



**50 Anni di
Avventure condivise**



1976

Aprire il primo negozio DECATHLON a Englos, Francia

1986

Nasce la produzione DECATHLON. Il primo negozio internazionale apre a Dortmund, Germania

1989

Aprire in Thailandia il primo ufficio di produzione internazionale

1997

Nasce il nuovo centro di Ricerca e Sviluppo focalizzato sul movimento del corpo umano

1981

DECATHLON sviluppa la sua catena logistica e apre un deposito a Villeneuve-d'Ascq, Francia

1987

Collaboratrici e collaboratori possono diventare azionisti

1996

Prendono vita sette brand iconici, che via via si insediano in territori strategici, vicino alle comunità sportive

2000

2010

2020

2026

2005

Nasce la Fondazione
DECATHLON per promuovere
progetti ad alto impatto sociale

2016

Lancio dell'offerta Sport
Adattati: lo sport senza
barriere per le persone disabili

2024

DECATHLON svela la sua brand identity
e razionalizza il portfolio a brand

Nasce DECATHLON PULSE: società interamente
controllata che punta a sviluppare nuovi motori
di crescita a lungo termine

Partner ufficiale dei Giochi Olimpici e Paralimpici
di Parigi 2024

2026

DECATHLON diventa unica proprietaria della squadra ciclistica
DECATHLON CMA CGM

Fornitrice ufficiale delle divise del Comitato Paralimpico
Internazionale per i Giochi Paralimpici Invernali di Milano Cortina
2026

DECATHLON celebra 50 anni di avventure condivise

Un'avventura condivisa iniziata nel 1976

**La storia di DECATHLON
inizia nel 1976 a Englos,
vicino a Lille, nel nord della
Francia. Quella che nasce
come un'idea coraggiosa
diventa presto il pilastro
di un'avventura condivisa,
capace di spingersi
ben oltre confine.**



Un'azienda costruita dagli sportivi per gli sportivi

Nel 1976, Michel Leclercq, insieme a sei amici, immagina un nuovo concept di negozio di articoli sportivi: uno spazio che riunisce sotto un solo tetto l'equipaggiamento di tanti sport, progettato per essere **accessibile, pratico e conveniente per tutti**.

Entusiasti, appassionatissimi di sport, e per lo più senza esperienza nella grande distribuzione, compensano questa loro mancanza con l'energia, la curiosità e la convinzione che lo sport deve essere davvero per tutti e tutte.

Lo sport è la loro lingua comune. Ognuno con la sua disciplina – dall'equitazione all'hockey su prato passando per il calcio, il windsurf, il tennis, la vela e lo sci – ma tutti con la stessa filosofia: imparare facendo, fare movimento insieme e rimanere vicini alla pratica reale. **Lo sport non è un semplice argomento di conversazione: è uno stile di vita.** A tal punto che, i primissimi giorni, il negozio è aperto solo nel pomeriggio, perché il mattino è dedicato a fare sport insieme. Questi momenti condivisi danno vita allo spirito DECATHLON: una squadra unita dall'azione, dalla fiducia e dal divertimento. Una passione che diventerà il fondamento di una cultura aziendale unica.



Da retailer a brand sportivo integrato

Nei primi anni, DECATHLON affronta una sfida decisiva.

Quando i grandi produttori si rifiutano di fornire alcuni articoli, il brand sceglie di far produrre le sue biciclette da partner locali. È una decisione che getta le fondamenta di un modello destinato a definire l'identità di DECATHLON: **diventare distributore e designer di attrezzature sportive.**

Nel 1986, questa ambizione si concretizza con il lancio della produzione DECATHLON.

Con il tempo, DECATHLON diventa il brand centrale, pensato per tutti gli sportivi capace di riunire 70 discipline. Attorno a questo cuore pulsante, le marche specialistiche (Tribord, Quechua, Domyos, Btwin, Kuikma, Inesis, Kipsta, Rockrider e Caperlan) supportano le categorie chiave, mentre expert brand

come Simond, Van Rysel, Kiprun e Solognac si focalizzano sulla performance di alto livello e sull'eccellenza tecnica. Insieme, formano un ecosistema coerente che accompagna ogni percorso sportivo: dalle prime esperienze alla pratica più intensiva.

