

Decathlon : ce n'est plus « à fond la forme » entre les Mulliez et les Leclercq

Le fils du fondateur de Decathlon distributeur d'articles de sport et de loisirs ne renouvelle pas son mandat de président, « Sur les 18 derniers mois, je n'ai pas eu la liberté de choisir mes conseillers et avec les contre-performances de début d'année, la relation avec les représentants de nos actionnaires ne s'est pas améliorée », déclare Mathieu Leclercq.

Derrière cette sobre formule se cachent des tensions entre les deux familles qui se partagent le capital de 11 milliards d'euros de chiffre d'affaires du groupe : les familles Mulliez et Leclercq. « Les relations sont tendues depuis plusieurs semestres notamment sur la marche à suivre sur le marché français qui pèse lourd pour Décathlon » .

Les désaccords : « la place des grandes marques de sport comme Nike, Adidas ou Puma. Elles ont rarement été aussi peu présentes dans les rayons Décathlon. » ;

Adidas ne n'est pas laissée faire et a inversé le rapport de force. Déréférencée sur quelques segments comme le running ou le fitness, Adidas a riposté en ne livrant que la moitié de la commande de maillots de la Coupe du monde ».

L'absence de grandes marques pèsent sur le chiffre d'affaires , les ventes baissent et Decathlon perd des parts de marché.

Décathlon continue de rapporter « 270 millions d'euros de dividendes aux actionnaires ».

source : Challenges.