

## **Decathlon: vânzările de încălțăminte tehnică de alergare au înregistrat o creștere de două cifre în 2025**

- *Alergarea se situează pe locul 2 în topul celor mai practicate activități sportive, în mediul urban*
- *Dezvoltarea comunităților de alergare, principala tendință în rândul practicantilor*

**București, 18 februarie 2026 – Conform Decathlon, brand global multi-specializat de articole sportive, gama de încălțăminte tehnică pentru alergare a devenit una dintre cele mai dinamice categorii, cu o evoluție double digit în 2025 față de anul anterior. Datele recente de piață arată că alergarea este al doilea cel mai practicat sport din România, după fitness și aerobic, cu o dezvoltare accelerată a comunităților din jurul său.**

Studiile publice de specialitate arată că alergarea s-a impus ca unul dintre cele mai practicate sporturi în mediul urban activ din România: 22% dintre români declară că alegă, plasând acest sport imediat după fitness și aerobic (28%) și înaintea altor discipline consacrate precum fotbalul (18%), ciclismul (14%) sau înotul (8%)<sup>1</sup>. Profilul alergătorului român s-a diversificat semnificativ: de la alergători recreaționali care caută mișcare și socializare, până la sportivi orientați spre performanță, trail running sau competiții internaționale.

*„Ne dorim să fim alături de toți cei care găsesc pasiune în alergare, indiferent de nivelul la care se află. Investim constant în inovație și dezvoltăm modele care îmbină performanța cu confortul, iar gama noastră proprie, KIPRUN, reflectă această direcție, prin soluții tehnice adaptate atât antrenamentelor zilnice, cât și competițiilor.”* a declarat Marius Ivaniciuc, Director Sport Alergare, Decathlon România.

Una dintre principalele tendințe din rândul alergătorilor este dezvoltarea comunităților de alergare, sportul devenind astfel o formă de socializare urbană. Inițiative precum Sunday Run powered by Decathlon, desfășurate săptămânal în București, reunesc alergători de toate nivelurile – de la începători la sportivi experimentați – într-un cadru deschis, fără presiunea performanței. Sesiunile de alergare sunt conduse de Marius Ionescu, atlet cu două participări olimpice (2012, 2016), devenit în 2025 ambasador KIPRUN, marcă proprie Decathlon.

În acest context, Decathlon continuă să investească în zona de alergare și să răspundă nevoilor practicantilor prin 3 zone premium Pro Shop dedicate performanței, implicarea în evenimente sportive majore și extinderea gamei de produse accesibile sub brandul propriu KIPRUN.

**Decathlon extinde gama KIPRUN și lansează modelul KIPRIDE MAX**

---

<sup>1</sup> Sursă: CIPRA Studies 2024-2025, Reveal Marketing Research, and event statistics



Prin KIPRUN, brandul expert de alergare și trail al DECATHLON, lansat în 2008 și prezent în 70 de țări, retailerul oferă alergătorilor sute de produse – de la încălțăminte la articole de îmbrăcăminte și accesorii pentru alergători. Până la finalul acestui an, marca pasiune va îngloba 38 de modele.

Printre cele mai recente noutăți în gamă se numără modelul KIPRIDE MAX, testată chiar de ambasadorul Decathlon al acestui sport, atletul Marius Ionescu, o încălțăminte gândită pentru alergări zilnice și concepută pentru a oferi cea mai confortabilă experiență de alergare creată vreodată de brand. Cu o talpă intermediară ultra-moale, o parte superioară premium și o senzație de lejeritate plină de energie, KIPRIDE MAX stabilește un nou standard în segmentul de alergare „maximum comfort”, integrând cele mai avansate tehnologii de confort în crearea componentelor.

### **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”.