

Decathlon a Torino: prosegue il piano di rimodellamento della rete vendita e si rafforza l'impegno sul territorio

Lissone, 12 febbraio 2026 – Nell'ambito del piano globale di rimodellamento della rete vendita avviato nel 2024, Decathlon Italia annuncia una riorganizzazione strategica dei propri punti vendita nell'area di Torino. Il processo, prevede la chiusura della sede di Borgo Filadelfia a partire dal 31 marzo 2026.

Questa decisione, frutto di un'analisi attenta delle aspettative non confermate legate al flusso di clienti nel punto vendita, si inserisce in una visione più ampia che mira a concentrare le energie sulle sedi capaci di offrire l'esperienza sportiva più completa e innovativa.

Transizione focalizzata sul valore delle persone

Per Decathlon, il successo risiede nel talento dei propri e delle proprie teammates. In coerenza con i valori aziendali, la chiusura di Borgo Filadelfia è gestita con la massima attenzione verso le persone:

- **Ricollocamento garantito:** gli 8 collaboratori e collaboratrici che operano nel negozio saranno interamente ricollocati presso gli altri punti vendita della cintura torinese. Il team sarà ascoltato sin dalle prossime ore per conoscere le singole necessità ed aspettative.
- **Stabilità occupazionale:** l'operazione non genera squilibri occupazionali, confermando la volontà dell'azienda di tutelare ogni teammate.
- **Cronoprogramma:** il negozio chiuderà al pubblico il 31 marzo 2026.

Presidio territoriale solido

Nonostante la chiusura del singolo punto vendita di 900 mq, il legame tra Decathlon e la città di Torino rimane centrale. Il territorio può contare su una rete di 4 store strategici (Grugliasco, Torino Centro, Moncalieri e Settimo Torinese) che nel solo 2025 hanno accolto circa 3,9 milioni di visitatori e visitatrici:

- **Team:** la base fissa dei quattro negozi conta 253 collaboratori e collaboratrici, con una forte rappresentanza femminile che supera il 61% nella città di Torino.
- **Inclusività e social impact:** Decathlon continua a investire in progetti di valore, come l'iniziativa "Tutti matti per lo sport" della propria Fondazione

(finanziati materiale sportivo e impianto di climatizzazione per l'associazione "Progetto Itaca Torino" che ha l'obiettivo di sostenere le persone con disturbi della salute mentale e le loro famiglie nel percorso di recupero del benessere e della pienezza di vita) e la collaborazione con il CUS Torino per promuovere l'attività fisica nel parco di Moncalieri.

Dal 2022 prosegue con entusiasmo la partnership con "Just the woman I am", l'evento che sostiene la ricerca universitaria sul cancro attraverso lo sport e l'inclusività.

Rafforzando i poli principali, Decathlon punta a offrire servizi sempre più avanzati legati alla sostenibilità, incentivando la riparazione e il riutilizzo dei prodotti per ridurre l'impatto ambientale e promuovere un consumo consapevole.

INFORMAZIONI SU DECATHLON Brand globale multispecialista che si rivolge a ogni sportivo e sportiva, dal livello principiante a quello professionistico, Decathlon è un produttore innovativo di articoli sportivi per ogni livello di abilità. Con oltre 101.100 teammates e 1.817 negozi in tutto il mondo, Decathlon e i suoi team lavorano ininterrottamente dal 1976 per rendere le gioie e i benefici dello sport davvero accessibili a tutti e tutte. In Italia, Decathlon sviluppa progetti su 145 negozi, 3 depositi logistici e 2 sedi di produzione. Altre informazioni: https://it.decathlon.press/it_IT/

MEDIA CONTACT

Nicoletta LA TORRE - External & Corporate Communication Manager
nicoletta.latorre@decathlon.com