



**Celebramos 50 años
de aventuras compartidas**



1976

Abre la primera tienda DECATHLON en Englos (Francia)

1986

Nace la producción de DECATHLON.
Abre la primera tienda internacional en Dortmund (Alemania)

1989

Abre la primera sede de producción internacional en Tailandia

1997

Lanzamiento del departamento de Investigación y desarrollo, dedicado a analizar el movimiento del cuerpo humano

1981

DECATHLON integra su logística propia y abre un almacén en Villeneuve-d'Ascq (Francia)

1987

Los colaboradores empiezan a formar parte del accionariado

1996

Toman forma las siete marcas insignia y empiezan a trasladarse más cerca de sus comunidades deportivas

2000

2010

2020

2026

2005

Se crea la Fundación DECATHLON para desarrollar proyectos que tengan impacto social

2016

Lanzamiento de la oferta de Deportes Adaptados para hacer el deporte accesible a personas con discapacidad

2024

DECATHLON presenta su nueva identidad de marca y optimiza su cartera en 13 marcas

Lanzamiento de DECATHLON PULSE, una filial de plena propiedad dedicada al desarrollo de nuevos motores de crecimiento a largo plazo

Patrocinador oficial de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024

2026

DECATHLON se convierte en propietario único del equipo de ciclismo DECATHLON CMA CGM

Proveedor oficial de equipaciones del Comité Paralímpico Internacional en los Juegos Paralímpicos de Invierno Milano Cortina 2026

DECATHLON celebra 50 años de aventuras compartidas

Una aventura compartida que comienza en 1976

La historia de DECATHLON nace en 1976 en Englos, cerca de Lille, en el norte de Francia. Lo que empezó siendo una idea atrevida no tardó en convertirse en la base de una aventura compartida que superaría con creces cualquier frontera.



Una empresa creada por amantes del deporte para amantes del deporte

En 1976, Michel Leclercq y otros seis compañeros idearon un nuevo concepto de tienda de deportes: un único espacio que ofreciese equipamiento para diferentes prácticas deportivas y que estuviese diseñado para ser **accesible, práctico y asequible para cualquier persona**.

Todos ellos eran verdaderos entusiastas y amantes del deporte y, en su mayoría, totalmente inexpertos en el comercio minorista a gran escala. Lo que les faltaba en experiencia lo suplían con energía, curiosidad y la profunda convicción de que el deporte debía ser accesible a todos.

El deporte era su lenguaje común. Cada uno se dedicaba a una disciplina —desde los deportes ecuestres y el hockey sobre hierba hasta el fútbol, el windsurf, el tenis, la vela o el esquí—, pero compartían una misma actitud: aprender con la práctica, avanzar juntos y seguir de cerca el deporte en su día a día. **El deporte no era un simple tema de conversación común: era su modo de vida.** Tanto que en sus inicios solo abrían la tienda por las tardes y pasaban las mañanas juntos practicando deporte. Estos momentos compartidos definieron el espíritu DECATHLON: un equipo unido por la práctica, la confianza y la diversión; una pasión que se convertiría en la base de una filosofía de empresa única.



De comercio minorista a una marca de deporte integrada

En sus comienzos, DECATHLON se enfrentó a un gran desafío. Tras la negativa de varios fabricantes importantes a suministrarles determinados productos, la empresa decidió fabricar sus bicicletas con colaboradores locales bajo la marca DECATHLON. Esta decisión sentó las bases de un modelo que posteriormente definiría la identidad de DECATHLON: **pasar de vender a diseñar equipamiento deportivo.**

En 1986, esta ambición se concretó gracias al lanzamiento de la producción de DECATHLON

Con el paso del tiempo, DECATHLON se ha convertido en una marca diseñada para los amantes del deporte, aglutinando 70 disciplinas distintas. En torno a este núcleo, se ofrecen equipamientos en categorías clave en varios ámbitos deportivos a través de diferentes marcas especializadas (Tribord, Quechua,

Domyos, Btwin, Kuikma, Inesis, Kipsta, Rockrider y Caperlan). Asimismo, marcas expertas como Simond, Van Rysel, Kiprun y Solognac están enfocadas en rendimiento de alto nivel y excelencia técnica. Juntas conforman un ecosistema coherente que acompaña al usuario a lo largo de su trayectoria deportiva, desde el primer intento hasta la práctica habitual.

