

Decathlon à fond la forme avec les startups !

Le distributeur sportif lance Decathlon Pulse, une branche pour investir dans les startups du sport et du bien-être. Decathlon a notamment investi dans Alltricks et Footbar par le passé.

Temps de lecture : minute

12 juillet 2024

Decathlon veut renforcer ses liens avec l'écosystème des startups. Dans ce sens, l'enseigne de grande distribution spécialisée dans le sport annonce le lancement de Decathlon Pulse, une filiale qui a vocation à multiplier les investissements dans les jeunes pousses du sport et du bien-être.

Cette nouvelle branche sera gérée par Franck Vigo, nommé directeur général de l'entité, et Barbara Martin Coppola, directrice générale de Decathlon, qui en sera la présidente. L'équipe de cette nouvelle structure est constituée d'une vingtaine d'employés de Decathlon, avec une expertise dans les fusions-acquisitions et le capital-risque, ainsi que des compétences opérationnelles et stratégiques.

Miser sur des startups «avant-gardistes qui transforment le monde du sport»

Decathlon Pulse repose sur un modèle bicéphale, puisque la filiale regroupe un fonds d'investissement et un startup studio. De cette manière, l'objectif sera de créer, investir et acquérir des entreprises «avant-gardistes qui transforment le monde du sport». Decathlon entend s'appuyer sur ce vivier de jeunes pousses pour se tourner vers des

nouveaux modèles économiques durables et identifier des marchés complémentaires.

«Aujourd'hui débute une étape importante dans notre parcours visant à toujours mieux répondre aux besoins sportifs des clients de demain. Decathlon Pulse est une entité distincte et complémentaire de Decathlon dont elle partage la même ambition de faire bouger l'humanité grâce à la magie du sport. Decathlon Pulse se consacrera à la recherche de nouveaux leviers de croissance et d'innovations qui changent la donne sur le marché du sport», indique Barbara Martin Coppola, présidente de Decathlon Pulse.

400 millions d'euros alloués aux startups depuis 2018

Le lancement de cette branche confirme la volonté du groupe français, qui compte 1 700 magasins dans le monde, de se rapprocher du monde des startups. En 2020, il avait notamment lancé le programme «Jump» pour accompagner des startups et des PME dans les domaines du sport, du bien-être et de la santé.

Depuis 2018, l'entreprise indique avoir investi près de 400 millions d'euros dans des partenariats ou des investissements directs avec des jeunes pousses et des petites entreprises. Decathlon s'est notamment illustré en 2019 en s'emparant de la majorité du capital d'Alltricks, champion français du vélo. Le distributeur a également placé ses pions dans Kinomap, une application d'entraînement indoor qui a tapé dans l'œil du CIO, Footbar, startup à l'origine d'un capteur pour analyser ses performances sur les terrains de football, ou encore de TrainMe, spécialiste du coaching sportif personnalisé.



À lire aussi
Decathlon s'appuie sur la startup Surfnow pour accompagner les
surfeurs débutants



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups
françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabron