

Nota de Prensa

24 julio, 2025

-Resultados ejercicio 2024 Decathlon España-

Decathlon alcanza los 2.094 millones de euros de facturación y un crecimiento del 47% en los negocios circulares

- Con una inversión de más de 50 millones de euros, Decathlon impulsa la modernización de su red de tiendas, la incorporación de tecnología clave y la formación de sus equipos
- En 2024, la compañía compartió 6,3 millones de euros del resultado entre sus colaboradores.

Decathlon, la marca deportiva mundial multiespecialista, cerró el ejercicio **2024** en España con una facturación de **2.094 millones de euros (con IVA)** y un beneficio neto de **71 millones de euros**. El mercado español aportó el **11,4 % de la facturación global del grupo**, consolidándose como el segundo más importante para la compañía.

Durante el pasado año, Decathlon puso en marcha su **nueva imagen de marca**, lo que supuso una **importante estrategia de inversión para su implementación**. Esta transformación incluyó la **modernización de tiendas**, la incorporación de **mejoras tecnológicas** clave, como etiquetas electrónicas u optimización de la web, y el despliegue de un **amplio programa formativo dirigido a sus empleados**. Con una **inversión total superior a los 50 millones de euros**, estas acciones han sido decisivas para sentar las bases de un crecimiento a largo plazo y mejorar la rentabilidad futura. Además, **la compañía ha reducido los precios**, reforzando así su compromiso con la accesibilidad al deporte.

Por su parte, las **ventas online** alcanzaron el **14% de las ventas totales**. Mientras que las **ventas circulares** representaron un **3,1% de las ventas totales**, lo que supone un **crecimiento** de los negocios circulares, entre los que se encuentran sus servicios de Segunda Vida, alquiler y reparación y mantenimiento, del **47%** respecto a 2023.

En lo que a su **red de tiendas y centros logísticos** se refiere, Decathlon cuenta con **presencia en toda la geografía española**. La compañía finalizó el año con un total de **171 tiendas y 5 centros logísticos**, además de llevar a cabo la ampliación y relocalización de sus establecimientos en Cáceres y Vallecas.

En referencia al **capital humano**, la compañía contó durante el pasado ejercicio con una plantilla de **10.850 colaboradores** entre los que se **compartieron 6,3 millones de euros del resultado**.

En lo que respecta a **contribuciones tributarias**, en concepto de impuestos de sociedades y seguridad social, la compañía abonó más de **103 millones de euros**.

"En un contexto marcado por la inflación y la incertidumbre global, en 2024, nos hemos enfrentado a una transformación total a través del lanzamiento de nuestra nueva imagen de marca, un hito que supuso mucho más que una renovación visual. Este año ha significado un punto de partida apasionante en la elevación de la experiencia del deportista en nuestras tiendas; aumentando nuestra oferta en todos los niveles, reforzando la accesibilidad del valor precio de nuestros productos, modernizando la experiencia en nuestras tiendas, acelerando en la circularidad y, siempre, con un excelente asesoramiento de nuestros equipos de deportistas expertos", ha señalado **Borja Sánchez, CEO de Decathlon en España**.

Perspectivas 2025

En línea con el plan de transformación iniciado el pasado ejercicio, Decathlon España ha puesto en marcha una **ambiciosa estrategia de modernización de sus tiendas**, que implica además de un cambio de imagen, una elevación de la experiencia del cliente, un avance en la transformación digital y un compromiso todavía mayor con la circularidad. Con una inversión de más de **38 millones de euros**, tan solo **en 2025 se alcanzarán más de 70 establecimientos**.

En lo que llevamos de año, Decathlon también ha hecho una **gran apuesta por nuevos espacios especializados integrados dentro de sus tiendas**, denominados **Pro Shop**, alineados con su estrategia de elevar la experiencia del cliente y acercarse al deportista experto a través de la mejor selección de productos y servicios especializados. Concretamente ha abierto **22 Pro Shops de ciclismo, 22 de running y 16 de fútbol**, así como otras muchas especializadas en **natación y pádel**.

También durante los primeros meses del año, ha **reabierto las puertas de su tienda en Alfafar**, en Valencia, ha abierto un **nuevo establecimiento en el municipio tinerfeño de Adeje** y ha **ampliado su tienda en el centro de Granada**. A estas aperturas se sumarán **dos nuevas tiendas que abrirán en septiembre**, en Madrid y Valencia, **junto a otros tres proyectos** que verán la luz antes de que finalice el año.

En el marco de su **aceleración digital**, Decathlon ha invertido en **nuevas herramientas**. Desde la **implementación de etiquetas electrónicas** en sus lineales en el 100% de las

tiendas, hasta el **lanzamiento de su nueva página web**, con un rediseño integral basado en una estrategia centrada en el usuario.