Impulsando el impacto del deporte en el día a día

Mientras que los estilos de vida sedentarios se normalizan en el mundo —1 de cada 3 adultos y el 81 % de los adolescentes no llegan a los niveles de actividad física recomendados (fuente: [OMS](#))—, el papel de DECATHLON ha evolucionado **para promover el movimiento más allá de la práctica del deporte en el día a día.**

El movimiento incluye actividades como caminar más, ir en bici al trabajo, hacer estiramientos en casa, jugar con los niños,

descubrir una nueva actividad o simplemente crear hábitos diarios saludables. Mediante el diseño de productos, servicios y experiencias accesibles, DECATHLON aspira a eliminar las barreras económicas, prácticas y culturales que impiden que la gente lleve una vida activa. Iniciativas como sesiones de iniciación gratuitas organizadas en las tiendas DECATHLON, eventos en comunidades locales y entrenamientos digitales accesibles animan a los usuarios a dar el primer paso.


Más allá de su propio ecosistema, DECATHLON contribuye activamente al diálogo internacional en torno al deporte y a estilos de vida activos. A través de su compromiso con la Federación Mundial de la Industria de Artículos Deportivos (WFSGI) y con el pacto europeo [Mobility Transition Pathway](#), la empresa se adhiere a los marcos institucionales que fomentan una movilidad activa y entornos más saludables a gran escala.

Más que un cambio en la oferta, esta evolución refleja una mayor ambición: pasar de facilitar el acceso al deporte a fomentar el movimiento y una vida más activa para cualquier persona.



¿Lo sabías? *En sus inicios, el nombre de la tienda era «DECATHLON, tu espacio deportivo», pero muchos clientes lo confundían con un gimnasio, por lo que se cambió a «DECATHLON, la supertienda para todos los amantes del deporte».*





**50 años de innovación que han
cambiado cómo se mueve la gente**



DECATHLON lleva la innovación en su ADN desde el primer día. Nuestro enfoque, nacido de la pasión por el deporte, siempre ha respondido a un objetivo: que el movimiento sea más fácil, intuitivo y divertido para cualquier persona, sea cual sea su contexto. Para DECATHLON, la innovación se traduce en derribar barreras para que más gente pueda descubrir, experimentar y mantener un estilo de vida activo.



Innovación inspirada en la práctica real

Desde su creación, DECATHLON ha registrado **743 familias de patentes**, un reflejo de nuestro trabajo constante basado en la observación, la realización de pruebas rigurosas y la estrecha colaboración con usuarios en condiciones reales.

En la sombra, en torno a **1700 empleados** se dedican a desarrollar productos y servicios, trabajando día tras día para ayudar a los usuarios a practicar deporte, avanzar y simplificar sus actividades deportivas cotidianas. Nuestros ingenieros, científicos, diseñadores y atletas colaboran en más de 80 ámbitos deportivos desde **18 centros de diseño** repartidos por todo el mundo. Estos equipos transforman necesidades deportivas en soluciones accesibles a través de 35 procesos industriales, desde textiles y metales hasta electrónica y óptica.

Innovación que acompaña en el día a día

Algunas innovaciones trascienden los avances técnicos. Pasan a formar parte de la vida diaria y transforman cómo sentimos el deporte y el movimiento.

- La **tienda de campaña 2 Seconds**, que celebró su 20 aniversario en 2025, transformó las aventuras en la naturaleza al facilitar el montaje. Desde su lanzamiento se han fabricado más de 500 modelos diferentes, algo que refleja una innovación constante y hace de las actividades al aire libre una experiencia más accesible y espontánea, favoreciendo los momentos compartidos, la libertad y la simplicidad.
- La **máscara Easybreath** redefinió las actividades acuáticas hace más de 10 años. En la actualidad ayuda a que millones de personas exploren mejor la vida submarina y ofrece seguridad, libertad y disfrute en deportes acuáticos.



