

Decathlon presteert vooral in eigen land ondermaats

19-02-2019 09:19



Decathlon heeft zijn wereldwijde omzet vorig jaar met vijf procent zien oplopen naar 11,3 miljard euro. Een jaar eerder was de groei nog tien procent. Bovendien liepen de verkopen in eigen land met vijf procent terug tot 3,14 miljard euro, zo blijkt uit de jaarcijfers van de Franse sportwinkelketen.

Decathlon heeft het zwaar in Frankrijk, wat volgens de krant [Les Echos](#) het gevolg zou zijn van de interne reorganisatie. Het bedrijf is druk bezig een fijnere segmentatie op te zetten, waarbij labels ontstaan die passen bij een specifieke sport. Het aantal eigen merken is al gegroeid van 23 naar zeventig en dat moeten er volgend jaar honderd zijn.

Ook is de organisatorische structuur op de schop genomen door managementlagen weg te halen. Afgelopen jaar stapte Matthieu Leclercq, een zoon van de oprichter, op als voorzitter als gevolg van de slechte resultaten bij Decathlon en interne perikelen.

Het brutobedrijfsresultaat van Decathlon is na jarenlange stijgingen teruggevallen van 970 naar 828 miljoen euro. Onder de streep bleef een bedrag van 497 miljoen euro over, tegenover 610 miljoen in 2017.

Internationaal timmert de sportwinkelketen nog altijd flink aan de weg. Het afgelopen jaar werden twaalf nieuwe landen aangedaan, waaronder Canada, Litouwen en meerdere Afrikaanse landen. Dit jaar komen daar in ieder geval Oekraïne, Algerije en Japan bij. Decathlon is momenteel in 51 landen actief. In Nederland zijn

zestien winkels te vinden.