

# PARAPENTE DECATHLON ?

édition Cross Country – Novembre 2019

*(traduction Google trad)*

The rumour mill was in overdrive inside the trade-fair tents at this year's Coupe Ic are that mega-sports brand Decathlon is on the cusp of entering the paragliding market. They had either 'already bought' Swiss paragliding brand MCC Aviation, or were about to; or the rumour was dismissed as "nine years old, it'll never happen:" Over on the MCC Aviation stand they were quite open. "We heard the rumour that Decathlon was interested in getting involved in paragliding, so rather than sit and wait we approached them and asked. We have had conversations, but nothing has come of it." A quick search online reveals that one Alex Jacquelin, who has been working for Decathlon since at least 2012, is listed on professional networking site LinkedIn as project leader for the 'Paragliding brand Decathlon France'. Iri post since January 2018 he describes his job as 'Creation of a new sport: Paragliding-', and adds, "Paragliding is a niche sport so we need to think out of the box in order to commercialise it. Recruit the team, draw up the project and raise funds are a challenging and exciting adventure." He wasn't picking up when we messaged, and Decathlon's press people were very kind but declined to go on the record at the moment. However, it's understood that there is a small team of about four or five people in Decathlon, all pilots themselves, looking at how to bring paragliding to Decathlon customers, perhaps by linking up paragliding schools with local Decathlon stores.

Sol Paragliders pioneered this three years ago in the city of Joinville, Santa Catarina, Brazil, with paragliders in the local Decathlon store, wings to play with on the grass outside, paramotor demo flights and instructors on hand to answer questions.

World's biggest

Decathlon is the world's biggest outdoor retailer and sold more than one billion sporting items globally last year. A French company, it is in almost every town and city in Europe, and has more than 1,500 stores in 49 countries. A year ago it expanded into the USA. Outside Magazine reviewed its first store in San Francisco in January this year and spoke of its 'shock and awe' that the company could sell 10-litre rucksacks for \$3.49, wetsuits for \$16.90 and tents for less than 50 bucks. For an American raised in the cult of carbon fibre, a worshiper at the altar of brand-name gear, it was dumbfounding," Outside's reporter David Ferry wrote. Decathlon was founded in 1976 with one store in Lille, and expanded first into Germany and Spain. The company now employs 87,000 staff around the world. Crucially, it makes almost everything it sells. It has about 35 of its own brands, from Artengo for Tennis to Forclaz for trekking, to Quechua for hiking and camping.

L'entreprise emploie désormais 87 000 personnes dans le monde. Fondamentalement, il fabrique presque tout ce qu'il vend. Il a environ 35 de ses propres marques, de Artengo pour le tennis à Forclaz pour le trekking, à Quechua pour la randonnée et le camping. Chaque marque a généralement trois niveaux de produits: les moins chers, pour attirer l'utilisateur occasionnel; milieu de gamme pour quelqu'un qui pratique réellement le sport; et cher, avec des produits qui rivalisent de qualité avec les plus grands noms du sport mais qui sont généralement la moitié du prix. Avec une équipe de R&D de 700 personnes, Decathlon n'arrête jamais de développer des produits - créant ainsi 2 800 nouveaux produits sportifs chaque année. Et, malgré les prix, la qualité peut et fait régulièrement lever les sourcils dans le bon sens. Leurs vélos haut de gamme de marque propre à 1000 €, vendus sous le nom de Bilwin ou Rockrider, sont régulièrement classés parmi les meilleurs choix par les médias cyclistes pour leur qualité de construction et leur valeur. Acheter une marque plus petite pour gagner du terrain dans de nouveaux sports est une voie bien tracée pour Decathlon. Sim and était une petite entreprise d'escalade indépendante avec une bonne réputation avant que Decathlon ne l'achète en 2008: c'est maintenant la marque d'alpinisme interne Decathlons. L'idée de l'entrée de Decathlon sur le marché du parapente sera accueillie avec les yeux grands ouverts par de nombreux fabricants. Le modèle commercial actuel et traditionnel des fabricants vendant des parapentes dans les écoles et chez les revendeurs tiers à l'époque de la vente directe en ligne est

considéré par beaucoup comme anachronique. Toutefois, c'est un moyen crucial pour les écoles de gagner de l'argent - ne compter que sur les frais de scolarité sans vente de matériel rendrait de nombreuses écoles non viables. Aucun étudiant ne veut dire aucune vente d'équipement. D'autres, quant à eux, se réjouiraient des perturbations que cela entraînerait inévitablement. En discutant autour d'une bière lors du lancement sud le samedi soir à la Coupe Ice, un pilote d'aventure professionnel sponsorisé bien connu a déclaré qu'il serait heureux si Decathlon entrait dans la mêlée du parapente. A 3 500 € - 4 000 € pour un EN B, le prix catalogue de nombreux parapentes est actuellement trop élevé, a-t-il dit. «Cela forcerait certainement les prix à baisser.»