En DECATHLON, la innovación tiene como objetivo incluir, empoderar y poner el movimiento al alcance de cualquier persona. Todo se reduce a hacer accesible lo improbable, con independencia de la edad o las habilidades. Hace diez años, tras la experiencia de un cliente en Italia, DECATHLON presentó la oferta de **Deportes Adaptados**. No se trata de una simple gama de productos, sino que refleja una visión inclusiva que ayuda a las personas con discapacidad a descubrir, practicar y disfrutar del deporte en sus propios términos, ofreciendo desde ropa adaptada hasta sillas de ruedas para deportes adaptados.

Esta serie de innovaciones ayudan a conectar a la gente con la naturaleza, intensifican los recuerdos compartiendo aventuras y convierten el deporte en un motivo de felicidad. Gracias a la **combinación de practicidad, inclusividad y precio accesible**, las innovaciones de DECATHLON se integran en nuestra vida diaria.

Una mirada al futuro: Innovación Avanzada

Para seguir explorando hasta dónde puede llegar el deporte, DECATHLON continúa mirando al futuro a través de su equipo de **Innovación Avanzada**. Este grupo multidisciplinar combina visión de futuro, ciencia y diseño para imaginar **cómo pueden evolucionar el movimiento y el rendimiento humano en los próximos 10 o 20 años**.

Parte de este trabajo trasciende los contextos deportivos tradicionales.

El **EuroSuit**, un traje espacial de última generación desarrollado junto al CNES, SPARTAN SPACE y el MEDES, se probará en la Estación Espacial Internacional en 2026. Con este proyecto, DECATHLON demuestra que los mismos conocimientos que se emplean para hacer el deporte más accesible en la Tierra también pueden mejorar el rendimiento humano en los entornos más exigentes.

¿Lo sabías? *La máscara Easybreath fue fruto de siete años de estudio y diseño de ideas y resultado de 30 prototipos. En 2020, DECATHLON retiró unas 30.000 máscaras de la venta en Francia para donarlas a trabajadores sanitarios que las adaptaron como máscaras de oxígeno en la lucha contra la COVID-19.*



Juego limpio en nuestro mayor terreno de juego: el planeta



Durante los últimos 50 años, DECATHLON ha crecido a la par de los lugares donde se practica deporte. Montañas mares, parques, canchas y calles que no son simples escenarios de juego, sino entornos en los que se comparten aventuras. Esta toma de conciencia ha definido la forma de diseñar, innovar y trabajar de DECATHLON, con el propósito de transformar nuestro modelo y reducir nuestra huella medioambiental.



Un compromiso a largo plazo presente desde nuestros inicios

Desde su creación, la relación de DECATHLON con el deporte ha estado anclada en la realidad: ejercicio al aire libre, uso común de espacios y disfrute en entornos que facilitan el movimiento. Esta estrecha relación con los terrenos de juego ha traído consigo un sólido sentido de la responsabilidad.

