

Decathlon marchează 50 de ani la nivel global, din care 17 ani pe piața locală: business-ul din România este susținut de o echipă de 1.600 de angajați

- *La nivel global, retailerul operează peste 1.900 de magazine în 50 de țări și are peste 100.000 de angajați*
- *România joacă un rol industrial strategic pentru grup: echipamentele cu eticheta „Fabricat în România” sunt exportate la nivel european*
- *Brandul sportiv lansează o colecție aniversară cu estetică retro, inspirată din produse emblematice care au definit istoria Decathlon*

București, 20 iulie 2026 – Decathlon, brand global multi-specializat de articole sportive, marchează o jumătate de secol de activitate la nivel mondial și 17 ani de prezență pe piața din România, reafirmându-și misiunea de a face sportul accesibil cât mai multor oameni. De la un singur magazin deschis în Franța în 1976, modelul de business al companiei s-a extins la scară globală, operând astăzi o rețea ce depășește în toata lumea 1.900 de unități comerciale și o echipă de peste 100.000 de coechipieri.

Pe piața locală, unde a intrat în anul 2009 prin deschiderea magazinului din cartierul Militari (București), Decathlon a consolidat o rețea națională formată din 32 de magazine (în 27 de orașe din țara), o platformă e-commerce și o aplicație dedicată. Business-ul local este susținut de o echipă de aproximativ 1.600 de angajați, poziționând compania drept liderul retailului sportiv din România, cu un portofoliu de produse și servicii ce acoperă peste 80 de practici sportive.

Din punct de vedere macroeconomic și industrial, România joacă un rol strategic pentru grupul francez. Decathlon colaborează activ cu producători industriali locali, fabricând pe piața autohtonă articole din segmentele de ciclism (textile și biciclete pentru adulți și copii), precum și încălțăminte pentru drumeții montane, trekking și escaladă. În ultimele două decenii, peste 50 de milioane de produse fabricate în România au ajuns la clienți din întreaga lume, dintre care peste 10 milioane sunt biciclete. Aceste produse sunt distribuite în întreaga rețea europeană a grupului sub eticheta „Fabricat în România”.

„Pentru Decathlon, cei 50 de ani la nivel global, dintre care 17 ani de prezență în România reflectă aceeași misiune: aceea de a aduce oamenii împreună prin sport și a face starea de bine (wellbeing) accesibilă astfel tuturor. Suntem mândri că am contribuit la democratizarea practicării sportului pe piața locală și că le oferim românilor produse, servicii și experiențe pentru zeci de sporturi. Credem cu tărie că accesibilitatea este doar primul pas; scopul nostru final este să transformăm societatea prin cultivarea unor obiceiuri bune și sănătoase pe termen lung. Vedem tot mai mult interes pentru mișcare ca parte dintr-o viață echilibrată, de la mers pe jos și fitness, până la alergare, ciclism și activități în aer liber. De aceea, continuăm



*să aducem sportul mai aproape de oameni, prin soluții accesibile, magazine fizice, servicii dedicate și o ofertă extinsă online”, a declarat **Borja Sanchez, CEO Decathlon România.***

Global, brandul a înregistrat 743 de familii de brevete, iar 1.700 de angajați sunt dedicați dezvoltării de produse. Aceasta include 18 centre de design la nivel mondial, 80 de sporturi acoperite în procesul de proiectare și 35 de procese industriale.

Producția și aprovizionarea se desfășoară în 27 de zone geografice, inclusiv China și India. Serviciul de reparații dispune de 3.841 de tehnicieni în 1.746 de ateliere din întreaga lume, iar un program „a doua șansă” (*second-life*) este activ din 2018 și acoperă 150 de tipuri de produse. De altfel, programele BUYBACK și RESIGILATE, dedicate produselor recondiționate la prețuri reduse, completează experiența de cumpărături și pentru clienții din România.

În toți acești ani au fost stabilite peste 300 de parteneriate cu sportivi, federații și organizații, inclusiv pentru Jocurile Olimpice de la Paris 2024, unde au fost echipați 45.000 de voluntari. În 2025, Decathlon a devenit proprietarul unei echipe profesionale de ciclism (Decathlon CMA CGM Team).

