélioration de notre offre commerciale se poursuivra en 2020 au travers de partenariats avec d'autres marques internationales en complément de nos produits exclusifs. C'est dans cette démarche d'offrir le meilleur choix dans chaque sport que nous avons acquis la marketplace Alltricks (leader en ligne du running, du cyclisme et de l'outdoor, à lire [ici](#)).

Le développement des services amplifie l'expérience de nos clients et de nos utilisateurs. Notre participation au capital d'E-Liberty à travers notre service *decathlon.ski* (choix de la station, du matériel, réservation des cours... plus d'infos [là](#)) en est l'illustration. La mise à disposition

du Test Produit pour nos clients dans nos 324 magasins est aussi un symbole fort du sens que nous donnons au développement de nouveaux services exclusifs pour faciliter la vie des sportifs ! Dans un monde du commerce en mutation, le rôle de nos vendeurs évolue dans une démarche d'omni-commerce pour accompagner nos clients afin de rendre accessible 100 % de nos 55 000 références depuis leur canapé ou dans nos magasins. **Afin d'enrichir le parcours de nos clients dans nos magasins et points de contacts, l'apport de technologies comme la RFID est essentiel.** Le gain de temps obtenu lors des inventaires et des transactions permet ainsi à nos équipes de se rendre plus disponibles dans leur relation avec nos clients et utilisateurs. »

Ce n'est pas un hasard si le taux de satisfaction des clients en France dépasse 90 % avec à la clef la désignation de Decathlon comme enseigne et entreprise préférées des Français.

Convaincu que la pratique du sport nous rend meilleurs, Decathlon France poursuit deux priorités en 2020 :

- Innover pour améliorer l'expérience des sportifs.
- Agir pour protéger nos terrains de jeux.

* dont 13 marques à l'international comme le padel en Espagne, l'escrime en Italie ou le badminton en Chine ...



DECATHLON

RÉTROSPECTIVE FRANCE

LES FAITS MARQUANTS

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

RÉTROSPECTIVE FRANCE

LES FAITS MARQUANTS

La Mission Handicap fête ses 20 ans



Créée en 1999, la Mission Handicap de Decathlon encourage et facilite l'intégration des travailleurs en situation de handicap. **Tous les postes de l'enseigne sont ouverts avec pour critère primordial, comme pour chaque collaborateur, la passion du sport.** Cette Mission s'articule autour de 4 axes clés : le recrutement, le maintien à l'emploi, la sensibilisation et la collaboration avec le milieu protégé (ESAT, EA).

En 2019, Decathlon compte 750 employés en situation de handicap (7,29 % en logistique / 4,89 % en magasin / 1,4 % dans les services centraux).



Un nouveau format en test : mon P'tit Decat'



Lancé à l'été 2018, mon P'tit Decat est un format à part : **un Decathlon éphémère et modulable qui part à la rencontre de tous les sportifs** directement sur leurs lieux de pratique. C'est **un lieu de partage, de tests et d'initiations mis à la disposition des équipes en local, où ils peuvent découvrir les produits phares de l'enseigne lors d'évènements sportifs.** En 2019, mon P'tit Decat a mis le cap sur plus de 30 destinations : de la plage aux pistes de ski, en passant par le Camping des Flots Bleus, le Salon du Running, ou encore au Stade Matmut Atlantique de Bordeaux..



Van Rysel : les vélos venant du nord



C'est au cœur des Flandres, au Btwin Village de Lille plus précisément, que sont imaginés et assemblés **15 000 vélos Van Rysel par an.** En 2019, la marque crée l'événement en proposant, à ses cyclistes passionnés, **un vélo d'exception vendu en série limitée (30 exemplaires).** Né d'une collaboration avec la marque de renom **Campagnolo, l'ULTRA RCR CF SUPER RECORD 12V EDITION ROSSO est un vélo unique en son genre** de par son design et sa technologie. Un résultat inattendu pour un succès garanti.