Portare i benefici dello sport nella vita di tutti i giorni

In un mondo sempre più sedentario, dove un adulto su tre e l'81% degli adolescenti non raggiunge i livelli di attività fisica raccomandati (fonte: [OMS](#)), il ruolo di DECATHLON si evolve: **non solo fare sport, ma promuovere il movimento nella vita di tutti i giorni.**

Muoversi significa camminare di più, andare al lavoro in bici, fare stretching a casa, giocare con i figli o scoprire una nuova attività:

in una parola, costruire sane abitudini quotidiane. Progettando prodotti, servizi ed esperienze accessibili, DECATHLON punta ad abbattere le barriere economiche, pratiche e culturali che impediscono alle persone di essere attive. Attraverso test gratuiti nei negozi DECATHLON, eventi locali e coaching digitale, le persone sono incentivate a fare un primo passo.

DECATHLON guarda oltre i suoi confini, partecipando da protagonista al dibattito globale sullo sport e su uno stile di vita attivo. Con la presenza nella WFSGI e il sostegno al [Mobility Transition Pathway Pledge](#), europeo, l'Azienda promuove politiche per una mobilità attiva e ambienti più sani per la collettività.

Non un semplice cambio dell'offerta, ma un'ambizione più grande: superare il concetto di sport e abbracciare quello di movimento, per una vita più attiva, per tutti.



Focus: All'inizio il negozio si chiamava "DECATHLON, il posto per lo sport", siccome però in molti lo prendevano per una palestra, il nome è cambiato in "DECATHLON, il superstore per tutti gli sportivi".





**50 Anni di innovazioni che cambiano
il modo di muoversi delle persone**



L'innovazione è nel DNA di DECATHLON. Nata dalla passione per lo sport, la nostra visione è sempre stata guidata da un unico obiettivo: trasformare il movimento in un'esperienza più facile, più intuitiva e più piacevole per tutti, in ogni contesto. Per DECATHLON, innovare significa abbattere le barriere per aiutare sempre più persone a scoprire, vivere e mantenere uno stile di vita attivo.



Un'innovazione radicata nella pratica sul campo

Dalla sua creazione, DECATHLON ha depositato **743 famiglie di brevetti**, a testimonianza di un impegno costante guidato dall'osservazione, da test rigorosi e dalla stretta collaborazione con chi usa i prodotti in condizioni reali.

Dietro le quinte, circa **1.700 collaboratrici e collaboratori** lavorano allo sviluppo di prodotti e servizi, impegnandosi ogni giorno per aiutare le persone a giocare, migliorare e fare sport in modo più semplice. Nei nostri **18 centri di progettazione** in tutto il mondo, ingegneri, scienziati, designer e atleti collaborano su 80 discipline sportive. Supportati da 35 processi industriali – dal tessile ai metalli, dall'elettronica all'ottica – trasformano i bisogni sportivi in soluzioni accessibili.

Innovazioni diventate compagne di ogni giorno

Alcune innovazioni vanno oltre il semplice progresso tecnico. Entrano a far parte della vita di tutti i giorni, dando forma al modo di vivere lo sport e il movimento.

- La **tenda 2 Seconds**, che nel 2025 ha celebrato il suo ventesimo anniversario, ha trasformato l'avventura all'aria aperta abbattendo le difficoltà. Dal suo lancio, sono stati sviluppati più di 500 modelli diversi: un'innovazione costante che ha reso il contatto con la natura più accessibile e spontaneo, aprendo le porte a momenti di condivisione, libertà e semplicità.
- La **maschera Easybreath**, che più di dieci anni fa ha cambiato il nostro modo di esplorare il mondo sottomarino. Oggi offre a milioni di persone libertà e sicurezza, per trasformare ogni nuotata in una scoperta continua.





In DECATHLON, innovare significa includere, dare autonomia e permettere a chiunque di muoversi. Il nostro obiettivo è rendere praticabile ciò che sembra improbabile, per ogni età e abilità. Tutto inizia dieci anni fa in Italia: dopo aver ascoltato la storia di un cliente, DECATHLON decide di lanciare l'offerta **Sport Adattati**. Più che una gamma di prodotti, è un approccio inclusivo – dall'abbigliamento specifico alle sedie a rotelle per il parasport – che permette alle persone con disabilità di scoprire, vivere e godersi lo sport alle loro regole.

Queste innovazioni mettono le persone in connessione con la natura, creano ricordi indelebili delle avventure condivise e trasformano lo sport in gioia pura. **Unendo utilità, inclusività e accessibilità**, le innovazioni DECATHLON diventano parte integrante della vita di tutti i giorni.

Con lo sguardo verso il futuro: innovazione avanzata

Per continuare a esplorare ciò che lo sport può diventare, DECATHLON guarda ancora più lontano attraverso gli occhi del suo team **Innovazione Avanzata**. Questo gruppo multidisciplinare unisce lungimiranza, scienza e design per immaginare **come il movimento e le performance umane potranno evolversi nei prossimi 10 o 20 anni**.

Parte di questo lavoro supera di gran lunga i confini tradizionali dello sport.

EuroSuit, il prototipo di tuta spaziale di nuova generazione sviluppato in collaborazione con CNES, SPARTIAN SPACE e MEDES, sarà testato a bordo della Stazione Spaziale Internazionale nel 2026. Attraverso questo progetto, DECATHLON dimostra che le stesse competenze impiegate per rendere lo sport più accessibile sulla Terra possono supportare le prestazioni umane anche negli ambienti più estremi.

Focus: *La versione definitiva della maschera "Easybreath" è il risultato di sette anni di studi e progettazione, e di 30 prototipi. Nel 2020, DECATHLON ha ritirato dalla vendita in Italia circa 30.000 maschere per donarle agli operatori sanitari, che le hanno adattate come maschere per l'ossigeno nella lotta al Covid-19.*



**Giocare pulito con il nostro terreno
di gioco più grande: il Pianeta**



Da 50 anni, DECATHLON cresce insieme ai luoghi dello sport. Montagne, oceani, parchi, campi e strade non sono semplici cornici, ma terreni di gioco dove prendono vita avventure condivise. Questa consapevolezza ha dato forma al modo in cui DECATHLON progetta, innova e opera, con l'ambizione di trasformare il nostro modello e ridurre l'impatto ambientale.



Un impegno duraturo, vissuto dal primo istante

Il rapporto di DECATHLON con lo sport è radicato fin dagli inizi nella realtà: praticare all'aperto, condividere gli spazi e vivere gli ambienti dove è possibile fare movimento. Questo legame profondo con i terreni di gioco ha fatto nascere, spontaneamente, un forte senso di responsabilità.

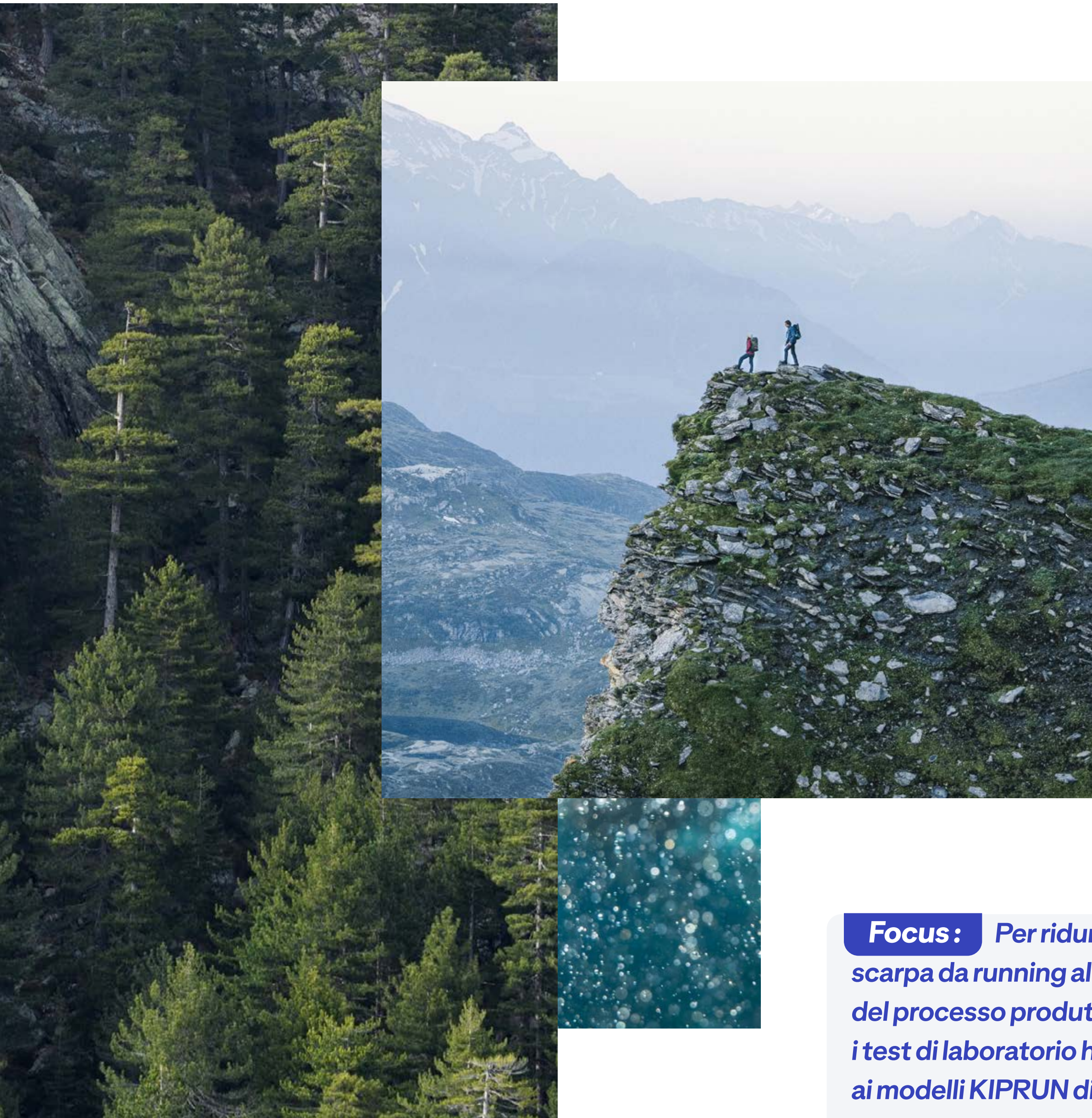
Una responsabilità che si traduce in impegni misurabili:
nel 2025,