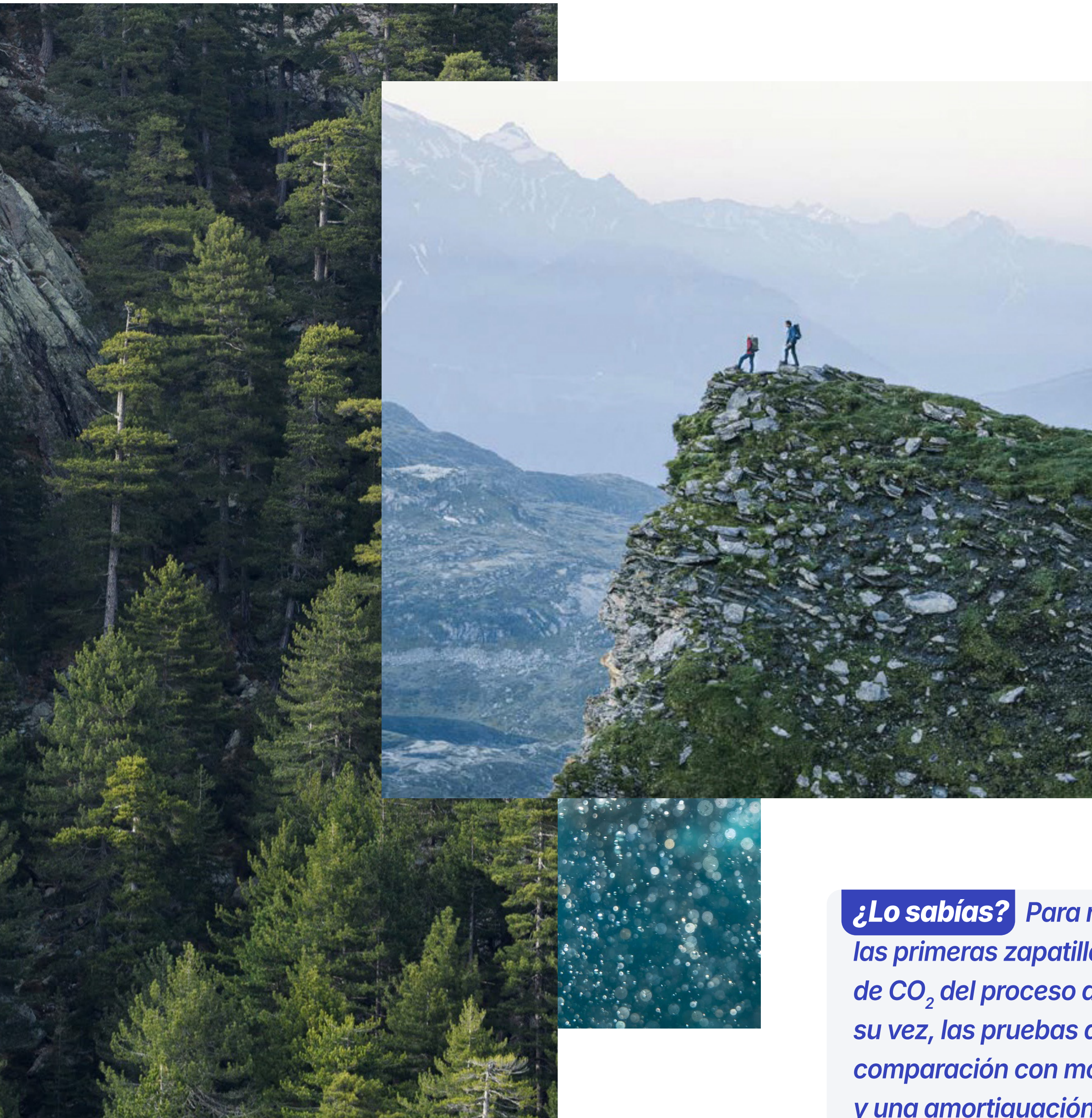
Y dicha responsabilidad se expresa a través de compromisos cuantificables: en 2025,

54 %

de nuestros ingresos proceden de productos desarrollados mediante un enfoque de ecodiseño.

Esto refleja nuestra voluntad de transformar nuestra oferta de manera progresiva. Con el paso del tiempo, lo que empezó siendo una serie de decisiones basadas en el sentido común se ha convertido en un planteamiento estructurado y basado en datos científicos. Hoy en día, la metodología Product Environmental Footprint (PEF) o huella ambiental de producto se utiliza para calcular y reducir el impacto medioambiental de los productos de DECATHLON durante su ciclo de vida. Esto significa actuar en la fuente del impacto, a través de elecciones más responsables en los procesos de obtención de materiales y producción.





