

Decathlon România: Programele de wellbeing pentru angajați accelerează vânzările corporate de articole sportive

- *Decathlon România estimează că vânzările corporate vor reprezenta peste 10% din cifra de afaceri până în 2030*

București, 19 ianuarie 2026 – Potrivit Decathlon România, brand global multi-specializat de articole sportive, într-un context în care tot mai multe organizații investesc strategic în beneficiile pentru angajați, sănătate și mișcare, segmentul corporat (B2B) înregistrează o creștere susținută, alimentată de orientarea companiilor către programe de wellbeing și inițiative care încurajează un stil de viață activ.

De la lansarea proiectelor B2B, în urmă cu aproximativ patru ani, evoluția vânzărilor corporate a fost constant pozitivă, cu creșteri anuale formate din două cifre, pe fondul interesului tot mai mare al companiilor pentru bunăstarea angajaților, dar și al direcțiilor europene care promovează sportul și mișcarea la toate vârstele. În acest context, viziunea Decathlon România pentru 2030 este ca vânzările corporate să depășească 10% din cifra de afaceri a companiei la nivel local.

„Vedem tot mai clar că sportul și wellbeing-ul angajaților nu mai sunt beneficii opționale, ci investiții strategice pentru companii. Organizațiile care aleg să investească în sănătate, mișcare și programe active pentru angajați obțin rezultate concrete, inclusiv în performanța de business. Creșterea accelerată a segmentului corporat confirmă această schimbare de mentalitate, iar pentru Decathlon România este un semnal clar că sportul devine parte din strategia de dezvoltare a companiilor”, a declarat Bogdan Dorobant, Director B2B Decathlon.

Cererea pentru soluții B2B vine dintr-o paletă largă de industrii și organizații, reflectând versatilitatea produselor Decathlon și multiplele situații de utilizare:

- companii private din sectoare precum industrial, construcții, IT, marketing, retail sau revânzare,
- instituții publice (primării, consilii județene),
- instituții de învățământ (școli, licee, universități),
- cluburi sportive și ONG-uri.

În cazul companiilor private, achizițiile B2B sunt orientate în principal către programe de wellbeing pentru angajați, dotarea spațiilor interne de sport sau campanii de marketing și loializare, în care produsele sportive sunt oferite drept premii sau beneficii. Instituțiile publice și de învățământ utilizează aceste achiziții pentru dotarea unităților școlare cu echipamente sportive, în timp ce cluburile sportive investesc în îmbunătățirea bazei materiale și echiparea sportivilor.



Cele mai solicitate categorii de produse în segmentul B2B

Segmentul corporate nu impune bariere rigide, achizițiile variind de la comenzi recurente pentru activitatea curentă a unei organizații, până la proiecte punctuale. Totuși, topul categoriilor de produse comandate include: articole de îmbrăcăminte și încălțăminte sport, produse și accesorii pentru petrecerea timpului în aer liber, articole pentru sporturi colective și produse pentru mobilitate urbană.

Printre cele mai frecvente achiziții se numără rucsacuri, mingi pentru fotbal, handbal, baschet și volei, treninguri, jachete și încălțăminte de iarnă, tricouri și șorturi, mese de tenis și panouri de baschet.

Proiecte-reper în 2025: de la wellbeing intern la impact în comunitate

Anul 2025 a fost marcat de o serie de colaborări B2B cu impact major, care ilustrează diversitatea proiectelor dezvoltate de Decathlon România:

- **Wellbeing pentru angajați** – dotarea unei săli de sport interne pentru Auchan, destinată activităților sportive și programelor de sănătate pentru echipele companiei.
- **Sport pentru copii și tineri** – implicarea Decathlon România în proiectul Liga Punctelor PENNY, derulat alături de PENNY și Federația Română de Fotbal, prin furnizarea și personalizarea echipamentelor sportive pentru cluburi de fotbal de copii și juniori din întreaga țară. Pentru Decathlon, această colaborare s-a tradus prin peste **500 de comenzi unice** procesate și **peste 55.000** de produse personalizate livrate.
- **Mișcare în spațiul public** – dotarea comunității din Constanța cu 50 de plăci de Stand Up Paddle, puse gratuit la dispoziția publicului printr-un program de inițiere și mișcare de masă, în parteneriat cu organizații locale de profil.
- **Sport în școli** – achiziția de mese de tenis de exterior în municipiul Cluj-Napoca, utilizate în special pentru dotarea curților școlare; în perioada 2023–2025 au fost achiziționate **peste 140 de mese de tenis**, ca parte a acestui demers.

Prin dezvoltarea segmentului B2B, Decathlon România își consolidează rolul de partener strategic pentru companii și instituții care înțeleg că investițiile în sport, mișcare și wellbeing au un impact direct asupra satisfacției angajaților, culturii organizaționale și performanței pe termen lung.

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 2025.

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”.