RÉTROSPECTIVE FRANCE

LES FAITS MARQUANTS

La location des produits de Trekking



Depuis l'été 2019, la marque Forclaz propose son offre à la location. Plusieurs packs sont disponibles, pour une ou deux personnes, avec des produits essentiels pour la randonnée et le trekking (tente, sac de couchage, réchaud, poche à eau, couverture de survie, chargeur, pour une valeur totale d'environ 800 euros). Le coût moyen d'une location s'élève entre 30 euros (pour une personne) à 49 euros (pour 2 personnes) par jour.

En quelques clics, la commande est passée. Les produits peuvent être retirés dans 3 magasins Decathlon partenaires (Decathlon Villeneuve-d'Ascq, Decathlon Paris La Madeleine ou le Mountain Store de Passy) ou réceptionnés directement chez soi, par colis. En 2020, de nouveaux magasins partenaires seront proposés. Le montagne est désormais à la portée de tous.



Decathlon Occasions : rendre le sport encore plus accessible



La vie du produit ne s'arrête pas à sa première utilisation ou son premier propriétaire. Partant de ce constat, Decathlon lance en 1986 son tout premier Trocathlon. Depuis, cet événement s'est généralisé. En 2019, 870 événements Trocathlon ont été organisés. Afin de pérenniser Decathlon lance en mars 2019, son offre de produits d'occasion : Decathlon Occasions. Désormais, dans la plupart des magasins Decathlon (188, fin décembre), les clients peuvent avoir accès au quotidien à une offre « seconde vie ». En 2019, 12 375 produits ont été vendus et 37 tonnes de CO₂ économisées. Une manière de pratiquer autrement et durablement.

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

Decathlon rejoint le Fashion Pact



C'est en octobre 2019 que l'enseigne rejoint les signataires du Fashion Pact et s'engage pour agir à leurs côtés sur trois enjeux : le climat, la biodiversité et les océans.

« En tant que concepteur et distributeur de produits sportifs, nous avons la responsabilité d'agir sur les objectifs de développement durable (...). Nous avons la volonté de progresser sur les enjeux liés à la biodiversité et à la protection des océans. Nous sommes convaincus que le travail collectif et le partage nous permettront d'accélérer et de construire des solutions durables », explique Isabelle Guyader, en charge du développement durable pour Decathlon.



R É T R O S P E C T I V E F R A N C E

LES FAITS MARQUANTS

100 % de nos produits éco-conçus en 2026

L'éco-conception est une démarche qui consiste à intégrer les aspects environnementaux dès la conception, et ce sur tout le cycle de vie du produit, tout en préservant ses qualités techniques. Comment ? Grâce à des matières plus responsables ou, par exemple, la mise en oeuvre de procédés industriels moins polluants. Aujourd'hui, les produits bénéficiant de cette

démarche représentent une petite partie de l'offre de l'enseigne. **Bien conscient de l'urgence climatique et de sa responsabilité de concepteur, Decathlon souhaite accélérer sur ce sujet et s'est fixé, cette année, l'objectif de proposer dès 2026 100 % de ses produits issus d'une démarche d'éco-conception.**

En parallèle depuis septembre 2019, sur le site Decathlon.fr les clients peuvent découvrir l'ensemble des produits Decathlon éco-conçus, comme le tapis de Yoga en caoutchouc et jute naturels, la table de ping pong Free PPT 100 small indoor de Pongori ou encore la chaussure NH500 de Quechua.



La NH500 de Quechua : une chaussure de randonnée à base de matériaux recyclés

Créée à partir d'un nouveau procédé de production, inédit au sein de l'enseigne, cette chaussure de randonnée éco-conçue mêle adhérence, maintien et confort.

- > L'avant et le haut de la chaussure, les lacets et les passants, la doublure de la languette et du col : 100 % polyester recyclé.
- > Semelle intérieure : 85 % de mousse en polyuréthane recyclé.
- > Semelle extérieure : 30 % caoutchouc recyclé.

DÉCOUVREZ
LA NH500 EN 1 CLIC

Decathlon : enseigne et entreprise préférée des français



À la fin de l'année 2019, Decathlon a eu le privilège d'être, une nouvelle fois, élue **entreprise préférée des Français** suite aux résultats du sondage réalisé par l'IFOP pour Eight Advisory ainsi qu'**enseigne préférée des Français** par l'étude du Cabinet C&C. Les 23 000 collaborateurs de l'enseigne demeurent touchés par la confiance et la fidélité que le grand public leur renouvelle. Decathlon continue de s'inscrire dans cette dynamique pour 2020.