Decathlon lansează o colecție capsulă inspirată din primele sale echipamente sportive

Pentru a celebra 50 de ani de aventuri trăite împreună, Decathlon readuce în prim-plan produsele emblematice care au cucerit imaginația pasionaților de sport încă din 1976. Lansarea colecției **YESTALGIA**, linie inspirată din estetica anilor '70, '80 și '90, celebrează epoca în care sportul a cucerit străzile, devenind forma supremă de exprimare a sinelui - o întoarcere curajoasă la rădăcinile brandului, ce transformă moștenirea Decathlon într-un manifest al libertății creative.

De la designul legendar al bicicletei de munte Cap Nord din 1992, până la polarul Quechua în blocuri de culoare în stilul anilor '80, colecția Yestalgia reînvie o estetică vintage îndrăznească. Susținute de imagini ale designurilor originale, aceste produse reeditate transformă piesele clasice din moștenirea brandului în noi elemente esențiale de lifestyle, o reeditare ce consolidează evoluția stilistică a brandului, care își explorează propria garderobă nu doar pentru a celebra trecutul, ci și pentru a inventa viitorul sportului.

Printre produsele reeditate din arhivele istorice ale grupului se numără bicicleta Cap Nord celebrată azi prin modelul cu aspect retro New EXPL 100, dar și hanoracul din fleece Quechua cu design în culori contrastante (disponibil din septembrie) sau skateboardul Yamba 500, o versiune actualizată a primului skateboard lansat de Decathlon în anii '70, cu plăci tehnice din arțar canadian pentru riderii experimentați, alături de echipamente și sepci asortate.

De-a lungul timpului, modelul de business al Decathlon a fost susținut și de dezvoltarea unor produse proprii care au răspuns direct nevoilor practice ale consumatorilor, unele devenind



repere de utilitate în piață. Două dintre cele mai cunoscute exemple concepute în centrele de design ale grupului sunt cortul *2 Seconds*, care a simplificat experiența de camping prin structura cu montare rapidă, și masca de snorkeling *Easybreath*, un design care a integrat vizorul și tubul de respirație pentru a permite utilizatorilor să respire normal pe nas și pe gură sub apă, rezultatul a 7 ani de studii și design (În 2020, 30 000 de masti Easybreath au fost donate de Decathlon stemului de sănătate și adaptate ca masti de oxigen în lupta împotriva Covid-19).

Fondat în 1976 de Michel Leclercq, în nordul Franței, Decathlon a pornit de la o idee neobișnuită: reunirea, într-un singur magazin, a echipamentelor pentru mai multe sporturi, la prețuri accesibile. Leclercq a construit proiectul alături de un grup de prieteni pasionați de sport, de la windsurf și tenis până la fotbal, iar primul magazin Decathlon a schimbat modul în care oamenii cumpărau articole sportive: produsele erau vizibile, ușor de comparat și disponibile pentru niveluri diferite de practică. Cinci decenii mai târziu, Decathlon este prezent la nivel global cu peste 1.900 de magazine și peste 100.000 de coechipieri, păstrând aceeași direcție: să facă sportul mai simplu, mai accesibil și mai aproape de viața de zi cu zi.

Mai departe, prin inovație

Pentru a continua să exploreze ceea ce poate deveni sportul, DECATHLON privește și mai departe în viitor prin intermediul echipei sale de Inovare Avansată (*Advanced Innovation*), care îmbină analiza prospectivă, știința și designul pentru a-și imagina cum vor evolua mișcarea și performanța umană în următorii 10-20 de ani.

O parte din această activitate se extinde cu mult dincolo de contextele sportive tradiționale. Spre exemplu, EuroSuit, un prototip de costum spațial de ultimă generație dezvoltat în colaborare cu CNES, SPARTAN SPACE și MEDES, va fi testat la bordul Stației Spațiale Internaționale în mai 2026. Prin acest proiect, DECATHLON demonstrează că aceeași expertiză folosită pentru a face sportul mai accesibil pe Pământ poate sprijini, de asemenea, performanța umană în cele mai solicitante medii.

Despre Decathlon

Decathlon, brand global multi-specializat de articole sportive, unul dintre cele mai mari din lume, deține în momentul de față 32 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 aduce oamenii împreună prin sport și a face starea de bine (wellbeing) accesibilă astfel tuturor.

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”.