

Decathlon fait toujours la course en tête

Où s'arrêtera Decathlon? L'enseigne tire à elle seule le marché, avec 3,5 % de croissance en France, sa deuxième plus forte progression en dix ans. Retour sur un succès installé.

LES LEVIERS DE LA RÉUSSITE

■ **Les bons résultats de l'international,** à 60 % du CA en 2014, +2 pts vs 2013

■ **La France continue à alimenter la croissance** du groupe, avec +3,5 % de CA en comparable.

■ **L'ouverture de 103 magasins** en 2014, dont 32 en Chine, 13 en Espagne, 10 en Inde et 3 en France.

■ **La baisse des prix de 10 %** sur 769 produits, des produits techniques compétitifs et **les multiples services digitaux**, alliés à une **renovation du parc**, ont fait gagner 7 % de clients à l'enseigne

Source : Decathlon

Ce 1^{er} avril, un nouvel homme prend la barre du hors-bord Decathlon. Un passionné de pêche – faut-il y voir un signe ? – qui a commencé sa carrière à 24 ans dans un magasin de l'enseigne au Mans. Nicolas Pelletier peut commencer son nouveau job avec confiance tant les chiffres déroulés par Decathlon impressionnent, surtout sur un marché du sport en hausse de 3 %, selon la Banque de France.

la France renoue avec le succès des débuts

Ce qui n'est pas nouveau, c'est la croissance dans les 21 pays que Decathlon exploite depuis des années, avec une progression qui atteint les deux chiffres, soit mieux que l'année précédente. Il faut dire que l'enseigne a « carburé » en Espagne (+ 13 magasins), en Pologne (+ 9), mais surtout en Chine, sa troisième terre d'élection après la France et la péninsule Ibérique, avec l'ouverture de 32 magasins. Soit, au total, 100 nouveaux points de vente à l'étranger.

Le plus étonnant vient de la France. Après une année 2013 morose (+ 0,3 % de ventes), Decathlon renoue avec la belle époque : à 3,3 milliards d'euros, le chiffre d'affaires fait un bond

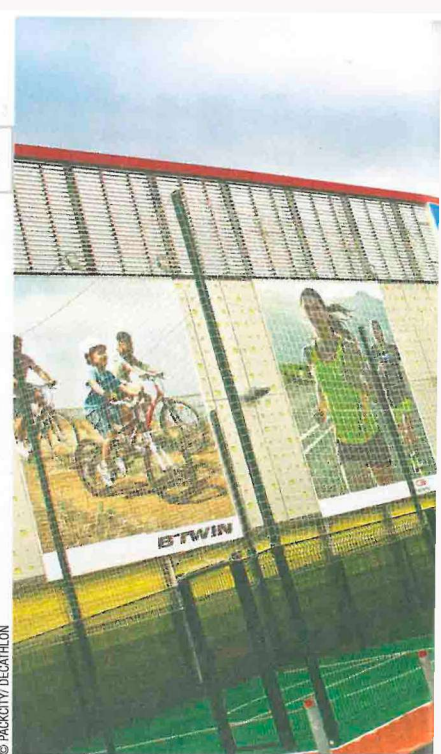
de 4,3 %, ramené à 3,5 % en tenant compte des trois ouvertures françaises à Olonne-sur-Mer, à Marseille et à Mont-de-Marsan. Du jamais vu depuis sept ans ! « Cette croissance a été alimentée par des relocalisations sur environ une dizaine de magasins, détaille Nicolas Pelletier. Mais aussi par une augmentation du nombre de clients. » De 7 %, précisément. Un chiffre qui fait rêver bon nombre d'enseignes. Dans un contexte de restriction de pouvoir d'achat où la plupart des consommateurs sont équipés, comment fait-on pour gagner du chaland ? On baisse les tarifs. Decathlon l'a fait, l'an dernier, à grand renfort de publicité. Au total, 769 baisses de prix de 10 % ont eu lieu. Au détriment de la

marge ? « Nous avons pris dessus, concède Nicolas Pelletier. Mais notre objectif premier était de fidéliser le client. » Chez « Décat' », près d'un client sur deux (45 % exactement) a la carte dans son portefeuille.

« Le meilleur positionnement prix depuis six ans »

Le mix magique propre à la machine de la galaxie Mulliez – des produits techniques à des prix imbattables – a aussi fait mouche. En 2014, 28 brevets ont été déposés, pour 2 800 produits créés par 530 ingénieurs. « Nous avons retrouvé le meilleur positionnement prix depuis six ans », assure Nicolas Pelletier.

Dans le même temps, le numéro un français de la distribution



© PACTICITY/DECATHLON

Le petit jeu des chaises musicales...



© L.-M. ANDREAU/DECATHLON

Pas moins de quatre nominations

depuis le début de l'année ! Après sept ans à la tête de Kalenji, la marque maison de course à pied que Nicolas Pelletier (photo) affectionne tant, cet homme de 43 ans a pris les commandes de Decathlon France le 1^{er} avril. Il remplace Stéphane Saigre, parti à Hendaye, diriger la marque des sports nautiques, Tribord.

Michel Aballea, lui, va rentrer d'Inde pour accompagner Decathlon à l'international, succédant ainsi à Yves Claude expatrié à Singapour. Enfin, Arnaud Gauquelin laisse Tribord pour explorer l'Afrique australe. Un premier magasin en Afrique du Sud est à l'étude.



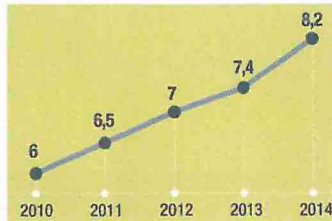
Après le nouveau magasin de Zagreb, en Croatie (en photo), Decathlon prévoit une autre ouverture à Bratislava.

d'articles de sport mène la course dans le digital et le multicanal. La moitié des clients du site web se sont fait livrer dans leur magasin Decathlon grâce aux casiers de retrait, présents dans une trentaine de points de vente. «Nous

UNE CROISSANCE CONTINUE

CA HT de Decathlon de 2010 à 2014, en milliards d'euros

Source : Decathlon



Avec + 6 % en comparable en 2014, Decathlon affiche sa plus belle performance depuis sept ans et sa deuxième hausse la plus importante en dix ans. Entre 2013 et 2014, la progression n'était « que » de 1,4 %.

8,2 Mrds€

Le CA HT total en 2014, à **+10,6%** vs 2013 (+6 % en comparable)

3,3 Mrds€

Le CA en France, à **+4,3%** (+3,5 % en comparable)

50 M€

L'investissement dans les magasins en France en 2014

Source : Decathlon

allons les généraliser partout», précise le nouveau directeur général. Même empressement pour les bornes digitales, déployées dans les 262 unités françaises. Et, sans que le test sous bannière Decathlon Mobility, dans la gare

de Lille-Flandres, ne soit encore validé, Nicolas Pelletier garde un œil sur les gares en France...

Toujours des investissements

Quant à l'avenir, pas de nouvelle baisse des prix en vue, mais une campagne orientée sur la pratique sportive – « 3 millions de Français vont au travail à vélo! », rappelle Nicolas Pelletier –, et sur la poursuite des investissements sur les magasins et le Net. Quelque 50 millions d'euros ont déjà été dépensés pour rénover le parc français, et autant sont prévus pour 2015. Avec le turbo sur le web, un peu à la peine. L'an dernier, les ventes sur decathlon.fr n'atteignaient que 3 % du chiffre d'affaires, mais en hausse de 26 %. Autant dire que ce n'est pas à la hauteur des ambitions d'un marathonien. ■■