54%

dei prodotti venduti ha beneficiato di un approccio di
ecodesign

Questo dato riflette la volontà di trasformare progressivamente l'offerta. Nel tempo, quelle che erano nate come scelte di buon senso si sono trasformate in un approccio strutturato e basato sulla scienza. Oggi, usiamo il metodo PEF (*Product Environmental Footprint*) per misurare e ridurre l'impatto ambientale dei prodotti DECATHLON lungo tutto il loro ciclo di vita. Ciò significa agire alla radice dell'impatto, compiendo scelte più responsabili nei materiali e nei processi produttivi.





Tenere l'attrezzatura in movimento

I prodotti DECATHLON sono progettati per essere usati dalla maggior parte delle persone. La loro storia non finisce dopo il primo acquisto: una convinzione, questa, che abbiamo trasformato in soluzioni concrete.

- **Riparazione**: in tutto il mondo, **1.746 laboratori nei negozi** e **3.841 tecnici esperti** garantiscono ogni giorno la manutenzione e la riparazione dell'attrezzatura per allungare la vita dei prodotti, e tenere lo sport in movimento.
- **Buy back**: dal 2018, i clienti possono rivendere i loro articoli sportivi usati a DECATHLON. Nel 2025, il programma ha coperto più di 150 tipi di prodotto, permettendo di raccogliere, controllare e rimettere in circolo l'attrezzatura.
- **Noleggjo**: per rispondere alle esigenze reali, DECATHLON offre soluzioni di noleggio diverse. Tra queste, il noleggio di biciclette in abbonamento per bambini da 2 a 12 anni, con un prezzo medio di circa 13 € al mese e senza vincoli a lungo termine. Un'alternativa semplice e flessibile, pensata per adattarsi alla vita di tutti i giorni.

I prodotti Second Hand, la riparazione e il noleggio sono gradualmente entrati nella vita di tutti i giorni. Oggi, le attività circolari rappresentano il **3,15% delle vendite globali**. Solo nel 2024, i servizi Second Hand online erano disponibili in **12 business**,

dando una nuova vita a oltre **39.000 prodotti**

Focus: Per ridurre la sua impronta ambientale, DECATHLON ha progettato KIPX: la prima scarpa da running al mondo assemblata senza colla. Questa innovazione riduce l'impatto di CO₂ del processo produttivo del 26% rispetto ai metodi di assemblaggio tradizionali. Parallelamente, i test di laboratorio hanno dimostrato un aumento della durata complessiva del 50% rispetto ai modelli KIPRUN di riferimento, con una maggiore resistenza all'abrasione della suola e un ammortizzamento più duraturo.