Alargamos la vida de nuestro equipamiento

Los productos de DECATHLON se diseñan para que los utilice el mayor número de personas posible y para que su vida útil vaya más allá del primer uso. Esta visión se ha traducido en soluciones concretas:

- **Reparación:** 1746 talleres en tienda y 3841 técnicos especializados en todo el mundo ayudan a preservar y reparar el equipamiento a diario, alargando así su vida útil y manteniendo el deporte en movimiento.
- **Recompra:** desde 2018, nuestros clientes pueden revendernos materiales deportivos usados. En 2025, este programa englobaba ya 150 tipos de productos que se recogen, se comprueban y se vuelven a poner en circulación.
- **Alquiler:** para adaptarse a las demandas del usuario, DECATHLON ofrece soluciones en siete mercados. Estas incluyen suscripciones de bicicletas para niños y para adultos. Una alternativa sencilla y flexible que se ajusta a las necesidades reales, incluyendo seguro antirrobo y mantenimiento del producto.

Los productos de segunda mano y los servicios de reparación y alquiler se han ido colando en la práctica deportiva diaria. Hoy en día, las actividades de economía circular representan un **3,15 % de las ventas globales**. Solo en 2024, los servicios de Segunda Vida estaban disponibles ya en **12 mercados**

y pusieron de nuevo en circulación más de **39.000 productos**.

¿Lo sabías? Para reducir nuestra huella de carbono, en DECATHLON hemos diseñado las KIPX: las primeras zapatillas de deporte fabricadas sin pegamentos. Esta innovación reduce el impacto de CO₂ del proceso de fabricación en un 26 % en comparación con los métodos tradicionales. A su vez, las pruebas de laboratorio han demostrado un aumento del 50 % de la durabilidad total en comparación con modelos KIPRUN de referencia, una mayor resistencia a la abrasión de la suela y una amortiguación duradera.





Las personas son el corazón de esta aventura



DECATHLON no solo es una marca multideporte: es una aventura colectiva forjada por personas. Compañeros de diferentes departamentos, países y culturas comparten una misma pasión por el deporte. Hoy en día, esta energía humana aúna a 101.100 empleados que trabajan en 1817 tiendas, almacenes y servicios en todo el mundo, dando forma a una misma trayectoria compartida.



Un equipo y una cultura común

Todas las aportaciones de nuestros empleados ayudan a moldear nuestro futuro, y por eso los animamos a tomar la iniciativa, a aprender con la práctica y asumir responsabilidades.

Esta cultura común permite que DECATHLON siga teniendo raíces locales a la vez que crece su alcance global. Los equipos actúan en sus comunidades dando respuesta a culturas deportivas y realidades sociales locales, al mismo tiempo que comparten **valores y un único objetivo**. Esta visión determina cómo se diseña y se practica el deporte en todo el mundo.

El cricket, por ejemplo, es más que un deporte en la India: es una referencia cultural. Por eso, los bates de cricket que DECATHLON vende en todo el mundo se diseñan y se fabrican en la India, cerca de las comunidades en las que este deporte se practica a diario.

Este modelo humano también se refleja en el **accionariado**. Nuestros empleados son accionistas de la empresa desde 1987. Se trata de un modelo poco común, pero que refuerza el compromiso a largo plazo y la responsabilidad compartida. En la actualidad, más de 53.000 empleados son titulares de acciones del grupo, algo que ilustra nuestra convicción de que el crecimiento debe compartirse y construirse en conjunto.

Invertir en las personas también significa abrir caminos. Desde el lanzamiento de la **DECATHLON University** en 2022, la empresa ha desarrollado programas de trabajo para estudiantes concebidos para responder a necesidades reales del mercado y facilitar el acceso a oportunidades profesionales, también en DECATHLON. Una forma concreta de transformar la pasión por el deporte en una profesión.





Creemos gracias a nuestras colaboraciones

En DECATHLON establecemos colaboraciones basadas en una idea simple: el deporte avanza cuando se diseña con quienes lo practican y se comparte con el mayor número de personas posible.

