

Resultados Grupo Decathlon 2024

31 marzo 25



En 2024, Decathlon reforzó su compromiso de ayudar a las personas a adoptar vidas más saludables y activas. Un año después de desvelar su nueva ambición y estrategia, así como su identidad de marca global, Decathlon ha experimentado un viaje transformador, evolucionando como una marca deportiva multiespecialista que inspira a todos -desde principiantes hasta atletas olímpicos y paralímpicos- a abrazar el poder del deporte.

Esta transformación ya está en marcha con 200 tiendas inauguradas o modernizadas, junto con un catálogo de marcas optimizado para ofrecer una mejor comprensión de la oferta y mejor servicio a sus clientes. Para 2026, se habrá reestructurado el 90% de la oferta de productos de Decathlon, garantizando un enfoque más relevante y sostenible dentro del retail deportivo.

Económico

El Grupo Decathlon registró un crecimiento de la cifra de negocios en 2024 con

un aumento del +5,2% con respecto a 2023 a tipo de cambio constante. Ajustando los tipos de cambio desfavorables, la cifra de negocios aumentó un +3,8%, alcanzando los 16.200 millones de euros.

Las ventas digitales representan ahora el 20% de los ingresos totales, incluidos el e-commerce, marketplace y los pedidos online desde la tienda.

Las rigurosas medidas de control de gastos mitigaron el impacto de la inflación, permitiendo a Decathlon mantener su impulso comercial al tiempo que garantiza precios accesibles para los clientes. La optimización de los gastos operativos sigue siendo una prioridad clave en 2025 para apoyar el crecimiento a largo plazo.

Presente en 79 territorios, Decathlon prosigue su desarrollo internacional. En India, la empresa anunció una importante inversión de 100 millones de euros (111 millones de dólares) en los próximos cinco años para ampliar su número de tiendas y sus capacidades de producción. Del mismo modo, en Alemania, Decathlon tiene previsto invertir hasta 100 millones de euros de aquí a 2027, tanto en la apertura de nuevas tiendas como en la modernización de las ubicaciones existentes, lo que refuerza su compromiso con el crecimiento y la innovación en toda su red mundial.

Uno de los principales hitos del año fue la colaboración de Decathlon con París 2024, reforzando su papel a la hora de hacer que el deporte sea accesible para todos en un escenario global. Para el evento, Decathlon diseñó y fabricó los uniformes de los 45.000 voluntarios. Esta asociación también resonó entre el público, con 1,8 millones de productos con licencia vendidos a lo largo de 2024, lo que refleja el gran entusiasmo de los consumidores por los Juegos. Además, Decathlon registró un aumento del 10% en el tráfico de tiendas (omnicanal) en toda Francia durante los Juegos Olímpicos y un aumento del 6,7% durante el periodo de los Juegos Paralímpicos.

En 2024, Decathlon lanzó Decathlon Pulse, una filial en propiedad de la compañía diseñada para explorar nuevas fronteras e impulsar el crecimiento adicional a largo plazo a través de inversiones y asociaciones estratégicas, complementando una sólida cartera que incluye empresas de alto rendimiento como Bergfreunde y Alltricks. Con la misión de invertir y asociarse con empresas y marcas con visión de futuro, Decathlon Pulse acelera y lidera el cambio dentro de la industria, reforzando los compromisos de innovación y sostenibilidad de Decathlon. Desde su lanzamiento, Decathlon Pulse se ha enfocado en la sostenibilidad, invirtiendo en empresas como Recyc'elit o Rebike, e invirtiendo

aún más en Unspun.

Planeta

La sostenibilidad sigue estando en el centro de las actividades de Decathlon, que continúa avanzando en sus compromisos medioambientales.

Por tercer año consecutivo, la empresa ha desvinculado el crecimiento de sus ingresos de sus emisiones absolutas de carbono, con lo que sigue creciendo al tiempo que reduce su huella de carbono. Desde 2021, Decathlon ha reducido sus emisiones de carbono en un -13%, reforzando aún más su trayectoria de descarbonización a largo plazo, alineada con el Acuerdo de París y el estándar Net Zero.

Para acelerar esta transición, Decathlon está reforzando la colaboración con socios industriales para descarbonizar los procesos de producción y ampliar los modelos de negocio circulares.

Alargar la vida útil de los productos sigue siendo una prioridad, facilitando más que nunca a los clientes la reutilización, reparación y reciclaje de sus equipos. En 2024:

- El 48,5% de los productos vendidos son diseñados bajo un enfoque de ecodiseño (+10pts respecto a 2023).
- Se vendieron 1,35 millones de productos de segunda mano.
- Se repararon 3 millones de productos en 1.730 talleres de reparación.
- Decathlon consolida su posición de liderazgo en los servicios de alquiler, con una cuota de mercado del 50% en Italia y España.

Al mismo tiempo, Decathlon redujo significativamente el uso de envases de plástico de un solo uso en un 53,29%, pasando de 2.646 a 1.236 toneladas.

Personas

Con un equipo global de más de 101.100 colaboradores en 79 territorios, Decathlon sigue defendiendo la diversidad, la inclusión y el crecimiento profesional. Como primera marca deportiva en obtener la certificación EDGE, Decathlon reafirma su compromiso con la igualdad en el lugar de trabajo y la

equidad de género.

Invertir en la mejora de las competencias, el bienestar y el desarrollo profesional sigue siendo una prioridad para la compañía, fomentando una cultura en la que cada uno de los colaboradores están capacitados para evolucionar y adaptarse en un mundo de rápida transformación. En 2024, el 89,1% de colaboradores de Decathlon se sintieron orgullosos de trabajar para la empresa (+1,1 puntos), como reflejo de su entorno dinámico e integrador.

Más allá de sus empleados, Decathlon amplifica su impacto positivo a través de la Fundación Decathlon, que expandió significativamente su alcance en 2024. La Fundación, que celebra su 20º aniversario en 2025, apoyó 96 nuevos proyectos en 21 países, alcanzando a más de 395.000 personas.

CIFRAS CLAVE*

(A 31 de diciembre de 2024)

ECONÓMICO

- Ventas netas: 16.200 millones de euros.
- Resultado neto: 787 millones de euros.
- Cuota de ventas digitales (ecommerce, pedidos online desde la tienda, marketplace): 20%.
- Presencia global: 79 territorios.
- Número de tiendas: 1.817.
- Número de productos vendidos: 1.180 millones.

PLANETA

- Emisiones absolutas de carbono: -2,8% (-13% desde 2021).
- Porcentaje de electricidad consumida procedente de fuentes renovables: 84,8%.
- Número de productos de segunda mano vendidos: 1,35 millones.
- Países con oferta de segunda mano: 39.
- Número de talleres de reparación: 1.730.

- Porcentaje de ventas generadas por productos diseñados bajo un enfoque de ecodiseño: 48.5%.

PERSONAS

- Número de colaboradores: 101.100.
- Ratio mujeres/hombres: 46,6% mujeres – 53,4% hombres.
- Nacionalidades: 87.
- Porcentaje de empleados orgullosos de trabajar en Decathlon: 89,1%
- Número de colaboradores con acciones en el Grupo: 53.518.
- Porcentaje de colaboradores con acciones en el Grupo: 52,9%.
- Número de nuevos proyectos apoyados por la Fundación Decathlon: 96.
- Número de personas beneficiarias de los proyectos apoyados por la Fundación Decathlon: 395.072.
- Número de países con nuevos proyectos apoyados por la Fundación Decathlon: 21.

**Las cifras no financieras están siendo auditadas y se presentarán en la Declaración de Información No Financiera de Decathlon.*