**Le persone
al centro dell'Avventura**



**Più che un brand sportivo,
DECATHLON
è un'avventura collettiva
animata dalle persone.
In ruoli, paesi e culture
diversi, collaboratrici e
collaboratori condividono
la stessa passione per lo
sport. Oggi, questa energia
umana unisce 101.100
persone che lavorano in
1.817 negozi, depositi e
servizi in tutto il mondo,
dando tutte il loro contributo
a questo viaggio condiviso.**



Una squadra, una cultura condivisa

Il contributo di ognuno dà forma al nostro futuro, per questo incoraggiamo tutti a prendere l'iniziativa, imparare sul campo e crescere attraverso la responsabilità.

Questa cultura condivisa permette a DECATHLON di rimanere profondamente locale pur avendo una portata globale. Le squadre agiscono vicino alla loro comunità, alla cultura sportiva e alla realtà sociale locale, restando però unite attraverso **i valori comuni e lo scopo condiviso**. Questo approccio definisce il modo in cui lo sport viene progettato e vissuto in tutto il mondo.

In India, per esempio, il cricket è molto più di uno sport: è un riferimento culturale. Così, le mazze da cricket vendute da DECATHLON in tutto il mondo sono progettate e prodotte proprio in India, vicino alle comunità che praticano questo sport ogni giorno.

Questo modello umano si riflette anche nella **partecipazione azionaria**. Dal 1987, collaboratrici e collaboratori sono azionisti dell'azienda: un approccio raro che rafforza l'impegno a lungo termine e la responsabilità condivisa. Oggi, più di 53.000 di loro detengono quote del Gruppo, a prova della convinzione che la crescita deve essere costruita insieme e condivisa.

Investire nelle persone significa anche creare percorsi. Con il lancio di **DECATHLON University** nel 2022, l'azienda sviluppa programmi di alternanza scuola-lavoro pensati per rispondere alle reali esigenze del mercato e offrire accesso a opportunità professionali, anche all'interno di DECATHLON. Un modo concreto di trasformare la passione per lo sport in una carriera.





Crescere attraverso le partnership

In DECATHLON, le partnership nascono da una convinzione semplice: lo sport progredisce quando viene progettato insieme a chi lo fa e condiviso con il maggior numero possibile di persone.

Da quasi 50 anni, DECATHLON lavora al fianco di sportivi di ogni livello. Oggi, **più di 300 partnership attive con atleti d'élite, federazioni e organizzazioni sportive** che collaborano alla creazione di prodotti in diverse discipline, aiutando a trasformare l'esperienza ai massimi livelli in soluzioni accessibili a tutti. Nel calcio, collaborazioni con atleti del calibro di Antoine Griezmann, riconosciuto universalmente come uno dei giocatori più precisi e tecnici della sua generazione, illustrano bene questo approccio. Attraverso la sua marca specializzata KIPSTA, DECATHLON progetta equipaggiamenti sulla base dei bisogni ai livelli più alti e li mette a disposizione di chiunque scende in campo.

La stessa filosofia guida l'impegno DECATHLON nel ciclismo. Per quasi cinquant'anni, il brand ha sostenuto i ciclisti dalle primissime pedalate fino alle competizioni d'élite. Nel 2026, questo impegno entra in una nuova fase con la **squadra ciclistica DECATHLON CMA CGM**. Ora patron della squadra, DECATHLON accelera la sua ambizione: costruire un progetto sostenibile e ad alte prestazioni, nato per competere ai massimi livelli con l'obiettivo dichiarato di posizionarsi tra le migliori squadre al mondo.

Oltre allo sport di tutti i giorni e alle performance d'élite, DECATHLON mette la sua esperienza al servizio dei grandi momenti globali. In qualità di Partner Ufficiale dei **Giochi Olimpici e Paralimpici di Parigi 2024**, DECATHLON ha contribuito al più grande evento sportivo del mondo equipaggiando 45.000 volontari. L'impegno di DECATHLON è proseguito nel 2026, con il ruolo di Fornitore Ufficiale delle Divise del Comitato Paralimpico Internazionale per i **Giochi Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026**

Dai campi locali ai palcoscenici mondiali, queste partnership riflettono la stessa ambizione: sostenere lo sport ovunque venga vissuto, praticato e celebrato.