RÉTROSPECTIVE INTERNATIONALE

LES FAITS MARQUANTS

Les ateliers



Développer pour nos clients, des **solutions d'entretien**, de **réparation** et de **personnalisation**, favorisant une **expérience sportive** durable telle est la promesse quotidienne des ateliers Decathlon. Avec 800 techniciens répartis dans 10 ateliers régionaux et 300 magasins, les ateliers ont réalisé en 2019 un taux de réparation de 84 % pour l'ensemble des produits réparables. Ils recueillent la note avis utilisateurs de 4,47/5!



Testez avant d'acheter



Decathlon innove en proposant à ses clients de **tester gratuitement** les produits avant de les acheter s'ils sont convaincus par l'essai. Cette stratégie unique dans le monde du sport renforce le lien de confiance avec tous les sportifs. En 2019, 76 000 produits ont été testés en France et **7 clients sur 10 ont acheté le produit testé**. Le tennis, le cycle, le run, le paddle, le kayak et le golf figurent parmi les sports les plus testés.





RÉTROSPÉCTIVE FRANCE

FOCUS SUR...

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

RÉTROSPÉCTIVE FRANCE
FOCUS SUR LE PRODUIT
VAINQUEUR DES IAD

Avec plus de 5 500 votes, le **Kayak Rigide Gonflable** d'ITIWIT remporte la 1^{ère} place des Innovation Award Decathlon 2019 !

L'idée de départ ? Concevoir un kayak gonflable performant que l'on peut emmener partout grâce à son sac à dos : la liberté et le rêve du kayakiste ! Pour en arriver là, 30 mois d'études et de développement, 7 prototypes — qu'on appelle chez Decathlon des « monstres » — ont été nécessaires. Le challenge principal : apporter de la rigidité, de la performance à un kayak gonflable. Et c'est donc la découpe et l'assemblage uniques des matériaux utilisés qui ont été brevetés.