En lo que respecta a su **papel como facilitador de la práctica deportiva**, ha lanzado **“Productos Azules”**, una gama cuidadosamente seleccionada de más de 200 productos de Decathlon, en la que prima la **calidad y tecnicidad a precios accesibles**, brindando la oportunidad de probar nuevas disciplinas deportivas.

A **nivel humano**, Decathlon ha seguido invirtiendo en **mejorar las capacidades formativas de sus equipos** para brindar la mejor experiencia al cliente, y se ha llevado a cabo una **subida salarial del 5%**, acordada en su último Convenio Colectivo. Además, **para** el periodo **estival** ha puesto en marcha una **campaña de contratación a nivel nacional** de más de **650 vacantes**.

En lo que a materia de **circularidad y sostenibilidad** se refiere, la compañía comenzó el año ampliando su modelo de negocio de segunda mano digital a través de **Wallapop PRO**, gracias a un acuerdo con la plataforma pionera en España en la venta de este tipo de productos. También inauguró la **primera Pro Shop de ciclismo Segunda Vida** en su tienda de Rivas-Vaciamadrid, un **espacio pionero** dedicado a la venta de material de ciclismo de segunda mano de gama alta y media.

Decathlon continúa apostando por **alianzas clave**, alineadas con sus valores, **para dar visibilidad y notoriedad a la marca, a la vez que acerca sus productos y servicios al mayor número de personas**. Entre sus principales patrocinios figuran los equipos profesionales de ciclismo **Decathlon-AG2R La Mondiale**, recientemente adquirido en su totalidad por la compañía, y el **Decathlon Ford Racing Team**. A ellos se suma el respaldo a pruebas deportivas de gran participación como la **Marcha Cicloturista Ibercaja Quebrantahuesos by TotalEnergies** o la **10K Valencia Ibercaja by Kiprun**, y es main partner deportivo y proveedor del balón oficial de la **Liga ASOBAL de Balonmano**.

La compañía también está presente en otros grandes eventos del panorama deportivo. Es **tienda oficial de los torneos de Premier Padel** celebrados en Málaga, Madrid y Barcelona. Además, ejerce como **proveedor oficial del balón de la UEFA Europa League y la UEFA Conference League**, con presencia destacada en la **final disputada en Bilbao** el pasado mes de mayo.

Durante estos meses, la compañía ha reforzado su estrategia de impulsar grandes colaboraciones con atletas de élite y referentes del mundo del deporte. Entre los acuerdos internacionales más destacados se encuentra el del futbolista **Antoine Griezmann** y, a nivel nacional, Decathlon ha ampliado su cartera de embajadores a través del equipo **“Hechos para Jugar”**. Desde los olímpicos **Almudena Cid, Alejandro Valverde, Rudy Fernández o Saúl Craviotto** hasta el campeón de la Euro con la selección española, **Pedri**, y los deportistas **Jesús Calleja; Crys Dyaz; Valentí Sanjuan o Tomi Misser**, entre otros.

CIFRAS CLAVE POR BLOQUES*

(A 31 de diciembre de 2024)

ECONÓMICO

- **Facturación (con IVA):** 2.094 millones de euros.
- **Resultado neto:** 71 millones de euros.
- **Cuota de ventas digitales:** 14%.
- **Número de tiendas:** 171.

PLANETA

- **Emisiones absolutas de carbono:** -5,8% (-23% desde 2021).
- **Porcentaje de electricidad consumida procedente de fuentes renovables:** 100%.
- **Número de productos de segunda mano vendidos:** 181.614.
- **Productos reparados:** 439.000.
- **Tiendas con oferta de segunda mano:** 143.
- **Porcentaje de ventas generadas por productos diseñados bajo un enfoque de ecodiseño:** 49,6%.

PERSONAS

- **Número de colaboradores:** 10.850.
- **Ratio mujeres/hombres:** 49,73% mujeres | 50,26% hombres.
- **Horas de formación:** 243.836.
- **Porcentaje de colaboradores con acciones en el Grupo:** 74%.

SOBRE DECATHLON

Decathlon, marca deportiva mundial multiespecialista destinada tanto a principiantes como a deportistas de élite, es un productor innovador de artículos deportivos para todos los niveles. Con más de 100.000 colaboradores y 1.700 tiendas en todo el mundo, Decathlon y sus equipos trabajan desde 1976 para cumplir una ambición permanente: Move People Through the Wonders of Sport para ayudarles a ser más sanos y felices en un futuro sostenible.

Más noticias: <https://saladeprensa.decathlon.es/>

DECATHLON ESPAÑA

Diana EXPÓSITO - Head of PR & Corporate Communications
diana.exposito@decathlon.com

OMNICOM PR GROUP

Agencia de comunicación
equipo.decathlon@omnicomprgroup.com
689 333 623