Focus: *Convinti che la passione per lo sport si esprime meglio sul campo che su un curriculum, le squadre DECATHLON di Montreal hanno lanciato nel 2025 la "Maratona dei Colloqui". I nostri selezionatori hanno incontrato i candidati mentre correvano, cercando non il CV perfetto, ma veri appassionati di sport capaci di trasmettere la loro passione.*





DECATHLON 迪卡侬

**Un brand Globale,
con radici locali**

DECATHLON
50 years

Il viaggio di DECATHLON si è spinto oltre confine, pur rimanendo radicato nella realtà locale.

Dai primi passi fuori dalla Francia a metà degli anni '80, il brand si è espanso in tutti i continenti.

Oggi è attivo in più di 70 mercati con la vendita al dettaglio, la produzione, la logistica e i modelli di franchising.

In Italia, 142 negozi, 3 depositi logistici, 2 sedi di Produzione.



Progettare dove si vive lo sport

La portata globale di DECATHLON si fonda sulla vicinanza. Progettiamo, sviluppiamo e approvvigioniamo i prodotti il più vicino possibile ai luoghi emblema dello sport, per garantire che siano pertinenti e centrati sugli utilizzatori.

Oggi, DECATHLON **gestisce centri di produzione e acquisto in 27 territori** e regioni nel mondo. In Cina, il 94,2% dei prodotti venduti è realizzato in locale; mentre in India circa il 68% delle vendite proviene già da articoli di produzione locale. Il nostro obiettivo è potenziare la strategia di localizzazione, avvicinando la produzione ai consumatori e rafforzando l'impegno regionale in alcuni mercati strategici.

Questo modello basato sulla prossimità sostiene diverse culture sportive: dal calcio in Europa alle attività definite dalla natura. Dal 1996 in poi, questa stessa logica ha guidato lo sviluppo di marche iconiche che si sono progressivamente trasferite vicino alle comunità di riferimento. Quechua ha segnato la strada stabilendo il proprio centro di progettazione nelle Alpi, tra le montagne dove i suoi prodotti vengono usati ogni giorno.

Presenza locale, impegno duraturo

In tutti i mercati e le regioni, la presenza globale è declinata a livello locale, secondo le discipline sportive, le realtà sociali e un impegno costante sul campo.





Da più di 20 anni, la **Fondazione DECATHLON** è l'espressione chiave di questo impegno territoriale. Al fianco di organizzazioni non profit in tutto il mondo, sostiene programmi che rendono i benefici dello sport accessibili a persone in situazioni di vulnerabilità. In ogni progetto, lo sport è il punto di partenza: crea gioia, rafforza il benessere, sviluppa competenze e favorisce l'integrazione sociale e professionale. Un approccio a lungo termine, radicato nei bisogni locali, con lo sport al centro.

Oltre alle attività della Fondazione, DECATHLON sviluppa iniziative sportive specifiche integrate nei territori locali.

Un esempio si trova in Kenya, a Iten, riconosciuta a livello internazionale come la culla del fondo. Qui, la **42 House**, sviluppata da KIPRUN riflette l'impegno a lungo termine per lo sport d'élite radicato nel territorio. Più che un centro di allenamento, è un ambiente strutturato dove i giovani atleti uniscono sport, istruzione e crescita personale. Dopo aver completato gli studi, alcuni intraprendono un percorso di due anni verso l'atletica professionistica, mentre altri seguono formazioni o opportunità professionali con KIPRUN o DECATHLON.

Insieme, questi approcci mostrano come la presenza globale di DECATHLON si traduce in realtà: ancorata ai territori, costruita nel tempo e focalizzata sul creare opportunità attraverso lo sport.

A proposito di DECATHLON

Brand multisport mondiale per tutti, dai principianti agli atleti esperti, Decathlon è un produttore innovativo di articoli sportivi per ogni livello. Con più di 101.100 collaboratrici e collaboratori e 1.817 negozi in tutto il mondo, Decathlon e le sue squadre sono al lavoro dal 1976 per rendere la gioia e i benefici dello sport davvero accessibili a tutti e tutte.

Per saperne di più: [decathlon-united.media](https://www.decathlon-united.media)

Contatti media

Olivier PEDRO-JOSE - Global Director of Public Relations & Reputation

Pierrick DENIAU - Media Relations & Reputation Manager

international.media@decathlon.com

In Italia

Nicoletta LA TORRE - Corporate Communication Manager



 DECATHLON

50 years
of shared
adventures