#IAD2019

DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

RÉTROSPECTIVE FRANCE

LE TOP 5 DES SPORTS EN SUPER FORME EN 2019



Pilates

Tapis de sol 100



Montagne Hiking

Chaussure MH500
imperméable



Fitness

Bike 500



Trekking

Sac à dos
Forclaz Trek 900



Natation

Lunettes Spirit

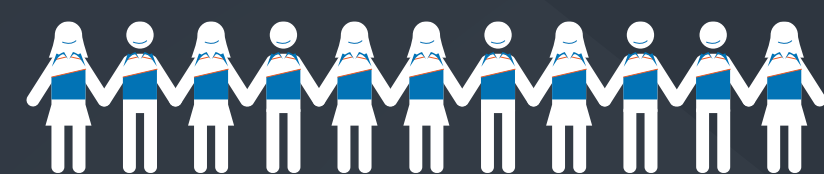
DECATHLON

RÉTROSPECTIVE FRANCE

L'INFOGRAPHIE CHIFFRÉE

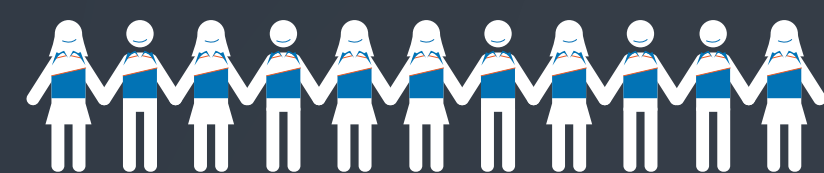
DOSSIER DE PRESSE
RÉSULTATS 2019

RÉTROSPECTIVE FRANCE



23 000

COLLABORATEURS



11%
logistique

64%
retail

22%
sports
et services

3%
autres

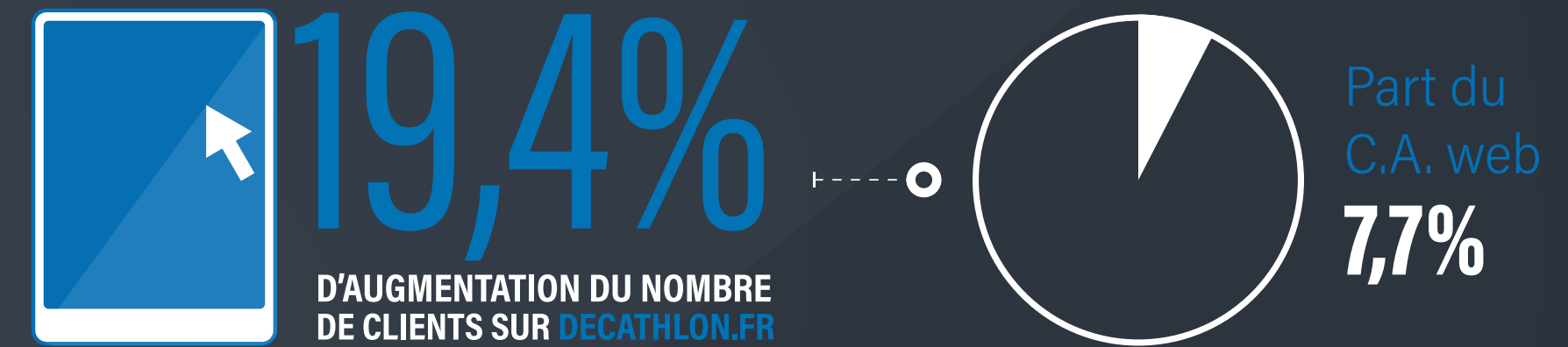
19 442

CDI

93%

DE COLLABORATEURS HEUREUX

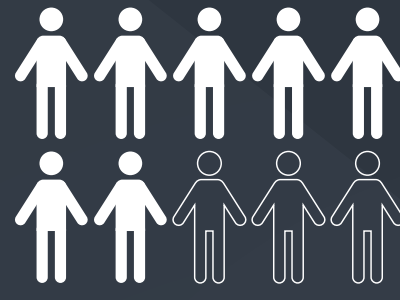
+ 4 POINTS PAR RAPPORT À 2018. SOURCE : DTNB 2019





76 500

PRODUITS TESTÉS EN 2019



7 clients sur 10
ont acheté le produit testé



1 500 000

AVIS CLIENTS DÉPOSÉS

SOIT 1 AVIS TOUTES LES 20 SECONDES



91,2%

CLIENTS SATISFAITS

AU GLOBAL

DECATHLON COACH



1 300 000 téléchargements

+ de 500 000 utilisateurs



56%



44%



1,15 MILLION

DE PRODUITS ONT ÉTÉ ENTRETENUS
OU RÉPARÉS PAR NOTRE SERVICE APRÈS-VENTE



15 000

ÉVÉNEMENTS ET INITIATIONS
SPORTIVES PROPOSÉES
VIA **DECATHLON ACTIVITIES**



240

ÉVÉNEMENTS ÉCO-RESPONSABLES
ORGANISÉS EN MAGASINS,
ENTREPÔTS ET SITES DE MARQUES

137 **VITALSPORT**
DECATHLON

- 608 000 visiteurs
- 2 800 clubs partenaires



32 SITES HQE

4 entrepôts CAC (dont 2 en propres)

10 entrepôts CAR

8 sites de marques



324 MAGASINS



15 ouvertures



5 magasins Decathlon
Lyon Confluence, Evry...

8 Decathlon Essentiel
Royan, Granville...

2 Decathlon City
Paris Batignolles, Nice



3 relocalisations



Decathlon
Vélizy

Decathlon City
Chamonix



5 fermetures



Decathlon Paris
Porte de Châtillon

Decathlon City
rue du Commerce

...



CONTACTS PRESSE DECATHLON UNITED
XAVIER.RIVOIRE@DECATHLON.COM | MATTEO.DENEUX@DECATHLON.COM
ONEBLUETEAM.COM

CONTACTS PRESSE DECATHLON FRANCE
PHILIPPE.DOURCY@DECATHLON.COM | MAGDA.WINIAR@DECATHLON.COM
DECATHLON.MEDIA