

Analiză Decathlon: bicicletele, încălțăminte sport și articolele pentru înot, cele mai căutate produse sportive în acest an

- Cererea pentru trotinete electrice a crescut de patru ori față de anul trecut
- Românii au cumpărat, în medie, peste 270 de perechi de încălțăminte pentru drumeție pe zi
- Padelul câștigă rapid teren în rândul românilor

București, 22 decembrie 2025 – Potrivit Decathlon România, brand global multi-specializat de articole sportive, într-un an marcat de inflație și prudență în consum, românii au continuat să investească în echipamente pentru mișcare, în special pe segmentul de mobilitate. Bicicletele, încălțăminte sport și articolele pentru înot s-au numărat printre cele mai cumpărate produse sportive, iar categoria de mobilitate (biciclete și trotinete) a înregistrat o evoluție peste media grupului la nivel european. Astfel, ciclismul s-a remarcat drept sportul cu cea mai bună dinamică din portofoliul companiei.

Totodată, trotinetele electrice au fost categoria cu cea mai accelerată creștere, volumele vândute fiind de patru ori mai mari față de 2024. Această evoluție a fost susținută de diversificarea ofertei cu branduri internaționale și modele proprii, o tendință ce va continua în anii viitori. În paralel, vânzările de căști de protecție au înregistrat o creștere de două cifre, semnalând o maturizare a pieței și o atenție tot mai mare acordată siguranței în rândul consumatorilor.

La nivel de produse individuale, încălțăminte de drumeție a fost cel mai bine vândut articol din portofoliu, cu peste 100.000 de unități comercializate în 2025. Aceasta este urmată de aquashoes, cu peste 70.000 de unități, și de ochelarii de înot, care au depășit 40.000 de bucăți vândute.

„Datele din acest an confirmă că tot mai mulți români aleg mișcarea, indiferent dacă vorbim despre sport de masă sau de performanță. Rolul nostru este să susținem acest interes prin produse accesibile, dar și prin investiții în zonele dedicate performanței. În 2026, intrăm într-o nouă etapă de dezvoltare, care vizează investiții în magazine moderne, amplasate în zone de proximitate și în centre comerciale cu trafic ridicat, cu focus pe orașele mari și, în mod special, pe București.”, a declarat Răzvan Benchea, Director Comercial Decathlon România.



Ce articole sportive au mai cumpărat românii de-a lungul anului

În 2025, cea mai bună performanță din categoria alergării a fost înregistrată de încălțăminte tehnică destinată practicii de performanță. Evoluția este rezultatul investițiilor realizate de Decathlon prin deschiderea a trei zone premium Pro Shop, dedicate performanței, implicarea în evenimente sportive majore și parteneriatul recent încheiat cu atletul Marius Ionescu.

Sezonul estival a fost dominat de produsele cu protecție UV, în special cele destinate copiilor și bebelușilor. Segmentul de produse cu UPF pentru copii s-a dovedit cel mai dinamic din categorie, cu tricouri anti-UV disponibile chiar de la 24.99 lei. Pentru bebeluși, cele mai solicitate articole au fost pălăriile și combinezoanele anti-UV, iar pentru copiii mai mari, tricourile și costumele cu mâneci lungi, confirmând un interes crescut al părinților pentru prevenție și protecție solară.

Bicicletele pentru copii, în special cele destinate segmentului de vârstă 6–12 ani, au înregistrat creșteri de două cifre în 2025. De asemenea, în perioada campaniei Back to School, fotbalul, înotul și baschetul s-au numărat printre sporturile pentru care părinții au achiziționat cel mai frecvent echipamente sportive.

Noile trenduri în sport: padel, trail running și e-MTB

Interesul consumatorilor români se îndreaptă tot mai mult către sporturi emergente, precum padel, un sport de rachetă care îmbină elemente din tenis și squash, jucat pe teren mai mic, înconjurat de pereți de sticlă. Aflat într-o fază accelerată de adopție, padelul cunoaște o creștere importantă a infrastructurii în orașe precum București, Constanța, Iași și Cluj.

În paralel, ciclismul de șosea traversează o revitalizare puternică, alimentată de evenimente majore precum L'Étape by Tour de France, unde Decathlon a fost partener și sponsor oficial în ultimii doi ani. Alte sporturi cu creștere constantă sunt trail running, ciclismul e-MTB și pickleball, un sport care îmbină elemente din tenisul de masă, de câmp și badminton.



Despre Decathlon

Decathlon, brand global multi-specializat de articole sportive, unul dintre cele mai mari din lume, deține în momentul de față 31 de magazine la nivel național, la care se adaugă platforma online și aplicația Decathlon, fiind prezent pe piața de retail sportiv din România încă din 2009, cu aproximativ 1.600 de coechipieri în 2024.

Decathlon oferă iubitorilor de sport articole și echipamente pentru mai mult de 80 de sporturi, conform celor mai înalte standarde de calitate și inovație în domeniu, păstrând în permanență obiectivul strategic de a pune oamenii în mișcare prin minunile sportului (Move people through the wonders of sport) și facilitând aceasta prin oferirea unui raport calitate - preț foarte bun.

Magazinele includ produse aparținând mărcilor proprii, precum: Quechua, Rockrider, Van Rysel, Domyos, Tribord, Kiprun, Solognac etc, dar și altor mărci internaționale, adresându-se atât începătorilor, cât și sportivilor de nivel avansat sau profesionist.



Decathlon colaborează cu mai mulți producători industriali, fabricând astfel chiar în România produse marcă proprie pentru drumeții montane, trekking și escaladă (încălțăminte), dar și pentru ciclism (articole textile și biciclete pentru adulți și copii), vândute în întreaga Europă cu eticheta „Fabricat în România”.