

## Persbericht

4 april 2024

### DE PRESTATIES VAN DE DECATHLON GROEP IN 2023

2023 was voor Decathlon een jaar dat in het kader stond van transformatie. Gedurende dit jaar is een sterke basis gelegd voor de toekomst. Decathlon heeft robuuste economische prestaties neergezet en heeft grote stappen gezet op vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit ondanks mondiale onzekerheden als gevolg van de aanhoudend hoge inflatie, die een vertraging van de consumentenbestedingen en geopolitieke spanningen veroorzaakte.

**Barbara Martin Coppola, CEO van Decathlon United:** *“In 2023 opereerden bedrijven over de hele wereld onder ongekende omstandigheden. Bij Decathlon hebben we ervoor gekozen dit moment te gebruiken om te handelen en te transformeren. We hebben veel fundamenten gelegd voor de toekomst en ik ben blij met het resultaat dat we hebben bereikt. Dit is een bewijs van de toewijding en inzet van onze teams. Ik ben erg trots op de sterke reductie van onze CO<sub>2</sub>-uitstoot, terwijl de omzetgroei behouden blijft. Dit is een absolute prioriteit voor Decathlon. In 2024 zijn we, met onze nieuwe ambitie en ons nieuw gelanceerde merk, gestart met opbouwen van gelukkigere en gezondere samenlevingen, in lijn met onze missie “Move people through the wonders of sport”.”*

### ECONOMISCH

In 2023 zette Decathlon haar groei voort, waarbij de omzet met 4,4% steeg ten opzichte van 2022 bij een constante wisselkoers. Gecorrigeerd voor ongunstige wisselkoersen en de impact van de sluiting van de commerciële activiteiten van Decathlon in Rusland, steeg de omzet met 1,15% naar 15,6 miljard euro.

De digitale omzet was goed voor 17,4% van de omzet van de Groep (+0,7 punt ten opzichte van 2022).

Het nettoresultaat van de Decathlon Groep bedroeg 931 miljoen euro.

### DUURZAAM ONDERNEMEN

Decathlon werkt samen met haar industriële partners om processen koolstofvrij te maken en de weg vrij te maken voor nieuwe bedrijfsmodellen gebaseerd op principes van de circulaire economie waarbij een langere productlevenscyclus centraal staat. Over het hele productassortiment verlengt Decathlon de levensduur van producten en stelt het klanten in staat hun producten te hergebruiken, repareren en recyclen.

De Decathlon Groep heeft een decarbonisatietraject opgebouwd op basis van het Klimaatakkoord van Parijs en in lijn met de Net Zero-norm. Decathlon's doelstellingen voor het koolstofarm maken zijn (scope 1, 2 en 3):

- 20% reductie van de absolute CO<sub>2</sub>-uitstoot in 2026 (ten opzichte van 2021).
- 42% reductie van de absolute CO<sub>2</sub>-uitstoot in 2030 (ten opzichte van 2021).

- Net Zero: Decathlon committeert zich ertoe om in 2050 een netto-nuluitstoot van broeikasgassen in de hele keten te bereiken (voor meer informatie, zie [hier](#)).

Voor het tweede jaar op rij verminderde Decathlon haar absolute CO<sub>2</sub>-uitstoot (scope 1, 2 & 3) met een scherpe -10%, vergeleken met -2% in 2022. Bovendien werd 39% van de verkochte producten gemaakt volgens de ecodesign-aanpak (vergeleken met 23% in 2022) (zie [hier](#) meer info over de ecodesign-aanpak).

In 2024 was de circulaire omzet goed voor 420 miljoen euro, een sterke stijging van 27% ten opzichte van 2022.

## PEOPLE

Diversiteit, gelijkheid en inclusie vormen de kern van Decathlon. Decathlon streeft ernaar een cultuur op te bouwen met een diep gevoel van connectie en verbondenheid, wat leidt tot innovatie en prestaties op alle niveaus.

In 2023 was 93% van de Decathlon medewerkers trots om voor het bedrijf te werken.

Via haar retail- en productieactiviteiten is Decathlon wereldwijd aanwezig in 78 landen en heeft het een personeelsbestand van bijna 101.000 medewerkers, die 86 nationaliteiten vertegenwoordigen.

Decathlon bouwt en versterkt community's zoals vrouwen in leiderschap en bijbehorende programma's, en smeedt externe partnerschappen met DEI-experts. In 2023 ontving Decathlon verschillende branche-erkenningen, waaronder een 10e plaats in de categorie "Retail & Wholesale" van Forbes voor 's werelds "Beste werkgever voor vrouwen".

## KERNCIJFERS\*

(31 december 2023)

ECONOMISCH	
Netto omzet	15.6 miljard euro
Netto resultaat	931 miljard euro
Aandeel online omzet ( <i>e-commerce, gekoppelde bestellingen in winkels, externe Marketplace</i> )	17.4%
Wereldwijde aanwezigheid	78 landen
Aantal winkels	1,749
Aantal verkochte producten	1.19 miljard

DUURZAAM ONDERNEMEN	
Absolute CO <sub>2</sub> -uitstoot	-10%
Circulaire verkoop	420 miljoen euro
Aantal verkochte Second Life-producten	1.02 miljoen
Aantal landen met een Second Life-aanbod	43
Aantal reparatiewerkplaatsen	1,712
Aantal gerepareerde producten	2.78 miljoen
Aantal bewustmakingsacties rond duurzame ontwikkeling	1,420
Aantal mensen dat betrokken is bij evenementen die verband houden met duurzame ontwikkeling	95,000
% van de verbruikte elektriciteit uit hernieuwbare bronnen	86.2%

PEOPLE	
Aantal medewerkers	101,000
Verhouding man/vrouw bij medewerkers	46.1% vrouw - 53.9% man
Aantal nationaliteiten	86
% medewerkers dat trots is om bij Decathlon te werken	93%
Aantal medewerkers die aandelen hebben in de Decathlon Groep	56,119

% medewerkers dat aandelen heeft in de Decathlon Groep	56%
Aantal nieuwe projecten ondersteund door de Decathlon Foundation	118
Aantal mensen dat profiteert van de projecten die worden ondersteund door de Decathlon Foundation	45,000
Aantal landen met nieuwe projecten ondersteund door de Decathlon Foundation	22

*\*Niet-financiële cijfers worden gecontroleerd en zullen worden gepresenteerd in de "Non-Financial Reporting Declaration" van Decathlon.*

## **2024 - DECATHLON ONTHULT HAAR NIEUWE AMBITIE, STRATEGIE EN MERK**

In maart 2024 onthulde Decathlon aan de wereld haar nieuwe doel: "Move people through the wonders of sport". De strategie achter deze gedurfde nieuwe ambitie is middels innovatie en met duurzaamheid hoog in het vaandel sport voor iedereen toegankelijk te maken.

Verankerd aan dit doel omvat de ambitieuze mondiale strategie een verbeterde en meeslepende klantervaring, een sterke toewijding aan duurzaamheid en een algehele modernisering van het bedrijf.

Als onderdeel van deze evolutie onthulde de Decathlon Groep ook haar nieuwe merk, dat een dynamische en toekomstgerichte identiteit omvat, en een logo introduceert.

[Hier](#) lees je meer over Decathlon's nieuwe ambitie en merkidentiteit.