DECATHLON lleva casi 50 años trabajando con deportistas a todos los niveles. Actualmente, **más de 300 colaboraciones activas con atletas de élite, federaciones y organizaciones deportivas** contribuyen a la creación conjunta de productos de todas las disciplinas y ayudan a materializar los conocimientos de alto nivel en soluciones accesibles para deportistas en su día a día. En el ámbito del fútbol, las colaboraciones con atletas como Antoine Griezmann, reconocido en todo el mundo como uno de los jugadores más precisos y técnicos de su generación, ilustran esta visión. A través de su marca especializada KIPSTA, DECATHLON diseña equipamientos que dan respuesta a demandas del máximo nivel y que se ponen a disposición de cualquier amante de este deporte.

Esta misma filosofía rige el compromiso de DECATHLON con el ciclismo. La marca lleva casi cinco décadas acompañando a los ciclistas desde su primera vuelta en bici hasta las competiciones de élite. En 2026 este compromiso da un paso más con el **equipo ciclista DECATHLON CMA CGM**. DECATHLON impulsa su objetivo como propietario de este nuevo equipo: construir un proyecto sostenible y de alto rendimiento diseñado para competir en el más alto nivel del deporte y estar entre los mejores equipos del mundo.

Más allá de la práctica diaria y del deporte de élite, DECATHLON también pone sus conocimientos al servicio de acontecimientos globales. Como patrocinador oficial de los **Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024**, DECATHLON contribuyó al evento deportivo más grande del mundo equipando a 45 000 voluntarios. Este compromiso sigue vigente en 2026, puesto que DECATHLON es el proveedor oficial de equipaciones del Comité Paralímpico Internacional en los **Juegos Paralímpicos de Invierno de Milano Cortina**.

Desde campos locales hasta escenarios mundiales, estas colaboraciones reflejan una misma ambición: apoyar el deporte allí donde se vive, se practica y se celebra.

¿Lo sabías? *Los equipos de DECATHLON en Montreal, convencidos de que la pasión por el deporte se expresa mejor sobre el terreno que en un currículum, lanzaron en 2025 una «Maratón de entrevistas». Los responsables de Recursos Humanos conversaban con los candidatos mientras corrían para descubrir a verdaderos amantes del deporte, capaces de compartir su pasión, y no un simple CV perfecto.*





DECATHLON 迪卡侬

Una marca global
con raíces locales

DECATHLON
50 años

La trayectoria de DECATHLON ha trascendido las fronteras a la vez que ha mantenido su base en las realidades locales. Desde sus primeros pasos fuera de Francia a mediados de 1980, la marca se ha expandido por los diferentes continentes y ahora opera en más de 70 mercados en los ámbitos del comercio minorista, la producción, la logística y los modelos de franquicia.



Diseñar cerca de donde se vive el deporte

La escala global de DECATHLON se basa en la proximidad. Los productos se diseñan, se desarrollan y se fabrican con materiales obtenidos lo más cerca posible del lugar donde se practica cada deporte, garantizando así la relevancia y el papel central que ocupa el usuario.

Actualmente, DECATHLON **gestiona centros de producción y abastecimiento en 27 territorios** y regiones de todo el mundo. En China, el 94,2 % de los productos que se venden se fabrican localmente, mientras que en la India en torno a un 68 % de las ventas corresponden a productos fabricados a escala local. Nuestro objetivo es aumentar esta estrategia de localización acercando la producción a nuestros consumidores y fomentando nuestro compromiso regional en diferentes mercados estratégicos.

Este modelo basado en la proximidad apoya a diferentes culturas deportivas, desde el fútbol en Europa hasta las actividades al aire libre practicadas en entornos naturales. Desde 1996, esta misma lógica ha guiado la creación de marcas emblemáticas que han ido reubicándose gradualmente más cerca de las comunidades deportivas correspondientes. Quechua abrió el camino estableciendo su centro de diseño en los Alpes, junto a las montañas donde sus productos se utilizan a diario.

Presencia local y compromiso a largo plazo

En los diferentes mercados y regiones en los que DECATHLON está presente, nuestra presencia global se despliega a escala local moldeada por las prácticas deportivas, las realidades sociales y una acción sostenida en el terreno.





Durante más de 20 años, la [Fundación DECATHLON](#) ha sido la expresión más clara de este compromiso territorial. Colabora estrechamente con organizaciones sin ánimo de lucro de todo el mundo en apoyo de programas que ayudan a que personas en situación vulnerable puedan acceder a los beneficios del deporte. Cada proyecto gira en torno a la práctica deportiva: brindar alegría, fomentar el bienestar, desarrollar habilidades y apoyar la integración social y profesional. Un enfoque a largo plazo basado en las necesidades locales con el deporte como eje central.

Además de estas acciones impulsadas desde la Fundación, DECATHLON lleva a cabo iniciativas relacionadas con los deportes más representativos de los diferentes territorios.

Un ejemplo de ello es la localidad de Iten (Kenia), conocida en todo el mundo como la cuna de las carreras de larga distancia. La [42 House](#), desarrollada por KIPRUN, refleja nuestro compromiso a largo plazo con el deporte de élite local. No solo es un centro de entrenamiento, sino un entorno estructurado donde atletas jóvenes combinan deporte, educación y desarrollo personal. Tras completar su formación, algunos de ellos se embarcan en una trayectoria de dos años para convertirse en atletas profesionales, mientras que otros optan por oportunidades profesionales o de formación en KIPRUN o DECATHLON.

Estas propuestas ilustran cómo se concreta a escala local la presencia global de DECATHLON: integrada en los territorios, desarrollada con el tiempo y centrada en crear oportunidades a través del deporte.

CIFRAS CLAVE*

31 de diciembre de 2025

ECONÓMICO

Volumen de Ventas Brutas (GMV) = 20 700 millones de euros
Ventas netas = 16 800 millones de euros
EBITDA = 1800 millones de euros
Resultado neto = 910 millones de euros
Peso de las ventas digitales (e-commerce, pedidos omnicanal y marketplace externo) = 20,2 %
Presencia global = 82 países/regiones
Red de tiendas = 1902
Volumen de productos vendidos = 1230 millones

PLANETA

Emisiones absolutas de carbono = -16 % desde 2021
% de electricidad consumida procedente de fuentes renovables = 89,6 %
Productos de segunda mano vendidos = 1,58 millones de unidades
Países con oferta de segunda mano = 43
Número de talleres de reparación = 1.746
% de las ventas generadas por productos que se benefician del enfoque de diseño ecológico = 53,9%

PERSONAS

Número de empleados = 102.913
Diversidad de género = 46,9 % mujeres / 53,1 % hombres
% de empleados felices de trabajar al servicio del proyecto y propósito de Decathlon = 90,2 %
Número de empleados con acciones del Grupo = 52.491
% de empleados con acciones del Grupo = 51%.
Número de nuevos proyectos respaldados por la Fundación Decathlon = 168
Número de personas que disfrutaron de los proyectos respaldados por la Fundación Decathlon = 112.102
Número de países con nuevos proyectos respaldados por la Fundación Decathlon = 26

*Las cifras no financieras están en proceso de auditoría y se incluirán en el Estado de Información No Financiera de DECATHLON. Cuentas auditadas a fecha de 31 de diciembre de 2025

Acerca de DECATHLON

DECATHLON es una marca internacional que produce artículos deportivos de varias especialidades para todos los niveles, desde principiantes hasta profesionales. Con más de 101.100 colaboradores y 1817 tiendas en todo el mundo, DECATHLON y sus equipos trabajan desde 1976 para hacer que los placeres y beneficios del deporte sean realmente accesibles para todos.

Más información: decathlon-united.media

Contactos para medios de comunicación

Olivier PEDRO-JOSE - Director Internacional de Relaciones Públicas y Reputación

Pierrick DENIAU - Responsable de Relaciones Públicas y Reputación
international.media@decathlon.com



 DECATHLON

50 años
de aventuras
compartidas